



**STRATEGI CERDAS BERMEDIA MASYARAKAT NAGARI BATU BASA
(STUDI KASUS : PEMBERITAAN *HOAX* DI MEDIA SOSIAL
FACEBOOK)**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Batusangkar*

OLEH :

**ARI RIZKI
1730303005**

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
BATUSANGKAR
2022**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ari Rizki

NIM : 1730303005

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (Jurnalistik)

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi Berjudul "Strategi Cerdas Bermedia Masyarakat Nagari Batu Basa (Studi Kasus):Pemberitaan *Hoax* Di Media Sosial *Facebook*" adalah benar karya saya sendiri, bukan plagiat kecuali yang dicantumkan sumbernya.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa karya ilmiah ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 15 Februari 2022

Saya yang menyatakan



Ari Rizki

NIM. 1730303005

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi ini atas nama Ari Rizki, NIM. 1730303005 dengan judul "Strategi Cerdas Bermedia Masyarakat Nagari Batu Basa (Studi Kasus: Pemberitaan Hoax Di Media Sosial Facebook)" memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke sidang *munaqasyah*. Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 31 Januari 2022

Pembimbing



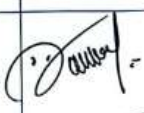

Refika Mastanora, S.Kom., M.I.Kom

NIP. 199007212020122006

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi atas nama Atri Rizki, NIM 1730303005, judul: **STRATEGI CERDAS BERMEDIA MASYARAKAT NAGARI BATU BASA (STUDI KASUS : PEMBERITAAN HOAX DI MEDIA SOSIAL FACEBOOK)**, telah diuji dalam Ujian Munaqasyah Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Batusangkar yang dilaksanakan tanggal 8 Februari 2022.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

No	Nama/NIP Penguji	Jabatan dalam Tim	Tanda Tangan	Tanggal Persetujuan
1.	Refika Mastanora, S.Kom., M.I.Kom NIP. 19900721202012 2 006	Penguji Pendamping		14-02-22
2.	Marhen, S.Sos., M.Pd.I NIDN. 2020037801	Penguji Utama		14/02-22
3.	Zafirah Quroatun 'Uyun, S.I.Kom., MA NIP. 19922902 201903 2 010	Anggota Penguji Utama		14/2-22

Batusangkar, Februari 2022

Mengetahui

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah



Dr. Akhyar Hanif, M.Ag

NIP. 19680120 199403 1 004

ABSTRAK

ARI RIZKI, NIM 1730303005. Judul skripsi “Strategi Cerdas Bermedia Masyarakat Nagari Batu Basa (Studi Kasus : Pemberitaan Hoax Di Media Sosial Facebook)”

Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana Strategi Mewujudkan Masyarakat Nagari Batu Basa Cerdas Dalam Menyikapi Pemberitaan Hoax di Media Sosial Facebook. Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mendeskripsikan sikap masyarakat Nagari Batu Basa terhadap pemberitaan hoax di media sosial *facebook*. 2) Untuk mengidentifikasi penyebab masyarakat Nagari Batu Basa dapat terpapar pemberitaan hoax di media sosial *facebook*.

Peneliti menggunakan jenis penelitian lapangan *field search* (penelitian terhadap kehidupan yang sesungguhnya) dengan menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Data kemudian dianalisis dengan metode purposive sampling, yaitu memilih sampel dari populasi berdasarkan pertimbangan tertentu. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara (*interview*) secara langsung guna memperoleh dan menggali data secara jelas dan kongkret mengenai sikap masyarakat Nagari Batu Basa dalam menyikapi pemberitaan hoax di media sosial *facebook*. Dokumentasi yang dilakukan terdiri dari foto-foto yang diambil langsung saat melakukan wawancara.

Hasil dari penelitian yang dilakukan ditemukan bahwa pertama masyarakat Nagari Batu Basa untuk saat ini cukup banyak yang terpapar pemberitaan hoax di media sosial *facebook* di karenakan kurangnya edukasi di era digital saat ini, kedua diperlukan strategi dari Pemerintahan Nagari Batu Basa untuk membuat masyarakat dapat berpikir kritis dalam memasuki era digital saat sekarang ini, ketiga diperlukan gotong royong dan kolaborasi serta literasi kampanye digital yang nantinya akan mengedukasi masyarakat Nagari Batu Basa dalam bermedia sosial di era digital

Kata Kunci : Strategi, Sikap, Nagari Batu Basa, Facebook, Hoax

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	
PENGESAHAN TIM PENGUJI	4
BIODATA PENULIS	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSEMBAHAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian	3
C. Sub Fokus Penelitian.....	4
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Manfaat dan Luaran Penelitian	4
F. Definisi Istilah	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Strategi	7
B. Masyarakat	9
C. Masyarakat Nagari Cerdas	11
D. Sikap.....	13
E. Pemberitaan.....	18
F. Hoax	22
G. Media sosial.....	29
H. <i>Facebook</i>	33
I. Cara Menjadi Warga Digital Yang Cerdas	39
J. Kajian Penelitian Relevan	40

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	43
A. Jenis Penelitian	43
B. Latar dan Waktu Penelitian.....	43
C. Instrument Penelitian	43
D. Sumber Data	44
E. Teknik Pengumpulan Data.....	45
F. Teknik Analisis Data	46
G. Teknik Penjamin Keabsahan Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
A. Gambaran Umum Nagari Batu Basa	48
1. Sejarah Ringkas Nagari Batu Basa	48
2. Peta Dan Kondisi Umum Nagari	49
B. Hasil Penelitian	51
C. Pembahasan	54
BAB V PENUTUP.....	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran	60
DAFTAR KEPUSTAKAAN	62
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Informan Penelitian.....	51
------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Saring sebelum sharing	39
Gambar 4.1 Peta Kecamatan Pariangan	50
Gambar 4.2 Berita di Facebook	56

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Batu Basa merupakan sebuah nagari yang terletak di Kecamatan Pariangan, Kabupaten Tanah Datar, Provinsi Sumatra Barat, dengan jumlah masyarakat 4.103 jiwa (sumber : Arsip pemerintahan Nagari Batu Basa). Sama seperti masyarakat pada umumnya, masyarakat Nagari Batu Basa cukup aktif dalam penggunaan media sosial terutama *facebook*, di era digital, masyarakat secara umumnya banyak yang menggunakan internet sebagai media informasi dan silaturahmi, sehingga perkembangan berita hoaks gampang terjadi.

Sebagaimana yang tengah terjadi pada masyarakat nagari Batu basa sekarang, berdasarkan wawancara awal yang penulis lakukan pada salah satu tokoh masyarakat Nagari Batu Basa, yang mengenal sebagian besar di masyarakat nagari Batu Basa, maka didapatkan data awal bahwa masyarakat Nagari Batu Basa, mudah terpapar berita *hoax*.

Salah satu contohnya berita penggunaan vaksin virus *covid-19* yang terindikasi penularan penyakit lain dan dikabarkan vaksin yang digunakan mengandung sel hewan, bakteri dan juga darah. Isu ini sebenarnya *hoax* karena sudah termasuk dalam situs *hoax* di website resmi kominfo, akan tetapi karena kurangnya edukasi tentang berita *hoax* dikalangan masyarakat Nagari Batu Basa, banyak masyarakat yang mudah menerima berita ini dan menyebarkan berita *hoax* tersebut. Hal inilah yang membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Nagari Batu Basa.

Howard dan Parks (2012) mengemukakan, Media sosial adalah media yang terdiri atas tiga bagian, yaitu: Infrastruktur informasi dan alat yang digunakan untuk memproduksi dan mendistribusikan isi media. Isi media dapat berupa pesan-pesan pribadi, berita, gagasan, dan produk-produk budaya yang berbentuk digital. Carr dan Hayes (2015) mengemukakan media sosial adalah media berbasis internet yang memungkinkan pengguna berkesempatan

untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara seketika ataupun tertunda, dengan khalayak luas maupun tidak, yang mendorong nilai dari *user-generated content* (konten buatan pengguna) dan persepsi interaksi dengan orang lain.

Media sosial adalah sebuah fitur yang diciptakan untuk memudahkan berkomunikasi jarak jauh, yang memungkinkan penggunanya dapat berbagi info, gambar, video dan mampu menjangkau beberapa pengguna dalam sekali aktivitas “berbagi”. Media sosial dapat dioperasikan menggunakan jaringan internet. Media sosial memiliki peran dan dampak bagi kehidupan masyarakat yang harus di tata sedemikian rupa agar media sosial tetap pada fungsi dan tujuan pada media sosial itu sendiri dan memiliki manfaat untuk setiap individu yang menggunakannya. Sehingga juga dapat meminimalisir terjadinya penyebaran berita bohong atau hoaks. Sebagaimana telah terjadi pada sebagian masyarakat jorong batubasa yang tidak mencerna berita dengan baik sehingga membuat mereka resah dan tidak tenang akibat tidak mencari tahu kebenaran berita yang tersebar di media sosial *facebook*.

Hoax adalah usaha untuk menipu atau mengakali pembaca/pendengarnya untuk mempercayai sesuatu, padahal sang pencipta berita palsu tersebut tahu bahwa berita tersebut adalah palsu. Orang lebih cenderung percaya hoax jika informasinya sesuai dengan opini atau sikap yang dimiliki (Respati, 2017). Secara alami perasaan positif akan timbul dalam diri seseorang jika opini atau keyakinannya mendapat afirmasi sehingga cenderung tidak akan mempedulikan apakah informasi yang diterimanya benar dan bahkan mudah saja bagi mereka untuk menyebarkan kembali informasi tersebut. Hal ini dapat diperparah jika si penyebar hoax memiliki pengetahuan yang kurang dalam memanfaatkan internet guna mencari informasi lebih dalam atau sekadar untuk cek dan ricek fakta.

Rahadi (2017) mengungkapkan beberapa jenis hoax. *Fake news*, (Berita bohong), 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 persengkokolan, makin aneh, makin baik. Jenis berita bohong tersebut adalah, *Clickbait* (Tautan jebakan), *Confirmation bias* (Bias konfirmasi), *Misinformation* (informasi yang salah), *Satire* (sebuah tulisan yang menggunakan humor, ironi) *Propaganda*, (aktifitas menyebar luaskan informasi, fakta, argumen, gosip, setengah-kebenaran, atau bahkan kebohongan untuk mempengaruhi opini public).

Sikap terhadap berita hoax merupakan kecenderungan untuk menyikapi semua yang berbau berita hoax bisa bersifat positif atau negatif. Komponen-komponen atau struktur sikap menurut Mann (Walgito, 2005) ada tiga. Pertama aspek kognitif (pengetahuan), melalui pengetahuannya seseorang akan menentukan sikap untuk menerima atau menolak berita hoax. Kedua aspek afektif (perasaan), apabila seseorang senang dengan berita hoax maka ia akan cenderung menerima berita hoax, sebaliknya jika seseorang tidak senang dengan berita hoax maka ia akan menolak berita hoax. Ketiga adalah aspek Konatif (Perilaku), perilaku seseorang akan sangat ditentukan oleh asumsi dasar bahwa berita hoax adalah hal yang wajar, maka ia akan ikut berperilaku berita hoax. Sebaliknya orang yang mempunyai asumsi dasar bahwa berita hoax merupakan hal yang tidak wajar maka tidak akan mempunyai perilaku berita hoax. Untuk mewujudkan masyarakat Nagari Batu Basa yang cerdas bermedia, maka diperlukan strategi dalam menyikapi berita *hoax* di media social.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti dan membahas hal ini yang dituangkan dalam bentuk penelitian dengan judul : **Strategi Cerdas Bermedia Masyarakat Nagari Batu Basa (Studi Kasus : Pemberitaan *Hoax* Di Media Sosial *Facebook*)**

B. Fokus Penelitian

Supaya lebih terarahnya pembahasan dalam penelitian ini, maka penulis perlu menfokuskan permasalahan penelitian ini dengan **“Strategi Cerdas Bermedia Masyarakat Nagari Batu Basa (Studi Kasus : Pemberitaan *Hoax* Di Media Sosial *Facebook*)”**

C. Sub Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, terdapat sub fokus penelitian yang diidentifikasi masalah antar lain:

1. Bagaimana masyarakat Nagari Batu basa dalam menyikapi pemberitaan hoax dimedia sosial *Facebook*?
2. Apa saja strategi yang dapat dilakukan dalam memberikan literasi terhadap masyarakat Nagari Batu Basa yang terpapar berita hoax dimedia sosial *Facebook*?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan sikap masyarakat Nagari Batu Basa terhadap pemberitaan hoax dimedia sosial *Facebook*.
2. Mengidentifikasi strategi yang dilakukan dalam memberikan literasi terhadap masyarakat Nagari Batu Basa yang terpapar berita hoax dimedia sosial *Facebook*

E. Manfaat dan Luaran Penelitian

1. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan faedah kepada berbagai pihak, baik bagi penulis maupun pembaca pada umumnya, atau mereka yang membutuhkan pengetahuan tentang perilaku masyarakat dalam menyikapi pemberitaan hoax dimedia sosial *facebook*. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini bermanfaat untuk mengembangkan teori-teori yang berhubungan dengan perilaku masyarakat dalam menyikapi pemberitaan hoax dimedia sosial *facebook*.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan pembaca khususnya mengenai perilaku

masyarakat dalam menyikapi pemberitaan hoax dimedia sosial *facebook*.

- 2) Bagi penulis, penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan memperoleh wawasan terkait dengan masalah yang penulis angkat.

2. Luaran Penelitian

Luaran penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk dijadikan proposal penelitian dan minat dalam memperoleh informasi lebih ditingkatkan lagi supaya pengetahuan kita bertambah dan tidak ketinggalan dalam informasi atau berita yang sedang terjadi serta untuk diterbitkan di jurnal FUAD

F. Definisi Istilah

Untuk menghindari adanya kesalahan dalam pemahaman mengenai judul proposal ini maka perlu dijelaskan istilah-istilah berikut:

1. Pengertian strategi dalam kaitannya dengan pembelajaran menurut Erman yang dikutip oleh Zainal Arifin dan Adhi Setiyawan adalah siasat atau kiat yang sengaja direncanakan oleh guru berkenaan dengan segala persiapan pembelajaran agar pelaksanaan pembelajaran berjalan lancar dan tujuannya yang berupa hasil belajar bisa tercapai secara optimal
2. Media sosial merupakan sarana efektif dan efisien dalam menyampaikan suatu informasi kepada pihak lain. Media sosial sebagai media dengan dinamika sosial yang sangat tinggi dan memungkinkan komunikasi terbuka kepada berbagai pihak dengan beragam latar belakang dan kepentingan. Media sosial adalah sarana yang tepat untuk membangkitkan partisipasi warga dalam membangun Nagari.
3. *Hoax* adalah usaha untuk menipu atau mengakali pembaca atau pendengarnya untuk mempercayai sesuatu, padahal sang pencipta berita palsu tersebut tahu bahwa berita tersebut adalah palsu. Salah satu contoh pemberitaan palsu yang paling umum adalah mengklaim sesuatu barang atau kejadian dengan suatu sebutan yang berbeda dengan barang atau kejadian sebenarnya. Definisi lain menyatakan *hoax* adalah suatu tipuan

yang digunakan untuk mempercayai sesuatu yang salah dan seringkali tidak masuk akal yang sering tersebar melalui media sosial.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Strategi

1. Pengertian Strategi

Kata ‘strategi’ mempunyai pengertian yang berkaitan dengan hal-hal seperti kemenangan, kehidupan, atau daya juang. Artinya, berkaitan dengan mampu atau tidaknya suatu lembaga instansi atau organisasi menghadapi tekanan yang muncul dari dalam maupun luar. Menurut Anwar Arifin dalam bukunya strategi komunikasi menyatakan bahwa sesungguhnya suatu strategi adalah, keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan di jalankan untuk mencapai tujuan. Jadi, merumuskan strategi komunikasi berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi dan akan mungkin dihadapi di masa depan untuk mencapai efektivitas (Edi Suryadi, 2018:5-6).

Menurut Davit strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang hendak dicapai, aksi pontensi yang menentuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar. Selain itu, strategi mempengaruhi perkembangan jangka panjang perusahaan, biasanya untuk lima tahun ke depan, karenanya berorientasi kemasa yang akan datang (Cinthy Erika Putri Gunawan, 2017). Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi, sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat kordinasi tim kerja, memiliki tema mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efesiensi dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif (Fandi Tjiptono, 2000:17)

2. Fungsi Strategi

Terdapat 6 (enam) fungsi yang harus dilakukan secara simultan, yaitu:

- a. Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang ingin dicapai.
- b. Menghubungkan kekuatan/keunggulan organisasi dengan peluang lingkungannya.
- c. Menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
- d. Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi ke depan.
- e. Menanggapi serta bereaksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu. (Sofjan Assauri, 2013:7)

3. Manfaat Strategi

Dalam suatu lembaga atau organisasi menurut Greenly dalam bukunya David akan membawa manfaat – manfaat sebagai berikut ini :

- a. Memungkinkan untuk identifikasi, penentuan priorita dan eksploitasi peluang
- b. Memberikan pandangan yang obyektif atas masalah manajemen
- c. Mempresentasikan kerangka kerja untuk aktivitas control dan koordinasi yang baik
- d. Meminimalkan efek dari kondisi perubahan yang jelek
- e. Memungkinkan agar keputusan besar dapt mendukung dengan baik tujuan yang telah ditetapkan
- f. Memungkinkan alokasi waktu dan sumberdaya yang lebih efektif untuk peluang yang telah teridentifikasi
- g. Memungkinkan alokasi sumberdaya dan waktu yang lebih sedikit untuk mengoreksi keputusan yang salah atau tidak terencana
- h. Menciptakan krangka kerja untuk komunikasi internal staf
- i. Membantu mengintregaikan perilaku individu dalam usaha bersama
- j. Memberikan dasar untuk mengklarifikasi tanggung jawab individu.
- k. Mendorong pemikiran kemas depan atau lebih inovatif
- l. Menyediakan pendekatan kooperatif, terintegrasi dan antusias untuk mengadapi masalah dan peluang

- m. Mendorong terciptanya sikap positif terhadap perubahan (David, freed R, 2006:20)

Strategi yang baik saat ini semakin penting dalam hal arti dan juga manfaatnya. Apabila di ingat bahwa lingkungan lembaga ataupun organisasi memahami perubahan yang semakin cepat dan kompleks. Dimana dibutuhkan suatu pemikiran dan strategi dari para pemimpin untuk mengelola perubahan yang ada dalam suatu strategi yang tepat dan handal sehingga keberhasilan suatu strategi ditentukan oleh manajer atau pemimpinnya.

B. Masyarakat

1. Pengertian Masyarakat

Dalam bahasa Inggris dipakai istilah *society* yang berasal dari kata Latin *socius*, berarti “kawan”. Istilah masyarakat sendiri berasal dari akar kata Arab *syaraka* yang berarti “ikut serta, berpartisipasi”. Masyarakat adalah sekumpulan manusia saling “bergaul”, atau dengan istilah ilmiah, saling “berinteraksi” (Koentjaraningrat, 2009: 116).

Menurut Phil Astrid S. Susanto (1999: 6), masyarakat atau *society* merupakan manusia sebagai satuan sosial dan suatu keteraturan yang ditemukan secara berulang-ulang, sedangkan menurut Dannerius Sinaga (1988: 143), masyarakat merupakan orang yang menempati suatu wilayah baik langsung maupun tidak langsung saling berhubungan sebagai usaha pemenuhan kebutuhan, terkait sebagai satuan sosial melalui perasaan solidaritas karena latar belakang sejarah, politik ataupun kebudayaan yang sama

Dari beberapa pengertian tersebut, dapat dimaknai bahwa masyarakat merupakan kesatuan atau kelompok yang mempunyai hubungan serta beberapa kesamaan seperti sikap, tradisi, perasaan dan budaya yang membentuk suatu keteraturan.

2. Ciri-Ciri Masyarakat

Soerjono Soekanto (2006: 156-157) menyatakan bahwa sebagai suatu pergaulan hidup atau suatu bentuk kehidupan bersama manusia, maka masyarakat itu mempunyai ciri-ciri pokok sebagai berikut :

- a. Manusia yang hidup bersama. Di dalam ilmu sosial tak ada ukuran yang mutlak ataupun angka yang pasti untuk menentukan berapa jumlah manusia yang harus ada. Akan tetapi, secara teoritis angka minimumnya ada dua orang yang hidup bersama.
- b. Bercampur untuk wilayah yang cukup lama. Kumpulan dari manusia tidaklah sama dengan kumpulan benda-benda mati, seperti kursi, meja dan sebagainya, karena berkumpulnya manusia akan timbul manusia-manusia baru. Manusia itu juga dapat bercakap-cakap, kesan-kesan atau perasaan-perasaannya. Sebagai akibat hidup bersama itu timbulah sistem komunikasi dan timbulah peraturan-peraturan yang mengatur hubungan antar manusia dalam kelompok tersebut.
- c. Mereka sadar merupakan sebuah kesatuan.
- d. Mereka merupakan suatu sistem hidup bersama. Sistem kehidupan bersama menimbulkan kebudayaan, oleh karena setiap anggota kelompok merasa dirinya terikat satu dengan yang lainnya.

3. Syarat Fungsional Masyarakat

Suatu masyarakat akan dapat dianalisa dari sudut syarat fungsionalnya yaitu:

- a. Fungsi adaptasi yang menyangkut hubungan antara masyarakat sebagai sistem sosial, hal ini secara umum menyangkut penyesuaian masyarakat terhadap kondisi-kondisi dari lingkungan hidupnya
- b. Fungsi integrasi hal ini mencakup jaminan terhadap koordinasi yang diperlukan antara unit-unit dari sistem sosial, khususnya yang berkaitan dengan kontribusi pada organisasi dan berperannya keseluruhan sistem

- c. Fungsi mempertahankan pola hal ini berkaitan dengan hubungan antara masyarakat yang berhubungan dengan kebudayaan
- d. Fungsi pencapaian tujuan berkaitan dengan hubungan antara masyarakat yang berhubungan dengan kepribadian (Soekanto, 1983).

C. Masyarakat Nagari Cerdas

Untuk mewujudkan masyarakat Nagari Batu Basa cerdas diperlukan Nagari yang cerdas, Nagari cerdas terdiri atas 6 dimensi yang menjadi bagian dari konsep Nagari cerdas (Giffinger, 2007), yaitu:

1. Smart Government (Pemerintahan Cerdas)

Smart Government merupakan salah satu dari 6 dimensi dari dari terwujudnya smart city (Cohen, 2013) . Smart Government terdiri dari aspek pelayanan bagi masyarakat secara administrative. Dengan faktor-faktor yang ada didalamnya, seperti partisipasi dalam pengambilan keputusan, pelayanan umum dan sosial, pemerintahan yang transparan, layanan online, sarana dan prasarananya

Smart Government adalah salah satu dimensi dari smart city yang mengutamakan dari sisi pengaturan pemerintahan. Untuk menciptakan tata kelola serta upaya pemerintahan yang transparansi terhadap masyarakat serta jujur, bersih dan adil maka diperlukan partisipasi dari pemerintah dan masyarakat. Indikator dari smart Government meliputi factor dari sisi politik yaitu adanya keterlibatan masyarakat untuk pengambilan keputusan, pelayanan public dan social bagi masyarakat serta pemerintahan yang transparan

Menurut Slameto (2010) Kesiapan adalah suatu kondisi dalam memberi respon atau jawaban di suatu kondisi atau situasi. Tingkat kesiapan adalah suatu penilaian terstruktur untuk membantu pengukuran kedewasaan atau kesiapan dari suatu Nagari. Makna dari “kesiapan” menyiratkan adanya kondisi yang membedakan antara “siap”, “belum siap” serta “tidak siap”. Pengertian kesiapan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah berawal dari kata dasar “siap” yang mempunyai arti “tersedia”.

2. Smart Environment (Lingkungan Cerdas)

Smart environment dirancang karena kondisi alam seperti polusi, iklim dan lain-lain yang ditujukan untuk pemeliharaan lingkungan. Dengan faktor-faktor yang ada pada lingkungan cerdas yaitu seperti daya tarik kondisi alamnya, polusi, perlindungan lingkungan, serta pengelolaan sumberdaya alam yang berkelanjutan

3. Smart People (Masyarakat Cerdas)

Masyarakat cerdas tidak hanya dideskripsikan oleh tingkat kualifikasi atau pendidikan dari masyarakatnya, namun juga dilihat dari kualitas interaksi sosial mengenai kehidupan publik dan keterbukaan terhadap dunia luar. Faktor-faktor yang ada didalamnya seperti tingkat kualifikasi, daya tarik untuk belajar sepanjang hayat, etnis sosial dan pluralitas, fleksibilitas, kreativitas, keterbukaan pikiran/pendapat, serta partisipasi dalam kehidupan publik.

4. Smart Economy (Ekonomi Cerdas)

Ekonomi cerdas termasuk di dalamnya faktor-faktor seputar kompetisi ekonomi sebagai inovasi, kewirausahaan, merek dagang, keproduktifan, dan fleksibilitas dari sisi pasar tenaga kerja serta penggabungan dalam pasar internasional. Dengan faktor-faktor seperti semangat berinovasi, kewirausahaan, citra ekonomi dan merek dagang, produktivitas, fleksibilitas dari pasar tenaga kerja, serta kemampuan untuk melakukan perubahan.

5. Smart Living (Kehidupan Cerdas)

Kehidupan cerdas meliputi berbagai aspek dari kualitas hidup sebagai budaya, kesehatan, keselamatan, perumahan, pariwisata, dan lain-lain. Dengan faktor-faktornya antara lain fasilitas budaya, kondisi kesehatan, keselamatan individu, kualitas perumahan, fasilitas pendidikan, daya tarik wisata, dan keterpaduan sosial.

6. Smart Mobility (Mobilitas Cerdas)

Mobilitas cerdas memiliki aspek penting yaitu aksesibilitas lokal dan internasional yang sama baiknya dengan ketersediaan teknologi

informasi dan komunikasi dan modern serta sistem transportasi yang berkelanjutan. Dengan faktor-faktor yang terdapat pada mobilitas cerdas antara lain aksesibilitas lokal dan internasional, ketersediaan prasarana teknologi informasi dan komunikasi, dan sistem transportasi yang berkelanjutan, inovatif, dan aman.

D. Sikap

1. Pengertian sikap

Pada dasarnya, istilah sikap atau “*attitude*” di gunakan untuk menunjuk status mental individu. Sikap individu selalu di arahkan kepada suatu hal atau objek tertentu dan sifatnya maisih tertutup. Oleh karena itu, manifestasi sikap tidak dapat dilihat, tetapi hanya dapat di tafsirkan dari perilaku yang tertutup tersebut. Sikap juga bersifat sosial, dalam artian sikap kita hendaknya dapat beradaptasi dengan orang lain. (Sunaryo, 2004, hal. 195)

2. Fungsi sikap

Menurut Katz (1964) dalam buku Wawan dan Dewi (2010:23) sikap mempunyai beberapa fungsi, yaitu:

- a. Fungsi instrumental, fungsi sikap ini di kaitkan dengan alasan praktis atau manfaat dan menggambarkan keadaan keinginan. Contoh: sebagian masyarakat sangat menentang bentuk kekerasan untuk menyelesaikan setiap masalah dan mendukung setiap penyelesaian melalui jalur hukum
- b. Fungsi pertahanan ego, sikap ini di ambil individu dalam rangka melindungi diri dari kecemasan atau ancaman harga dirinya.
- c. Fungsi nilai ekspresi, sikap ini mengekspresikan nilai yang ada dalam individu. Sistem nilai apa yang ada pada diri individu, dapat dilihat dari sikap yang diambil oleh individu yang bersangkutan terhadap nilai tertentu.

- d. Menghargai, pada tingkat ini, sikap individu mengajak orang lain untuk mengerjakan atau mendiskusikan suatu masalah.
- e. Bertanggung jawab, pada tingkat ini, sikap individu akan bertanggung jawab dan siap menanggung segala resiko atas segala sesuatu yang telah di pilihnya.

3. Komponen Sikap

Secara umum, dalam berbagai referensi, sikap memiliki 3 komponen yakni: kognitif, afektif, dan kecenderungan tindakan (konatif). Komponen kognitif merupakan aspek sikap yang berkenaan dengan penilaian individu terhadap obyek atau subyek. Informasi yang masuk ke dalam otak manusia, melalui proses analisis, sintesis, dan evaluasi akan menghasilkan nilai baru yang akan diakomodasi atau diasimilasikan dengan pengetahuan yang telah ada di dalam otak manusia. Nilai-nilai baru yang diyakini benar, baik, indah, dan sebagainya, pada akhirnya akan mempengaruhi emosi atau komponen afektif dari sikap individu. Oleh karena itu, komponen afektif dapat dikatakan sebagai perasaan (emosi) individu terhadap obyek atau subyek, yang sejalan dengan hasil komponen kecenderungan (konatif) bertindak berkenaan dengan keinginan individu penilaiannya. Sedang untuk melakukan perbuatan sesuai dengan keyakinan dan keinginannya. Sikap seseorang terhadap suatu obyek atau subyek dapat positif atau negatif. Manifestasikan sikap terlihat dari tanggapan seseorang apakah ia menerima atau menolak, setuju atau tidak setuju terhadap obyek atau subyek (Azwar, 2007: 23-24).

4. Aspek-aspek sikap

terdapat dua aspek pokok dalam hubungan antara sikap dengan perilaku, yaitu:

- 1) Aspek keyakinan terhadap perilaku Keyakinan terhadap perilaku merupakan keyakinan individu bahwa menampilkan atau tidak menampilkan perilaku tertentu akan menghasilkan akibat-akibat atau

hasil-hasil tertentu. Aspek ini merupakan aspek pengetahuan individu tentang objek sikap. Pengetahuan individu tentang objek sikap dengan kenyataan. Semakin positif keyakinan individu akan akibat dari suatu objek sikap, maka akan semakin positif pula sikap individu terhadap objek sikap tersebut, demikian pula sebaliknya.

- 2) Aspek evaluasi akan perilaku Evaluasi akan akibat perilaku merupakan penilaian yang diberikan oleh individu terhadap tiap akibat atau hasil yang dapat diperoleh apabila menampilkan perilaku tertentu. Evaluasi atau penilaian ini dapat bersifat menguntungkan dapat juga merugikan, berharga atau tidak berharga, menyenangkan atau tidak menyenangkan. Semakin positif evaluasi individu akan akibat dari suatu objek sikap, maka akan semakin positif pula sikap terhadap objek tersebut, demikian pula sebaliknya (Fishbein and Ajzen , 1975 dalam Azwar 2010:28).

5. Teori-teori sikap

Terdapat beberapa pandangan/teori tentang konsistensi sikap, yang pada umumnya berasumsi bahwa orang mencari konsistensi diantara kognisi, yaitu:

- a) Teori Keseimbangan dari Heider Menurut Freitz Heider asumsi dasar teori ini menekankan pada adanya hubungan keseimbangan atau ketidakseimbangan antara unsur-unsur individu (I), orang lain(O) dan objek sikap (Ob). Keadaan seimbang terjadi jika hubungan antara (I), (O), dan (Ob) berjalan harmonis, sedangkan jika hubungan ketiganya tidak harmonis menyebabkan bahwa persepsi orang terhadap bentuk hubungan antara unsure (I), (O), dan (Ob) memegang peranan penting dalam menentukan keseimbangan yang terjadi. Dengan demikian menurut teori ini perubahan sikap dapat dilakukan dengan menciptakan kesamaan persepsi antara (I) dan (O) terhadap (Ob) sikap (Azwar, 2010:40-43)

- b) Teori Konsistensi Afektif-Kognitif dari Rosenberg Menurut Rosenberg (1960) dalam Fishbein and Ajzen (1965), teori ini berasumsi bahwa komponen afeksi senantiasa berhubungan dengan komponen kognisi dan hubungan tersebut dalam keadaan konsisten. Orang berusaha membuat kognisinya konsisten dengan afeksinya. Dengan kata lain, keyakinan seseorang, pendirian seseorang dan pengetahuan seseorang tentang suatu fakta sebagian ditentukan oleh pilihan afeksinya. Konsekuensinya bila terjadi perubahan dalam komponen afeksi akan menimbulkan perubahan pada komponen kognisi. Untuk itu dalam mengubah sikap, maka komponen afeksi diubah lebih dahulu kemudian akan mengubah komponen kognisi serta diakhiri dengan perubahan sikap (Azwar, 2010:51-52).
- c) Teori Dimensi Kognitif dari Festinger Menurut Leon Festinger (1957), asumsi dasar dari teori ini adalah sikap berubah demi mempertahankan konsistensinya dengan perilaku nyata. Seringkali manusia dihadapkan pada adanya konflik antara berbagai kognisi, sikap, bahkan antara sikap dengan perilaku. Keadaan ini disebut disonansi. Usaha mengurangi disonansi dapat dilakukan dengan mengubah salah satu atau kedua unsure kognisi, bahkan dapat juga dilakukan dengan menambah kognisi baru. Cara spesifik yang dilakukan, menurut Azwar (2000), adalah dengan mengubah perilaku, mengubah unsur kognisi dari lingkungan dan menambah unsur kognisi yang baru (Azwar, 2010:45).
- d) Teori Kesesuaian Osgood dan Tannenbaum Pokok prinsip kesesuaian (congruity principle) yang dirumuskan oleh Osgood dan Tannenbaum (1955), dalam Secord and Backman (1964) mengatakan bahwa unsure-unsur kognitif mempunyai valensi positif atau valensi negatif dalam berbagai intensitas atau mempunyai valensi nol. Unsur-unsur yang relevan satu sama lain dapat mempunyai hubungan positif ataupun negatif. Kesesuaian akan terjadi apabila kesemua hubungan bervalensi

nol atau bila dua diantaranya bervalensi negatif dengan intensitas yang sama (Azwar, 2010:43)

- e) Teori Fungsional Katz Teori fungsional yang dikemukakan oleh Katz mengatakan bahwa untuk memahami bagaimana sikap menerima dan menolak perubahan haruslah berangkat dari dasar motivasional sikap itu sendiri. Apa yang dimaksud oleh Katz sebagai dasar motivasional merupakan fungsi sikap bagi individu yang bersangkutan (Azwar, 2010:53).
- f) Teori Tiga Proses Perubahan Kelman Kelman (1958) dalam Brigham (1991), mengemukakan teorinya mengenai organisasi sikap dengan menekankan konsepsi mengenai berbagai cara atau proses yang sangat berguna dalam memahami fungsi pengaruh social terhadap perubahan sikap. Lebih jauh, teori Kelman sangat relevan dengan permasalahan pengubahan sikap manusia. Secara khusus Kelman menyebutkan adanya tiga proses sosial yang berperan dalam proses perubahan sikap, yaitu ketersediaan (compliance), identifikasi (identification) dan internalisasi (internalization).
- g) Teori Nilai-Ekspektansi Teori nilai-ekspektansi (expectancy-value theory) mengenai sikap dikemukakan oleh banyak ahli psikologi. Edward Chace Tolman (1932) dalam Hergenhahn (1982) mengemukakan konsepnya mengenai perilaku bertujuan (purposive) dimana manusia belajar akan suatu harapan atau ekspektansi yaitu rasa percaya bahwa suatu respons perilaku akan membawa pada suatu peristiwa atau hal tertentu. Peristiwa atau nilai ini memiliki nilai positif apabila sesuai dengan harapan (dalam istilah Tolman disebut konfirmasi) dan akan memiliki nilai negatif apabila tidak sesuai dengan harapan atau tidak terjadi konfirmasi. Konfirmasi akan memperkuat rasa percaya manusia bahwa suatu respon memang akan

membawa kepada hal tertentu itu (kognisi). Jadi manusia belajar untuk mengulang perilaku yang memiliki nilai positif (Azwar, 2010:58).

6. Tingkatan sikap

- 1) Menerima (receiving) Menerima diartikan bahwa orang (subjek) mau dan memperhatikan stimulus yang diberikan (objek)
- 2) Merespon (responding) Memberikan jawaban apabila ditanya, mengerjakan dan menyelesaikan tugas yang diberikan adalah suatu indikasi dari sikap. Karena dengan suatu usaha untuk menjawab pertanyaan atau mengerjakan tugas yang diberikan, terlepas dari pekerjaan itu benar atau salah adalah orang menerima ide tersebut.
- 3) Menghargai (valuing) Mengajak orang lain untuk mengerjakan atau mendiskusikan suatu masalah adalah indikasi sikap tingkat ketiga.
- 4) Bertanggungjawab (responsible) Bertanggungjawab atas segala sesuatu yang telah dipilihnya dengan segala resiko merupakan sikap yang paling tinggi. Pengukuran sikap dapat dilakukan secara langsung atau tidak langsung. Secara langsung dapat ditanyakan bagaimana pendapat atau pernyataan responden terhadap suatu objek. Secara langsung dapat dilakukan dengan pernyataan-pernyataan hipotesis, kemudian ditanyakan pendapat responden (Azwar, 2010:60).

E. Pemberitaan

Berita (news) adalah sajian utama sebuah media massa di samping views (opini). Mencari bahan berita kemudian menyusunnya merupakan tugas pokok wartawan dan bagian redaksi sebuah penerbitan pers (media massa). (Romli, 2014:3)

Tidak ada rumusan tunggal mengenai pengertian berita. Bahkan, “News is difficult to define, because it involves many variabel factors,” kata Earl English dan Clarence Hach. Berita sulit didefinisikan, sebab ia mencakup banyak faktor variabel. “Berita lebih mudah dikenali daripada

diberi batasannya,” menurut Irving Resenthal dan Marton Yarmen. (Romli, 2014:3)

Namun demikian, banyak pakar komunikasi yang mencoba merumuskan definisi- definisi berita, dengan penekanan yang berbeda terhadap unsur-unsur yang dikandung oleh sebuah berita. Nothclife misalnya, menekankan pengertian berita pada unsur “keanehan” atau “ketidaklaziman” sehingga mampu menarik perhatian dan rasa ingin tahu (*curiosity*). Ia mengatakan, “jika seekor anjing menggigit orang itu bukanlah berita. Tetapi jika orang menggigit anjing itulah berita” (*If a dog bites a man, it is not news. But if man bites a dog is news*). (Romli, 2014:4)

Kita boleh sepakat serta tidak sepakat terhadap pandangan Nothclife tersebut. Karena jika yang digigit anjing itu adalah orang terkenal misalnya artis populer atau seorang kepala negara, maka berita tersebut merupakan berita yang menarik. Kesimpulannya adalah “kita menerima penekanan bahwa berita yang baik dan yang layak dicari antara lain adalah yang mengandung unsur “keanehan” itu sendiri. Sehingga berita yang kita buat bisa dibaca orang lain”. (Romli, 2014:4)

Michthel V. Charnley mengemukakan pengertian berita yang lebih lengkap dan untuk keperluan praktis yang layak kita jadikan acuan. Ia mengatakan “Berita adalah laporan tercepat dari suatu peristiwa atau kejadian yang faktual, penting, dan menarik bagi sebagian besar pembaca, serta menyangkut kepentingan mereka”. (Romli, 2014:5)

Dari definisi-definisi diatas, kita dapat melihat terdapat empat unsur yang harus dipenuhi oleh sebuah berita yang sekaligus menjadi “karakteristik utama” sebuah berita dapat dipublikasikan di media massa atau yang biasa disebut layak muat. Keempat unsur inilah yang dikenal dengan nilai-nilai berita (*news values*) atau nilai-nilai jurnalistik. (Romli, 2014:5)

1. Cepat, yakni aktual atau ketepatan waktu. Dalam unsur ini terkandung makna harfiah berita (*news*). “Tulisan jurnalistik,” kata Al Hester, “adalah

tulisan yang memberi pembaca pemahaman atau informasi yang tidak ia ketahui sebelumnya.”

2. Nyata (faktual), yakni informasi tentang sebuah fakta (fact), bukan fiksi atau karangan. Fakta dalam dunia jurnalistik terdiri dari kejadian nyata (real event), pendapat (opinion), dan pernyataan (statement) sumber berita. Dalam unsur ini terkandung pula pengertian sebuah berita harus merupakan informasi tentang sesuatu dengan keadaan sebenarnya atau laporan mengenai fakta sebagaimana adanya. “Seorang wartawan harus menulis apa yang benar saja,” ujar M.L. Stein (1993:26), seraya mengingatkan “jangan sekali-kali ia mengubah fakta untuk memuaskan hati seseorang atau suatu golongan. Jika sumber anda dapat dipercaya itulah yang paling penting.”
3. Penting, artinya menyangkut kepentingan orang banyak. Misalnya peristiwa yang akan berpengaruh pada kehidupan masyarakat secara luas, atau dinilai perlu untuk diketahui dan diinformasikan kepada orang banyak seperti kebijakan baru pemerintah, kenaikan harga, dan sebagainya.
4. Menarik, artinya mengundang orang untuk membaca berita yang kita tulis. Berita yang biasanya menarik perhatian pembaca, disamping yang aktual dan faktual serta menyangkut kepentingan orang banyak juga berita yang bersifat menghibur (lucu), mengandung keganjilan atau keanehan, atau berita “human interest” (menyentuh emosi, menggugah perasaan). (Romli, 2014:5-6)

Secara ringkas dapat diambil kesimpulan bahwa berita merupakan laporan peristiwa yang telah memenuhi keempat unsur tersebut, karena tidak semua peristiwa yang terjadi layak dilaporkan atau diinformasikan. Dengan demikian seorang wartawan hendaknya mampu membedakan mana peristiwa yang mempunyai nilai berita dan mana yang tidak mengandung unsur-unsur nilai berita. (Romli, 2014:6-7)

Unsur-unsur berita tersebut dikenal dengan 5W+1H, meliputi:

1. What : Apa yang terjadi?
2. Where : Dimana hal itu terjadi?
3. When : Kapan peristiwa itu terjadi?
4. Who : Siapa yang terlibat dalam kejadian itu?
5. Why : Kenapa hal itu terjadi?
6. How : Bagaimana peristiwa itu terjadi? (Romli, 2014:10)

Sedangkan jenis-jenis berita yang dikenal dalam dunia jurnalistik antara lain adalah sebagai berikut:

1. Straight News : berita langsung, apa adanya, ditulis secara singkat dan lugas. Sebagian besar halaman depan surat kabar atau yang menjadi berita utama (headline) merupakan berita jenis ini,
2. Depth News : berita mendalam, dikembangkan dengan pendalaman hal-hal yang ada di bawah suatu permukaan
3. Investigation News : berita yang dikembangkan berdasarkan penelitian atau penyelidikan dari berbagai sumber
4. Interpretative News : berita yang dikembangkan dengan pendapat atau penilaian wartawan berdasarkan fakta yang ditemukan
5. Opinion News : berita mengenai pendapat seseorang, biasanya pendapat para cendekiawan, sarjana, ahli, atau pejabat mengenai suatu hal, peristiwa, kondisi poleksosbudhankam, dan sebagainya. (Romli, 2014:11-12)

Kemudian struktur berita yang lengkap adalah seperti yang tertulis dibawah ini:

1. Judul (head)
2. Dateline, yakni tempat atau waktu berita itu diperoleh dan disusun.

3. Teras berita (Lead)

4. Isi berita (Body) (Romli, 2014:13)

F. Hoax

1. Sejarah hoax

(Ratna Istriyani, 2016:300) Hoax bukanlah produk zaman digital, kita bisa flash back dalam sejarah manusia dimulai dari Nabi Adam AS sebagai manusia pertama yang menjalani konsekuensi berita bohong dari syaitan, kala itu, Adam AS mendapatkan kabar bohong dari iblis Adam dan Hawa melanggar perintah Allah untuk tidak mendekati pohon khuldi, syaitan dengan segala tipu dayanya berhasil membuat Adam dan Hawa percaya dan memakan buah pohon tersebut, mereka berdua telah melanggar perintah dari Allah SWT sehingga harus terusir dari surga.

Kabar atau informasi yang bersifat hoax tidak berhenti pada masa Nabi Adam AS saja, namun terus berlanjut hingga masa Nabi Muhammad SAW, bahkan dalam kehidupan umat Islam di akhir zaman ini sangat marak terjadi. Bak seperti virus, hoax menjadi viral dan terkenal dengan dukungan perangkat teknologi informasi yang canggih sehingga tanpa sadar, banyak orang yang ikut menyebarkan berita tersebut, bagaikan bola salju mengelinding tanpa diketahui titik permulaannya.

Dari kisah nabi tersebut menggambarkan begitu mudahnya sebuah berita bohong di buat dan bahkan disebarkan dari satu orang atau kelompok ke kelompok lain. Hingga pada zaman kecanggihan teknologi seperti sekarang, sangat mudah dan cepat menyebarkan informasi atau berita di seluruh belahan dunia.

Menurut Lynda Walsh dalam buku *Against Science* merupakan istilah dalam bahasa Inggris yang masuk sejak era industri, diperkirakan pertama kali muncul pada 1808. Asal kata hoax diyakini ada sejak ratusan tahun sebelumnya, yakni hocus dari mantra hocus pocus, frasa yang kerap disebut para pesulap, serupa dengan sim salabim. Alexandre Boese dalam *Museum Of Hoaxes* mencatat hoax pertama

yang dipublikasikan adalah almanak (penanggalan) palsu yang di buat oleh Isaac Bickerstaff alias Jonathan Swift pada 1709 (A. Yudo Trianto, 2007:34).

Pada saat itu, ia meramalkan kematian astrolog John Partridge. Agar hal itu meyakinkan, ia bahkan membuat obituary palsu tentang Partridge pada hari yang diramal sebagai hari kematiannya. Swift mengarang informasi tersebut untuk mempermalukan Partridge di mata umum. Partridge pun berhenti kemudian ia membuat at almanac astrologi sehingga enam tahun setelah hoax itu pun beredar. Penyair aliran romantic Amerika Serikat, Edgar Allan Poe, pun diduga pernah membuat enam hoax sepanjang hidupnya, seperti informasi dari hoaxes.org yang di kelola Boese.Poe, sekitar 1829-1831, menulis di Koran local Baltimore akan ada orang yang meloncat dari Phoenix Shot Tower pada pagi hari 1 April.

Orang itu ingin mencoba mesin terbang buatannya, dan akan melayang ke Lazaretto Point Ligh Thouse yang berjarak 2,5 mil. Pada saat itu Phoenix Shot Tower yang baru dibangun, merupakan bangunan tertinggi di AS. Berita orang terbang di gedung tertinggi itu menarik begitu banyak peminat, orang-orang berkumpul di bawah gedung menyaksikannya.

Tapi, yang ditunggu tidak kunjung hadir. Kerumunan orang kesal dan bubar begitu menyadari hari itu 1 April. Poe lalu meminta maaf di Koran sore, menyatakan orang itu tidak bisa hadir karena salah satu sayapnya basah (Ilham Syaifullah, 2018:19).

2. Pengertian hoax

Hoax adalah kabar, informasi, berita palsu atau bohong. Menurut KBBI disebut dengan hoaks yang artinya berita bohong. *Hoax* adalah berita bohong, informasi palsu atau kabar dusta. Istilah ini populer seiringan dengan berkembangnya media *online* terutama media sosial. Literatur jurnalistik, istilah yang sama dengan *hoax* adalah *libel*, yakni

berita bohong, tidak benar, sehingga menjurus pada kasus pencemaran nama baik (Romli, 2012:117)

Hoax merupakan ekses negatif kebebasan berbicara dan berpendapat di internet. Khususnya media sosial dan blog. Sedangkan menurut wikipedia, hoax adalah usaha untuk menipu atau mengakali pembaca/pendengarnya untuk mempercayai sesuatu, padahal sang pencipta berita palsu tersebut tahu bahwa berita tersebut adalah palsu.

Hoax bertujuan membuat opini publik, menggiring opini, membentuk persepsi, juga untuk bersenang-senang yang menguji kecerdasan dan kecermatan pengguna internet dan media sosial.

3. Muncul dan berkembangnya hoax

Hoax dibuat seseorang atau kelompok dengan beragam tujuan, mulai dari sekedar main-main, hingga tujuan ekonomi (penipuan), dan politik (propaganda/pembentukan opini publik) atau agitasi (hasutan). Hoax biasanya muncul ketika sebuah isu mencuat ke permukaan, namun banyak hal yang belum terungkap atau menjadi tanda tanya

Di Indonesia, hoax marak sejak pemilihan presiden 2014 sebagai dampak gencarnya kampanye di media sosial. Hoax bermunculan guna menjatuhkan citra lawan politik alias kampanye hitam alias kampanye negatif.

Menurut Dewan Pers, di Indonesia maraknya hoax juga karena adanya krisis kepercayaan terhadap media mainstream sehingga publik menjatuhkan ke media abal-abal.

Menurut Yosep Adi Prasetyo selaku Ketua Dewan Pers hoax merupakan dampak berubahnya fungsi media sosial dari media pertemanan dan berbagi sarana menyampaikan pendapat politik dan mengomentari pendirian orang lain.

Berita *hoax* membawa dampak yang negatif yang cukup besar. Sumber berita yang tidak jelas sehingga berita tidak dapat dipertanggung jawabkan, pesan bersifat sepihak hanya membela dan menyerang saja, sering mencatat nama tokoh seakan informasi berasal dari tokoh tersebut.

Memfaatkan fanatisme ideologi dengan nilai-nilai agama untuk menakutkan, judul dan tampilan provokatif, judul dengan isi atau link tidak cocok.

Salah satu penyebab berita-berita hoax itu tetap ada yaitu jurnalisisme yang belum cukup kuat membuat *hoax* tetap berkembang. Pendidikan yang rendah juga menjadi pengaruh berita *hoax* ini tersebar dan berkembang, karena sulitnya memilah dan menyaring informasi atau berita yang disuguhkan media. Internet memberikan ruang untuk siapapun bisa menulis dan menyebarkan berita yang ditulisnya. (Moch. Rifki Rahman, hal. 39-40)

4. Ciri-ciri berita hoax

Menurut Anto Satriyo Nugroho (2015), ciri-ciri hoax ada 4 yaitu:

- a. Didistribusikan via email atau media sosial karena efeknya lebih besar
- b. Berisi pesan yang membuat cemas, panik para pembacanya
- c. Diakhiri dengan himbauan agar si pembaca segera memforwardkan warning tersebut ke forum yang lebih luas. Hoax memanfaatkan iktikad baik si pembaca, sehingga pembaca email ini tanpa meneliti terlebih dahulu kebenaran beritanya, langsung segera menyebarkannya ke forum yang lebih luas. Akibatnya lalu lintas peredaran data di internet makin padat dengan berita yang tidak benar.
- d. Biasanya pengirim awal hoax ini tidak diketahui identitasnya.

5. Tujuan hoax

Hoax bertujuan untuk membuat opini, menggiringi opini publik, membentuk persepsi manusia juga untuk hufing fun yang menguji kecerdasan dan juga kecermatan pengguna internet dan media sosial. Tujuan penyebaran hoax beragam tapi pada umumnya hoax disebarkan sebagai bahan lelucon atau sekedar iseng, menjatuhkan pesaing (black campaign), promosi dengan penipuan. Namun ini menyebabkan banyak penerima hoax terpancing untuk segera menyebarkan kepada rekan sejawatnya sehingga akhirnya hoax ini dengan cepat tersebar luas.

Orang lebih cenderung percaya hoax jika informasinya sesuai dengan opini atau sikap yang dimiliki. Secara alami perasaan positif akan timbul dalam diri seseorang jika opini atau kenyakinannya mendapat afirmasi sehingga cenderung tidak akan memperdulikan apakah informasi yang di terimanya benar dan bahkan mudah saja bagi mereka untuk menyebarkan kembali informasi tersebut.

Hal ini dapat di perparah jika si penyebar berita hoax memiliki pengetahuan yang kurang dalam memanfaatkan internet guna mencari informasi lebih dalam atau sekedar untuk cek dan ricek fakta. 31 Perbuatannya menyebarkan isu kebohongan yang mempengaruhi pikiran individu yang terkumpul menjadi pikiran masif

Adapun hoax dapat berkembang karena kesalahan individu yang tidak meneliti informasi yang beredar. Oleh karenanya dalam UU ITE, individu yang meneruskan hoax kepada individu lainnya juga dianggap melakukan penyebaran informasi palsu (Dedi Rianto, 2017:61).

6. Jenis-jenis dan teori hoax

7. Fake news : Berita bohong, berita yang berusaha menggantikan berita yang asli. Berita ini bertujuan untuk memalsukan atau memasukkan ketidakbenaran dalam suatu berita.
8. Clickbait : Tautan jebakan, tautan yang diletakkan secara strategis di dalam suatu situs dengan tujuan untuk menarik orang masuk ke situs lainnya. Konten di dalam tautan ini sesuai fakta namun judulnya dibuat berlebihan atau dipasang gambar yang menarik untuk memancing pembaca.
9. Confirmation bias : Bias konfirmasi, kecenderungan menginterpretasikan kejadian yang baru terjadi sebagai bukti dari kepercayaan yang sudah ada.
10. Misinformation : informasi yang salah atau tidak akurat, terutama yang ditunjukkan untuk menipu.
11. Post-truth : Pasca kebenaran, kejadian di mana emosi lebih berperan dari pada fakta untuk membentuk opini publik

12. Propaganda : Aktivitas menyebar luaskan informasi, fakta, argument, gosip, setengah kebenaran, atau bahkan kebohongan untuk mempengaruhi opini publik (Santoso, 2001:16).

Menurut Septiaji Eko Nugroho, Ketua Masyarakat Indonesia Anti Hoax, bahwa ada 4 teori yang terjadi dalam kajian hoax :

1. Literasi dimaksudkan untuk memeriksa kembali kebenaran berbagai informasi yang masuk.
2. Teori kedua lingkaran setan (vicious circle).
3. Teori ketiga berdasarkan pandangan agama.
4. Teori keempat disebut teori atom negatif, teori ini berpijak pada sains tentang atom dan perilakunya (Santoso, 2001:27).

7. Cara efektif untuk mengatasi hoax

Kalau tidak hati-hati, netizen bisa termakan tipuan hoax, atau bahkan ikut menyebarkan informasi palsu yang boleh jadi sangat merugikan bagi pihak korban fitnah. Ketua Masyarakat Indonesia Anti Hoax Septiaji Eko Nugroho menguraikan lima langkah sederhana yang bisa membantu dalam mengidentifikasi mana berita hoax dan mana berita asli. Berikut penjabarannya.

1. Hati-hati dengan judul provokatif berita hoax kerap kali membubuhi judul sensasional yang provokatif, misalnya dengan langsung menudingkan jari ke pihak tertentu. Isinya pun bisa diambil dari berita media resmi, hanya saja diubah-ubah agar menimbulkan persepsi sesuai yang dikehendaki sang pembuat hoax. Karena itu, apabila menjumpai berita dengan judul provokatif, sebaiknya cari referensi berupa berita serupa dari situs online resmi, kemudian bandingkan isinya, apakah sama atau berbeda. Dengan begini, setidaknya pembaca bisa memperoleh kesimpulan yang lebih berimbang.
2. Cermati alamat situs untuk informasi yang diperoleh dari website atau mencantumkan link, cermatilah alamat URL situs dimaksud. Apabila berasal dari situs yang belum terverifikasi sebagai institusi pers resmi misalnya menggunakan domain blog, maka informasinya bisa dibilang

meragukan. Menurut catatan Dewan Pers, di Indonesia terdapat sekitar 43.000 situs di Indonesia yang mengklaim sebagai portal berita. Dari jumlah tersebut, yang sudah terverifikasi sebagai situs berita resmi tak sampai 300. Artinya terdapat setidaknya puluhan ribu situs yang berpotensi menyebarkan berita palsu di internet yang mesti diwaspadai.

3. Periksa fakta dari mana berita berasal? Siapa sumbernya? Apakah dari institusi resmi seperti KPK atau Polri? Sebaiknya jangan lekas percaya apabila informasi bersal dari pegiat ormas, tokoh politik, atau pengamat. Perhatikan keberimbangan sumber berita. Jika hanya ada satu sumber, pembaca tidak bisa mendapatkan gambaran yang utuh. Hal lain yang perlu diamati adalah perbedaan antara berita yang dibuat berdasarkan fakta dan opini. Fakta adalah peristiwa yang terjadi dengan kesaksian dan bukti sementara opini adalah pendapat dan kesan dari penulis berita sehingga memiliki kecenderungan untuk bersifat subyektif.
4. Cek keaslian foto di era teknologi digital, bukan hanya konten berupa teks yang bisa dimanipulasi, melainkan juga konten lain berupa foto atau video. Cara untuk mengecek keaslian foto bisa dengan memanfaatkan mesin pencari Google, yakni dengan melakukan drag-and-drop ke kolom pencarian Google Images. Hasil pencarian akan menyajikan gambar-gambar serupa yang terdapat di internet sehingga bisa dibandingkan.
5. Ikut serta grup diskusi anti-hoax terdapat sejumlah fanpag 5. e dan grup diskusi anti hoax, misalnya Forum Anti Fitnah, Hasut, dan Hoax (FAFHH), Fanpage & Group Indonesian Hoax Buster, Fanpage Indonesian Hoaxes, dan Grup Sekoci. Di grup-grup diskusi ini, netizen bisa ikut bertanya apakah suatu informasi merupakan hoax atau bukan, sekaligus melihat klarifikasi yang sudah diberikan oleh orang lain. Pengguna internet bisa melaporkan hoax tersebut melalui sarana yang tersedia di masing masing media.

Untuk Facebook, gunakan fitur Report Status dan kategorikan informasi hoax sebagai hatespeech/harrasment/rude/threatening, atau kategori lain yang sesuai. Jika ada banyak aduan dari netizen, biasanya Facebook akan menghapus status tersebut. Untuk Google, bisa menggunakan fitur feedback untuk melaporkan situs dari hasil pencarian apabila mengandung informasi palsu. Twitter memiliki fitur Report Tweet untuk melaporkan twit yang negatif, demikian juga dengan Instagram.

Masyarakat Indonesia Anti Hoax juga menyediakan laman data.turnbackhoax.id untuk menampung aduan hoax dari netizen. TurnBackHoax sekaligus berfungsi sebagai database berisi referensi berita hoax. Rutinlah membaca berita dari media yang well-established dan dihormati, Orang yang paling rentan hoax adalah orang yang jarang mengonsumsi berita, Kalau suatu berita kedengarannya tidak mungkin, bacalah dengan lebih teliti karena seringkali itu karena memang itu tidak mungkin, Jangan share artikel/foto/pesan berantai tanpa membaca sepenuhnya dan yakin akan kebenarannya

G. Media sosial

1. Pengertian media sosial

Kehadiran media dengan segala kelebihanannya telah menjadi bagian hidup manusia. Perkembangan zaman menghasilkan beragam media, salah satunya media sosial. Media sosial merupakan media di internet yang memungkinkan pengguna untuk mewakilkan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial merupakan media digital tempat realitas sosial terjadi dan ruang-waktu para penggunanya berinteraksi. Nilai-nilai yang ada di masyarakat maupun komunitas juga muncul bisa dalam bentuk yang sama atau berbeda di internet. Pada dasarnya, beberapa ahli yang meneliti internet melihat

bahwa media sosial di internet adalah gambaran apa yang terjadi di dunia nyata, seperti plagiarisme (Nasrullah, 2016)

2. Sejarah media sosial

Media sosial muncul didasari ide untuk menghubungkan orang-orang dari seluruh belahan dunia. Media sosial sendiri sebenarnya telah ada pada tahun 1978. Saat itu meskipun masih menggunakan telepon yang tersambung modem, telah ditemukan sistem papan buletin yang menggunakan surat elektronik untuk berhubungan dengan orang lain.

Tahun 1995 muncul situs GeoCities, yaitu media yang dapat menyimpan data website agar dapat diakses. Munculnya GeoCities menjadi tonggak dasar adanya website sekarang. Pada tahun 1997, Classmates juga didirikan. Fokus utama jejaring tersebut adalah pada hubungan antar mantan teman sekolah. Tidak lama berselang, SixDegrees hadir sebagai situs jejaring sosial yang membuat hubungan pertemanan tanpa harus saling mengenal terlebih dahulu. Karena lebih canggih dari Classmates, akhirnya berbagai kalangan menyebut SixDegrees sebagai media sosial pertemanan pertama di dunia.

Selanjutnya pada tahun 1999 lahir situs yang disebut Blogger. Situs ini memfasilitasi penggunaannya untuk bisa membuat halaman situs sendiri. Blogger dapat memuat opini tentang berbagai hal, mulai dari masalah pribadi hingga yang berbau sosial maupun politik. Kemudian pada tahun 2000 mulai lahir Friendster. Kelahirannya menjadikan media sosial sangat fenomenal. Kemunculannya pun mendorong berdirinya situs-situs jejaring sosial lainnya seperti LinkedIn (2003), MySpace (2003), Facebook (2004), dan Twitter (2006).

3. Karakteristik media sosial

Media sosial memiliki beberapa karakter yang tidak dimiliki oleh beberapa jenis media lainnya. Ada batasan maupun ciri khusus yang hanya dimiliki oleh media sosial. Berikut beberapa karakteristik media sosial yaitu (Nasrullah, 2016):

- a. Jaringan Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk dalam jaringan atau internet. Karakter media sosial adalah membentuk jaringan diantara penggunanya sehingga kehadiran media sosial memberikan media bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi.
- b. Informasi Informasi menjadi hal yang penting dari media sosial karena dalam media sosial terdapat aktifitas memproduksi konten hingga interaksi yang berdasarkan informasi.
- c. Arsip Bagi pengguna media sosial arsip merupakan sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun.
- d. Interaksi Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Fungsinya tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan maupun memperbanyak pengikut di internet. Bentuk sederhana yang terjadi di media sosial dapat berupa memberi komentar dan lain sebagainya.
- e. Simulasi Sosial Media sosial memiliki karakter sebagai media berlangsungnya masyarakat di dunia virtual (maya). Ibarat sebuah Negara, media sosial juga memiliki aturan dan etika bagi para penggunanya. Interaksi yang terjadi di media sosial mampu menggambarkan realitas yang terjadi akan tetapi interaksi yang terjadi adalah simulasi yang terkadang berbeda sama sekali.
- f. Konten oleh Pengguna Karakteristik ini menunjukkan bahwa konten dalam media sosial sepenuhnya milik dan juga berdasarkan pengguna maupun pemilik akun. Konten oleh pengguna ini menandakan bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten mereka sendiri melainkan juga mengonsumsi konten yang diproduksi oleh pengguna lain.
- g. Penyebaran Penyebaran adalah karakter lain dari media sosial, tidak hanya menghasilkan dan mengonsumsi konten tetapi juga aktif menyebarkan sekaligus mengembangkan konten oleh penggunanya.

4. Fungsi Media Sosial

Berikut adalah beberapa fungsi media sosial lainnya (Tenia, 2017) :

- a. Mencari berita, informasi dan pengetahuan Media sosial berisi jutaan berita, informasi dan juga pengetahuan hingga kabar terkini yang malah penyebaran hal-hal tersebut lebih cepat sampai kepada khalayak melalui media sosial dari pada media lainnya seperti televisi.
- b. Mendapatkan hiburan Kondisi seseorang atau perasaan seseorang tidak selamanya dalam keadaan yang baik, yang ceria, yang tanpa tanpa ada masalah, setiap orang tentu merasakan sedih, stress, hingga kejenuhan terhadap suatu hal. Salah satu hal yang bisa dilakukan untuk mengurangi segala perasaan yang bersifat negatif tersebut adalah dengan mencari hiburan dengan bermain media sosial.
- c. Komunikasi online Mudahnya mengakses media sosial dimanfaatkan oleh para penggunanya untuk bisa melakukan komunikasi secara online, seperti chatting, membagikan status, memberitahukan kabar hingga menyebarkan undangan. Bahkan bagi pengguna yang sudah terbiasa, komunikasi secara online dinilai lebih efektif dan efisien.
- d. Menggerakkan masyarakat Adanya permasalahan-permasalahan kompleks seperti dalam hal politik, pemerintahan hingga suku, agama, ras dan budaya (SARA), mampu mengundang banyak tanggapan dari khalayak. Salah satu upaya untuk menanggapi berbagai masalah tersebut adalah dengan memberikan kritikan, saran, celaan hingga pembelaan melalui media sosial.
- e. Sarana berbagi Media sosial sering dijadikan sebagai sarana untuk berbagi informasi yang bermanfaat bagi banyak orang, dari satu orang ke banyak orang lainnya. Dengan membagikan informasi tersebut, maka diharapkan banyak pihak yang mengetahui tentang informasi tersebut, baik dalam skala nasional hingga internasional.

H. *Facebook*

1. *Pengertian facebook*

Facebook adalah sebuah layanan jejaring sosial dan situs web yang diluncurkan pada 4 Februari 2004, *facebook* memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif, lebih dari separuhnya menggunakan telepon gengam. Untuk dapat mengakses aplikasi ini, pengguna harus terlebih dahulu mendaftar dengan mengisi profil menambahkan pengguna lainnya sebagai teman, bertukar informasi melalui pesan teks, gambar, video dan sebagainya. Setelah memiliki akun pada jejaring tersebut, pengguna juga dapat membuat group sesuai dengan organisasi keluarga, tempat kerja, perguruan tinggi dan lain-lain.

Jejaring sosial adalah sesuatu situs yang berisi tentang sosial dimana situs tersebut menyediakan tempat untuk bersosialisasi satu sama lain di dunia maya. Banyak contoh-contoh jejaring sosial itu sendiri yaitu *facebook*. *Facebook* merupakan jejaring sosial (social network) yang bisa di manfaatkan oleh para pengguna untuk saling mengenal dan berkomunikasi dalam berbagai keperluan dan juga bersifat rekreasi (Tamburaka, 2013:79)

2. *Sejarah facebook*

Media social didirikan oleh Mark Zuckerberg, seorang mahasiswa Harvard kelahiran 14 Mei 1984. Pada awal masa kuliahnya, situs jejaring sosial ini ke anggotanya masih batasi untuk mahasiswa dari Harvard College. Dalam dua bulan selanjutnya, ke anggotanya diperluas ke sekolah lain di wilayah Boston (Boston College, University Boston, MIT, Tufts), Rochester, Stamford, NYU, Northwestern, dan semua sekolah yang termasuk dalam Ivy League. Banyak perguruan tinggi lain yang selanjutnya ditambahkan berturut-turut dalam kurun waktu satu tahun setelah peluncurannya.

Akhirnya orang-orang yang memiliki alamat email suatu university (seperti: edu, ac.uk, dll) dari seluruh dunia dapat juga bergabung dengan situs jejaring sosial ini, selanjutnya dikembangkan pula jaringan untuk

sekolah-sekolah tingkat atas dan beberapa perusahaan besar. Sejak 11 September 2006, orang dengan alamat email apa pun dapat mendaftar di *facebook*. Pengguna dapat memilih untuk bergabung dengan satu atau lebih jaringan yang tersedia, seperti berdasarkan sekolah, tempat kerja, atau wilayah geografis.

Hingga juli 2007, *facebook* memiliki jumlah pengguna terdaftar paling besar di antara situs-situs yang berfokus pada sekolah dengan lebih baik dari 34 juga anggota aktif yang di milikinya dari seluruh dunia. Sejak diluncurkan pada Februari 2004 lalu *facebook* kini telah memiliki pengguna hingga mencapai 600 juta pengguna aktif. Pengguna dapat membuat profil pribadi, meminta dan menambahkan pengguna lain sebagai teman, melakukan pertukaran pesan lewat chat atau mail box, membuat status terbaru dan penerima pembitahuan. Selain itu juga membuat dan bergabung dalam grup dengan karakteristik tertentu. Pada April 2004, menurut the new york timers, merilis laporan berita bahwa beberapa negara yang memiliki pengguna *facebook* terbanyak seperti Amerika Serikat, Inggris, dan Indonesia. Indonesia telah menjadi negara dengan jumlah pengguna *facebook* terbanyak kedua di dunia setelah Amerika Serikat dengan populasi sekitar 24 juta pengguna atau 10 persen dari total penduduk Indonesia (Tamburaka, 2013:79-80).

3. Fitur-Fitur *Facebook*

Facebook memiliki profil sejumlah fitur yang dapat berinteraksi dengan pengguna. Salah satunya adalah dinding, kotak di setiap halaman profil pengguna yang mengizinkan teman mereka mengirimkan pesan kepada pengguna tersebut (Tamburaka, 2013:80). Banyak fitur yang ditawarkan *facebook* sebagai layanan yang dapat digunakan oleh user dalam rangka memudahkan interaksi. Jika di telaah lebih dalam, beberapa diantaranya:

a. Fitur group

Layanan situs jejaring sosial *facebook* dalam bentuk fitur group ini memudahkan dalam mengelempokan sebuah kelas atau mata pelajaran

tertentu. Kelempok yang sudah ada di dalam satu group dapat dengan mudah berdiskusi karena kesamaan tujuan dan juga mudah bertukar informasi.

- 1) Fitur update status Merupakan interaksi asynhronous, yaitu interaksi dua arah secara tidak langsung dimana komunikasi ini akan terdokumentasi berdasar topik bahasan dan terurut secara waktu.
- 2) Fitur note Memudahkan membuat dokumen baru pada *facebook*.
- 3) Fitur share link /photo /video Tujuan dari fitur ini adalah memudahkan user dalam berbagi informasi.
- 4) Fitur group chatting Merupakan interaksi dua arah secara langsung atau yang disebut dengan synchronous yang terjadi pada sebuah group. Fitur ini memudahkan proses diskusi maupun bertukar informasi dengan cepat karena anggota group dapat berinteraksi secara langsung dengan sesama anggota group tersebut yang sedang online (Sasmito, 2015:188).

4. Dampak *Facebook*

Perlu kita akui bahwa teknologi memang membawa perubahan dalam sendi kehidupan, baik itu perubahan positif maupun negatif. Kemajuan teknologi telah mengubah gaya hidup seseorang, bahkan hal tersebut terjadi kepada anak-anak yang masih berusia dini. Internet memang berkembang sangat cepat, berbagai situs baru bermunculan tiap harinya, semua itu semakin nambah sesak „ranah maya“. Seiring dengan itu, hadir juga berbagai situ jejaring sosial yang menarik minat masyarakat termasuk juga para pelajar. *Facebook* merupakan jejaring sosial yang semakin marak berkembang diberbagai negara. Perkembangannya sangat pesat. Bermula dari situs jaringan sosial di sebuah universitas dan berkembang pesat ke banyak negara. *Facebook* merupakan situs jejaring sosial yang berguna sebagai alat untuk bersosialisasi dan berkomunikasi tentunya memiliki beberapa dampak bagi penggunaanya.

Perlu kita ketahui bahwa *Facebook* memiliki beberapa dampak, baik dampak positif maupun dampak yang bersifat negatif. Bermula dari dampak positifnya *Facebook* memiliki beberapa manfaat diantaranya adalah:

- a. *Facebook* dapat membuat kita kembali bertemu dengan saudara, rekan, dan teman-teman yang sudah lama tidak bertemu walaupun hanya di dunia maya, sehingga dapat mempererat tali silaturahmi.
- b. *Facebook* membuat komunikasi antar saudara, reka, dan teman menjadi mudah walaupun jaraknya berjauhan. Seperti bagi yang sedang jauh dari wilayah asalnya karena ada tugas, misalnya sedang bekerja atau studi di luar kota atau luar negeri, dengan *Facebook* akan terasa dekat dan silaturahmi pun dapat terus terjalin.
- c. Dengan *Facebook* kita bisa bertukar pikiran dengan sangat mudah. Pertukaran informasi difasilitasi dengan sangat bagus. Sebagai contohnya ketika kita butuh sesuatu atau ingin tahu tentang sesuatutinggal kita tuliskan dalam status maka akan banyak respon dari teman kita.
- d. Dengan group dan fan page, suatu kita juga dapat mencari informasi yang kita butuhkan, dengan kita mencari group yang kita ingin lalu kita tuliskan ke dinding/wall group tersebut maka teman-teman yang ada di dalam group tersebut akan memberikan informasi-informasi yang kita butuhkan.
- e. *Facebook* juga dapat bermanfaat sebagai media pembelajaran, dimana para pelajar bisa membahas pelajaran disekolah melalui *Facebook*, atau juga mahasiswa bisa berdiskusi dengan temantemannya lewat *Facebook*, bahkan para pendidik pun bisa memberikan bahan pelajarannya melalui *Facebook* (Sartika Kurniali, 2009: 8)

Tetapi bukan hanya sekedar sampai disitu saja dampak positif dari *Facebook*, mulai dari komunikasi, mempererat tali silaturahmi,

mencari teman-teman lama, tempat diskusi, tempat belajar, bahkan *Facebook* juga bisa menjadi sarana untuk mempromosikan sekolah, perusahaan, pondok pesantren, tempat pariwisata, dan lain sebagainya (Dominikus Juju, 2010:127)

Selain memiliki dampak positif, *Facebook* juga ternyata memiliki dampak yang bersifat negatif, karena *Facebook* alat sebagai alat komunikasi dan alat itu bersifat netral bergantung bagaimana pengguna menggunakannya. Berikut adalah dampak negatif dari *Facebook* :

- 1) Kecanduan Banyak karyawan perusahaan, dosen, mahasiswa sampai pelajar bermain *Facebook* hingga kecanduan, sampai mereka lupa akan waktunya mereka beraktivitas, sebenarnya bisa di kurangi kalau saja mereka pintar-pintar memenage waktu dengan baik ketika menggunakan *Facebook*.
- 2) Tergantikannya kehidupan sosial *Facebook* sangat mudah sekali digunakannya, saking mudanya sebagian orang merasa cukup dengan berinteraksi lewat *Facebook* sehingga mengurangi frekuensi bertemu muka. Ada sebuah hal yang dari interaksi seperti ini. Bertemu mukas sangat lain dan tidak seharusnya digantikan dengan bertemu di dunia maya. Obrolan, tatapan mata, ekspresi muka, canda lewat *Facebook* tidak bisa digantikan oleh rentetan kata-kata bahkan vidio sekalipun.
- 3) Permusuhan Dalam *Facebook* kita bebas menuliskan apa saja, sering kali tanpa sadar kita menuliskan hal yang seharusnya tidak disampaikan ke lingkup sosial. Persoalan pribadi tidak seharusnya di tuliskan di dalam *Facebook* karena itu akan menimbulkan respon yang negatif bagi yang melihat. Apalagi menuliskan kata-kata hinaan, saling mengolok-olok sesama teman yang ada di dalam *Facebook*. Dari situ akan terjadi permusuhan.

- 4) Situs-situs terlarang. Sekarang ini banyak sekali situs-situs terlarang yang tidak layak diakses oleh anak-anak di bawah umur. Sebenarnya situs ini dibuat untuk orang-orang dewasa yang mengalami gangguan seksual, namun apa daya, dunia internet tidak mengenal umur, siapapun dapat mengaksesnya. Alhamdulillah, sekarang ini pemerintah Indonesia sudah memblokir berbagai situs-situs terlarang tersebut.
- 5) Penipuan Penipuan bagaimana pun juga sebagai tindak kriminal, sebab merugikan orang lain, apapun media yang digunakannya. Begitu juga penipuan yang saat ini marak terjadi melalui *Facebook*. Sang penipu biasanya menggunakan profil palsu untuk menjalankan aksinya, biasanya juga informasi yang di bagi di profilnya tidak terlalu banyak. Foto yang digunakan juga ditampilkan dengan wajah innocent (wajah lugu seperti tanpa dosa), sehingga tidak ada orang yang akan curiga. Misalnya sang penipu adalah seorang gadis cantik, sedangkan yang menjadi korban adalah seorang anak muda, contohnya kasus penipuan yang dilakukan oleh Selly Yustiawan alias Rasellya Rahman Taher. Sebelum melakukan penipuan melalui *Facebook*, perempuan cantik ini ternyata dikenal sebagai penipu ulung sejak tahun 2007. Korbannya tidak satu dua orang melainkan sudah puluhan dan sudah melakukan penipuan ditaksir puluhan juta rupiah. Dengan bermodalkan wajah cantik dan kemampuan bercuap-cuap ia berhasil menipu banyak orang dan rela menyerahkan uangnya. Motif penipuan ini yang dilakukan beragam, mulai dari bisnis pulsa, dibantu mencari kerja, meminjam uang dan masih banyak lagi (Sartika Kurniali, 2009:8)

I. Cara Menjadi Warga Digital Yang Cerdas

1. Berpikir Kritis

Menjadi warga digital yang cerdas harus dimulai dengan berpikir kritis. Berpikir kritis melatih kita tidak hanya sekedar *sharing*, namun mempertimbangkan apakah konten yang akan kita produksi dan distribusikan selaras dengan norma-norma yang berlaku. Dasar utamanya adalah pertanyaan apakah konten kita benar (objektif, sesuai fakta), penting, dibutuhkan (inspiratif) dan memiliki niatan baik untuk orang lain (tidak memihak dan merugikan). Selanjutnya, perlu dipastikan apakah konten kita datang dari sumber yang kredible? Apakah konten kita sudah komprehensif dan mencakup banyak perspektif? (Nurhajati, 2019:15)



Gambar 2.1 Saring sebelum sharing (Sumber: Internet)

2. Meminimalisir Unfollow, Unfriend, dan Block untuk menghindari Echo Chamber dan Filter Bubble

Menjadi warga digital yang cerdas berarti siap untuk berhadapan dengan pengguna internet dengan latar belakang yang beragam. Tidak semua orang memiliki pemikiran yang sama atau keberpihakan isu yang sama. Namun demikian, sangat penting kiranya melatih kematangan bermedia. Salah satunya adalah dengan belajar untuk tidak memutuskan pertemanan di media sosial dan media percakapan online. Hal ini bertujuan untuk meminimalisir masyarakat pada saat sekarang ini agar terhindar dari pemberitaan hoax yang tersebar di media sosial *Facebook* (Nurhajati, 2019:16)

3. Gotong Royong Kolaborasi Kampanye Literasi Digital

Menjadi warga digital yang cerdas berarti memiliki inisiatif untuk berpartisipasi dan berkolaborasi aktif dalam aktifitas dan komunitas digital. Hal inilah yang nantinya akan melandasi Pemerintahan Nagari Batu Basa untuk menghindarkan masyarakatnya terpapar pemberitaan *hoax*, baik itu di media sosial *facebook* maupun media lainnya (Nurhajati, 2019:16)

J. Kajian Penelitian Relevan

1. Rahadi, (2017) dengan judul “Perilaku Pengguna dan Informasi Hoaks di Media Sosial”, Penelitian ini ingin melihat perilaku pengguna media sosial dalam penerimaan dan penyebaran hoaks. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan objek penelitian sivitas akademika di lingkungan President University. Hasilnya menunjukkan, perilaku sosial pengguna media dalam menanggapi hoaks cukup beragam karena latar belakang pengguna yang juga beragam. Pengguna memahami hoaks dan dampak yang muncul setelah menyebarkan informasi. Memengaruhi pendapat atau sikap orang lain menjadi viral, serta paham bahwa hoaks mampu memecah belah bangsa.

Persamaan dengan penelitian yang penulis lakukan yakni sama-sama meneliti tentang perilaku dari pengguna *Facebook*, namun dengan objek yang berbeda beliau menggunakan civitas akademika universitas sebagai objeknya

Perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan yakni penelitian yang penulis lakukan mengarah kepada masyarakat sedangkan penelitian di atas tidak mengarah kepada masyarakat.

2. Herawati, (2019) dengan judul “Implikasi Literasi Media dalam Mengubah Perilaku Masyarakat Kota Pontianak terhadap Kabar Bohong”, Penelitian ini menguji nilai-nilai literasi media yang diperoleh sebelumnya oleh individu dapat bersaing dengan stimulus dalam bentuk berita yang berpotensi hoaks sebelum akhirnya diputuskan untuk disebarluaskan atau tidak. Penelitian ini bersandar pada prinsip-prinsip teori penilaian sosial

dan menggunakan wawancara mendalam untuk mengumpulkan data. Hasilnya menunjukkan bahwa ada sikap menahan diri ketika karakteristik berita palsu pada pesan berhasil ditandai. Selain itu, ketidaksesuaian referensi nilai yang dimiliki oleh individu dengan menawarkan ide-ide yang salah mengarah pada ketiga jenis perilaku, yaitu mematikan, berkompromi, atau menolak secara aktif.

Persamaan dengan penelitian yang penulis lakukan yakni sama-sama meneliti tentang masyarakat.

Perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan yakni penelitian di atas lebih terfokus kepada literasi media sedangkan penelitian yang penulis lakukan lebih terfokus kepada perilaku dan sikap masyarakat dengan tujuan yang sama yakni melakukan literasi kampanye digital untuk membuat masyarakat yang cerdas dalam bermedia sosial

3. Prasanti, (2018), dengan judul “Literasi Informasi Kesehatan sebagai Upaya Pencegahan Informasi Hoaks dalam Penggunaan Obat Tradisional di Era Digital”. Penelitian ini ingin mengetahui literasi kesehatan sebagai upaya pencegahan informasi hoaks dalam penggunaan obat tradisional di era digital. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi kesehatan dapat digunakan untuk pencegahan hoaks dalam pemakaian obat tradisional. Literasi kesehatan ini terdiri dari media informasi pelayanan kesehatan yang dipilih, sumber referensi dalam cross check kebenaran informasi tentang obat tradisional yang ditentukan, dan keputusan tepat yang diambil dalam penyebaran informasi obat tradisional.

Persamaan dengan penelitian yang penulis lakukan yakni sama-sama meneliti tentang upaya penanggulangan hoax yang nantinya bertujuan untuk memberikan literasi sebagai upaya pencegahan hoax

Perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan yakni penelitian di atas lebih terfokus kepada kesehatan dan obat tradisional sedangkan penelitian yang penulis lakukan lebih terfokus kepada sikap masyarakat

dan strategi untuk mewujudkan masyarakat yang cerdas dalam menyikapi pemberitaan hoax.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif, yaitu data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata, gambar, bukan angka-angka. Menurut Bogdan dan Taylor, sebagaimana yang dikutip oleh Lexy J. Moleong, penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Lexy. J. Moleong, 2000:3)

Metode ini biasanya dimulai dengan membahas suatu kasus tertentu dan memiliki arti yang sangat penting. Kasus ini membahas tentang respon masyarakat Nagari Batubasa dalam menyikapi pemberitaan hoax di media sosial *Facebook*. Setelah itu penulis melanjutkan mencari teori-teori atau informasi. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara atau pembicaraan informasi lainnya. Data yang diperoleh dikumpulkan melalui berbagai macam sumber, observasi diri sendiri dan wawancara (Raco, 2004:49-51)

B. Latar dan Waktu Penelitian

Latar dalam penelitian ini adalah Masyarakat Nagari Batubasa. Sedangkan waktu penelitian pada awal bulan Januari sampai akhir bulan Januari 2022.

C. Instrument Penelitian

Instumen penelitian dalam metode penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri. Penelitian kualitatif merupakan orang yang membuka kunci, menelaah dan mengeksplorasi ruang secara cermat, tertib dan leluasa. Peneliti dalam penelitian kualitatif disebut istilah *key instrument*.

Adapun yang dimaksud instrumen penelitian disini yaitu alat yang dipakai dalam penelitian ini. Menurut (Sugiyono, 2013:223) menyatakan: “Dalam penelitian kualitatif, tidak ada pilihan lain daripada menjadikan

manusia sebagai instrumen penelitian utama. Alasannya ialah bahwa, segala sesuatunya belum mempunyai bentuk yang pasti. Masalah, fokus penelitian, prosedur penelitian, hipotesis yang digunakan, bahkan hasil yang diharapkan, itu semuanya tidak dapat ditentukan secara pasti dan jelas sebelumnya. Segala sesuatu masih perlu dikembangkan sepanjang penelitian itu. Dalam keadaan yang serba tidak pasti dan tidak jelas itu, tidak ada pilihan lain dan hanya peneliti itu sendiri sebagai alat satu-satunya yang dapat mencapainya”.

Dari paparan di atas instrumen dalam penelitian ini yaitu peneliti sendiri dan bisa dikatakan sebagai instrumen utama. Sebagai instrumen utama, peneliti akan melakukan pengumpulan data, pengecekan keabsahan data, dan analisis data. Dalam melakukan kegiatan tersebut, peneliti perlu dibantu dengan instrumen pendukung, seperti: *field- notes*, *handy came*, *recorder*, dan lain-lain. Adapun instrumen pendukung yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan handphone untuk merekam hasil wawancara, dan membuat dokumentasi saat pelaksanaan wawancara, disertai pedoman wawancara.

D. Sumber Data

Sumber data adalah individu yang menjadi objek penelitian dalam memperoleh data yang berguna untuk penelitian, serta sumber data merupakan tempat atau sumber informasi untuk menggali informasi sebanyak mungkin, sesuai dengan fokus penelitian (Sugiyono, 2007: 308-309).

Sumber data dalam penelitian kualitatif adalah subyek darimana data dapat diperoleh. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Sumber data primer, yaitu data yang langsung dikumpumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya. Adapun yang menjadi sumber data primer adalah masyarakat Nagari Batu Basa.
2. Sumber data sekunder, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber data yang pertama. Yakni arsip berita *hoax* yang ada dimedia sosial *Facebook*.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi sebagai salah satu metode pengumpulan data dengan cara mengamati perilaku dan lingkungan sosial individu yang sedang diamati. Observasi sebagai teknik yang bisa dimanfaatkan untuk memilah-milah derajat dalam membuat konklusi tentang orang lain, meskipun diakui bahwa penggunaan observasi juga perlu dilengkapi dengan metode lain dalam penilaian manusia. Observasi adalah sebuah teknik yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung suatu keadaan ataupun situasi dari sebuah subjek penelitian (Anggito, 2018:109). Teknik pengumpulan data observasi ini terbagi atas 2 bagian. Adapun observasi yang dilakukan untuk memperoleh data berkaitan perilaku masyarakat Nagari Batubasa dalam menyikapi pemberitaan hoax di media sosial *Facebook* dilakukan dengan pengamatan yang tidak secara langsung menggunakan jenis observasi non partisipatoris. Observasi non-partisipatif pengamat lebih terfokus dan seksama melakukan pengamatan, tetapi peserta tahu kehadiran pengamat sedang melakukan pengamatan, maka perilaku atau kegiatan individu yang diamati bisa menjadi kurang wajar atau dibuat-buat (Sudaryono, 2016:87). Dalam teknik pengumpulan data ini peneliti tidak ikut terjun ke lapangan untuk melakukan sebuah penelitian. Artinya, sang peneliti hanya mengamati objek yang ditelitinya saja.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan tujuan, tujuan dari wawancara antara lain untuk memperoleh bentukan-bentukan dari orang, peristiwa, kegiatan organisasi, perasaan, motivasi, *klaim* perhatian dan cantuman lainnya. Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Wawancara adalah sebuah kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai.

(Yusuf, 2014). Wawancara bertujuan mencatat opini, perasaan, emosi dan hal lain yang berkaitan dengan individu yang ada dalam organisasi.

Wawancara adalah percakapan antara dua orang atau lebih dan berlangsung antara narasumber dan pewawancara. Tujuan dari wawancara ini sendiri adalah untuk mendapatkan informasi yang tepat dari narasumber yang terpercaya. Atau pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara (pengumpulan data) kepada responden dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam dengan alat perekam atau ditulis dengan kertas.

F. Teknik Analisis Data

Tahap akhir dari prosedur penelitian adalah analisis data. Bogdan menyatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan di pelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain (Sugiyono, 2007: 334). Untuk melakukan langkah-langkah dalam proses analisis data ini penulis mengikuti pendapat Sugiyono, yaitu:

1. Reduksi data, yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan membuang yang tidak perlu.
2. Penyajian data, setelah data direduksi maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data yaitu bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya.
3. Penarikan kesimpulan merupakan kegiatan penggambaran yang utuh dari objek penulisan/proses penarikan kesimpulan didasarkan pada penggabungan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang sesuai pada penyajian data. Melalui informasi tersebut, penulis dapat melihat objek penelitian.

G. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Ada beberapa macam pengujian keabsahan data dalam penelitian kualitatif antara lain dapat dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan, triangulasi, analisis kasus negatif, *member check*, dan referensi. Diantara 6 uji keabsahan ini satu diantaranya yang dipakai yaitu triangulasi. Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi dikenal dengan istilah cek dan ricek yaitu pengecekan data menggunakan beragam sumber, teknik, dan waktu.

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk pengecekan data lebih dari satu sumber untuk memastikan apakah datanya benar atau tidak.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk pengecekan data dengan menggunakan berbagai cara secara bergantian untuk memastikan apakah datanya dengan cara.

3. Triangulasi Waktu

Triangulasi teknik untuk pengecekan data dengan memeriksa keterangan dari sumber yang sama pada waktu yang berbeda pagi, siang, sore, atau malam. Juga berarti membandingkan penjelasan sumber ketika ia diajak ngobrol berdua dengan peneliti dan saat ia berbicara di depan publik tentang topik yang sama.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber. Menurut Sugiyono (2013: 225-231) triangulasi dengan sumber berarti dengan cara menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh dari lapangan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Nagari Batu Basa

1. Sejarah Ringkas Nagari Batu Basa

Batu Basa merupakan sebuah nagari yang berada di Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar, nama Batu Basa akan menjadi asing jika dipisahkan dengan nama kecamatannya yaitu Kecamatan Pariangan. Hal itu dikarenakan di dalam tambo lebih dominan menceritakan tentang Pariangan itu sendiri. Tambo terdiri dari 2 jenis yakni tambo alam dan tambo adat. Tambo alam mengisahkan mengenai asal usul dari nenek moyang serta sejarah adanya kerajaan Minangkabau. Sedangkan dari tambo adat bercerita tentang adat atau sistem serta aturan pemerintahan Minangkabau pada masa dahulu. Pada Tambo alam dikisahkan 3 orang putra Sultan Iskandar Zulkarnain yakni Maharaja Alif, Maharaja Depang, dan yang paling bungsu Maharaja Diraja berlayar menuju selatan. Sekian lamanya berlayar sampailah mereka pada suatu tempat bernama Lagundi Nan Baselo hingga terus sampai ke Gunung Marapi. Setelah itu mereka menetap dan dibangunlah sebuah nagari di lereng Gunung Marapi dan nagari tersebut dinamakan Nagari Pariangan

Penduduk makin lama makin berkembang di Koto Lagundi Nan Baselo, Suri Maharajo Dirajo yang memimpin Lagundi Nan Baselo turun ke arah selatan Gunung Merapi. Tujuan Suri Maharajo Dirajo adalah untuk membuat koto bersama-sama dengan penduduk Lagundi Nan Baselo. Disaat terjadi penebangan hutan beramai ramai, melompatlah seekor rusa besar dari dalam hutan, kemudian dikejar oleh penduduk yang bekerja. Rusa yang berlari cepat menghindari penduduk sempat terjebak di sebuah batu besar. Penduduk terus mengejar rusa tersebut hingga batu tempat rusa tadinya terjebak, penduduk kaget melihat ada bekas jejak kaki rusa pada sebuah batu besar. Penduduk penasaran dan sedikit keheranan melihat hal ganjil pada batu besar itu. Tanpa pikir panjang salah seorang

dari mereka langsung memegang batu, dan ternyata batu tersebut masih basah atau lunak. Setelah kejadian yang cukup mengherankan tersebut Suri Maharajo Dirajo langsung saja memberi nama Batu Basa pada tempat tersebut. Basa dalam nama ini dapat diartikan dengan basah, atau dalam kamus besar bahasa Indonesia berarti suatu zat yang mengandung air.

Pada riwayat lain nama Batu Basa berasal dari sebuah batu yang basah namun, batu yang awalnya basah itu menjadi keras dan kering seperti batu biasa sehingga tidak tepat lagi disebut dengan Batu Basah. Namun, nama Batu Basa masih tetap digunakan dan lebih populer lagi karena adanya sebuah batu yang lebih besar atau basa (besar) yang berada didekat Batu Basah yang telah mengering seperti batu biasa itu. Batu Basa (besar) ini hanya sebahagian yang dapat terlihat karena terbenam di tanah dan hanya sedikit saja yang terlihat dan menonjol keluar. Sebutan Batu Basa telah menjadi pakaian nagari seperti sebuah ungkapan yang berbunyi:

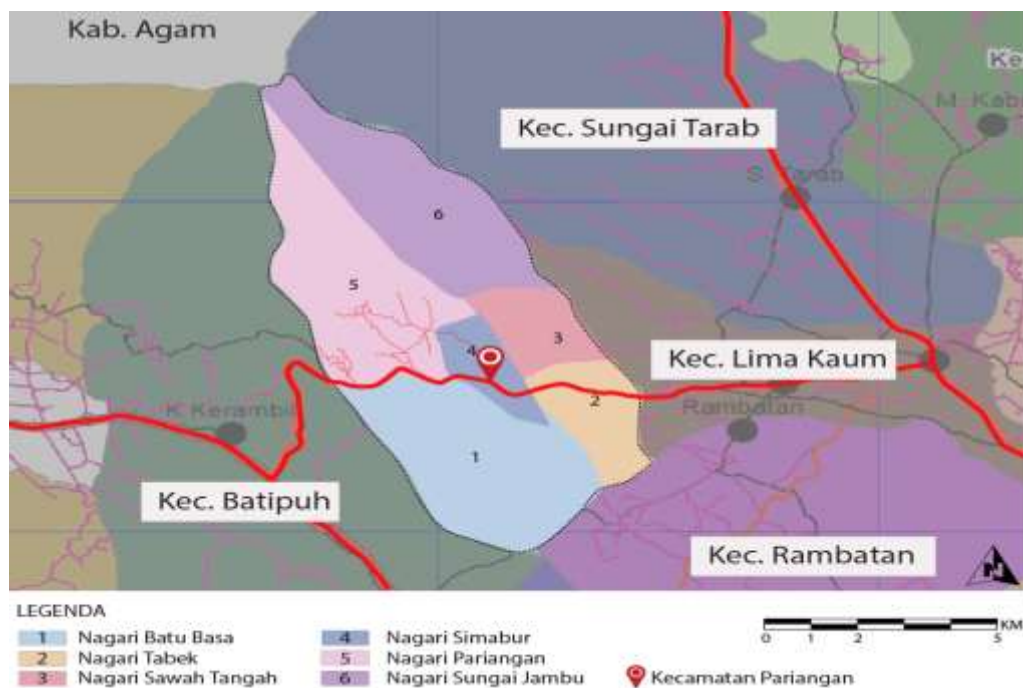
“Batu Basa balareh nan duo, balubuk nan tigo, dan batanjung nan tigo”

Ungkapan tersebut berarti nagari Batu Basa memiliki 2 area daerah luas, dengan tiga lubang dan tiga tanjung sebagai batas nagari (Profil Nagari Batu Basa).

2. Peta Dan Kondisi Umum Nagari

Nagari Batu Basa berada pada wilayah administratif Kecamatan Pariangan, Kabupaten Tanah Datar yang pada dasarnya merupakan kabupaten dengan luas wilayah terkecil kedua di provinsi Sumatera Barat yakni 133 600 ha². Wilayah administratif di Kabupaten Tanah Datar terdapat 14 kecamatan, 75 nagari, dan 395 jorong. Di sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Agam dan Kabupaten 50 Kota, sebelah barat berbatas dengan Kabupaten Padang Pariaman, sebelah timur berbatas dengan Kota Sawahlunto dan Kabupaten Sijunjung, sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Solok.

Untuk lebih memperjelas lokasi dan posisi Nagari Batu Basa bisa dilihat pada peta Kecamatan Pariangan berikut



Gambar 4.1 Peta Kecamatan Pariangan (Sumber: Kecamatan Pariangan dalam Angka 2010, BPS)

Bagian utara nagari Batu Basa berbatasan dengan Nagari Pariangan dan Nagari Simabur, batas ini merupakan kawasan pemukiman penduduk dan area persawahan, bagian selatan berbatasan dengan Kecamatan Batipuh dan Kecamatan Rambatan, wilayah tersebut merupakan kawasan perbukitan dan sedikit pemukiman penduduk, pada bagian barat berbatasan dengan Kecamatan Batipuh yang merupakan wilayah pertanian dan kebanyakan di dominasi oleh kawasan persawahan, dan pada wilayah timur Nagari Batu Basa berbatasan dengan Nagari Simabur dan Nagari Tabek, yang merupakan kawasan pemukiman dan pertanian (Sumber: Arsip Nagari Batu Basa).

B. Hasil Penelitian

Peneliti telah mengumpulkan data dari hasil wawancara dan observasi dari awal bulan Januari sampai dengan akhir bulan Januari 2022. Temuan penelitian berupa data-data dari lapangan yang di peroleh dari penelitian kualitatif ini berupa data-data bersifat deskriptif. Hasil temuan data penelitian yang akan di paparkan merupakan hasil data yang peneliti anggap akan menjawab sub fokus permasalahan yang peneliti angkat

Subjek penelitian ini adalah masyarakat Nagari Batu Basa, penulis melakukan penelitian dengan metode wawancara dan menggunakan pedoman wawancara sebagai panduan untuk daftar pertanyaan yang berkaitan dengan strategi untuk mewujudkan masyarakat Nagari Batu Basa cerdas dalam menyikapi pemberitaan hoax di media sosial *Facebook*

Pengamatan awal yang penulis lakukan sejak awal tahun 2021 lalu yang mana peneliti menemukan fenomena di masyarakat yang cukup banyak terpapar berita hoax dimana data awal peneliti temukan dari tokoh masyarakat yang menjelaskan keadaan masyarakat Nagari Batu Basa yang mudah terpapar berita hoax dan bahkan sudah sampai menyebarkannya.

Penelitian ini penulis lakukan sejak awal bulan Januari 2022 sampai akhir bulan Januari 2022 untuk memperoleh data-data dan fakta yang terjadi di lapangan

Penulis mencari data pada perwakilan masyarakat Nagari Batu Basa yang berjumlah 7 informan, yang terdiri dari berbagai kalangan dan berbagai macam profesi dimana diantara 7 informan tersebut penulis rasa telah mampu mewakili seluruh masyarakat Nagari Batu Basa

Tabel 4.1 Informan Penelitian

NO	Nama Informan	Alamat	Usia	Pekerjaan
1	Supriadi	Batu Basa	38	KAUR Nagari Batu Basa
2	Mulyadi	Batu Basa	24	Mahasiswa

3	Bendri	Batu Basa	28	Pangkas Rambut
4	Nasrul	Batu Basa	40	Petani
5	Zikrillah	Batu Basa	24	Pengusaha
6	Sahara	Batu Basa	18	Pelajar
7	Lasri	Batu Basa	52	Tokoh Masyarakat

Sumber: Data Peneliti

1. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada masyarakat Nagari Batu Basa, maka diperoleh data sebagai berikut:

- a. Apakah Bapak/Ibuk menggunakan media sosial *Facebook*?

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan yang telah peneliti lakukan pada masyarakat Nagari Batu Basa semua informan merupakan pengguna media sosial *Facebook* yang aktif, hal inilah yang nantinya dapat mempermudah peneliti untuk masuk ke pertanyaan selanjutnya (19 Januari 2022)

- b. Apakah Bapak/Ibuk pernah membaca berita melalui media sosial *Facebook*?

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan yang telah peneliti lakukan pada masyarakat Nagari Batu Basa semua informan merupakan pembaca berita yang aktif di media sosial *Facebook* baik yang cuma lewat diberanda ataupun yang masuk ke group *Facebook* (19 Januari 2022)

- c. Bagaimana upaya Bapak/Ibuk mengetahui benar atau tidaknya informasi yang terkandung di berita tersebut?

LS: “aaa iyo ambo caliak sumber dari berita tu dulu”. MY: “ambo baco se nyo batua atau indaknyo ndak tau ambo lai”. ZK: “ambo cukuik mambaco se tapi ambo ndak peduli sumber dan batuanyo berita tu” (19 Januari 2022)

- d. Apakah tindakan yang Bapak/Ibuk lakukan setelah mengetahui berita tersebut adalah hoax?

MY: “ambo ndak suko menyebar-nyebar berita di beranda tu do”. ZK: “ambo iyo ndak peduli samo berita yang lewat-lewat tu do ndak ado untuangnyo”. SH: “kalau beritanya ancak dan menarik ambo caritoan ka kawan-kawan ambo nan lain”. NS: “kalau lh ta sebar, ambo hapus dulu” (19 Januari 2022)

- e. Bagaimana respon masyarakat terhadap berita vaksin yang ada di media sosial *Facebook*?

LS: “ambo setuju untuak di vaksin setelah mambaco berita tentang vaksin ko”. BD: “kalau untuak di vaksin ambo lai lo setujunyo”. sedangkan ZK: “ambo iyo ndak ka setuju di vaksin tu do, soalnya lh acok ambo caliak berita tentang vaksin ko, tapi ambo yakin ado panyakik di dalam vaksin tu” (19 Januari 2022)

2. Apa saja strategi yang dapat dilakukan dalam memberikan literasi terhadap masyarakat Nagari Batu Basa yang terpapar berita hoax di media sosial *Facebook*?

a. Apakah Bapak/Ibuk berfikir kritis dalam mempertimbangkan informasi yang berada di media sosial *Facebook*?

LS: “apak iyo lai mempertimbangkan berita yang apak baco di facebook tu, apak caliak sumbernyo dulu siap tu kan muncul fikiran awak untuak mempertimbangkan tu”. BD: “awak ndak ado wak caliak sumber berita tu do, ndak lo wak pertimbangan gai do”. ZK: “apo yang awak baco yo itu akan manjadi carito bagi awak dan kawan-kawan awak” (19 Januari 2022)

b. Apakah masyarakat Nagari Batu Basa meminimalisir koneksi pertemanan di media sosial *Facebook* untuk menghindari tersebarnya berita hoax?

MY: “ambo hanya mamilih urang yang ambo kenal senyo”. SH: “awak lai mamilih lo kawan di facebook ko, akan tetapi awak yo ndak manutuik diri untuak bakawan jo urang lua do, karano itu akan manambah koneksi pertemanan awak”. NS: “apak lai ado nampak urang di facebook tu, apak tambahan se nyo kan beko tambah banyak lo kawan dek nyo tu ” (19 Januari 2022)

c. Apakah masyarakat Nagari Batu Basa melaksanakan kampanye literasi digital untuk memberikan edukasi agar masyarakat terhindar dari berita hoax?

SP: “untuak pemerintahan nagari iyo alum ado kampanye literasi digital dan usaho lain untuak mengedukasi masyarakat supaya terhindar dari berita hoax tu” (22 Januari 2022)

d. Adakah partisipasi dari perangkat Nagari dalam mensosialisasikan pencegahan penyebaran berita hoax di masyarakat Nagari Batu Basa?

SP: “untuak kini ko nagari batu basa yo alum ado partisipasi untuak mensosialisasikan pencegahan berita hoax tu lai” (22 Januari 2022)

C. Pembahasan

Pembahasan tentang strategi untuk mewujudkan masyarakat Nagari Batu Basa cerdas dalam menyikapi pemberitaan hoax di media sosial facebook dapat dilihat terlebih dahulu dari komponen sikap yang terdapat pada masyarakat Nagari Batu Basa yang nantinya bisa dilihat dari komponen yaitu kognitif (keyakinan, kesadaran), afektif (perasaan), konatif (perilaku)

Sikap yaitu pendapat, keyakinan atau pandangan seseorang mengenai suatu peristiwa atau kejadian yang disertai dengan perasaan dan disertai pula dengan kecenderungan untuk bertindak sesuai dengan objek ataupun peristiwa tersebut.

Sikap mengandung tiga bagian, yaitu kognitif (keyakinan, pengetahuan, kesadaran), afektif (perasaan), konatif (perilaku) dengan uraian sebagai berikut:

Pertama, komponen kognitif. Komponen kognitif dapat disebut juga dengan komponen persepsi, yang berisi kepercayaan individu. Kepercayaan tersebut berhubungan dengan hal-hal bagaimana individu memersepsi objek sikap dengan apa yang dilihat dan diketahui, pandangan, keyakinan, pikiran, pengalaman pribadi, kebutuhan emosional, dan informasi dari orang lain. Misalnya, individu mengetahui bahwa kesehatan itu sangat berharga karena ia menyadari bahwa apabila sakit, dirinya akan merasakan betapa nikmatnya sehat.

Kedua, komponen afektif. Komponen ini merujuk pada dimensi emosional subjektif individu, terhadap objek sikap, baik yang positif, maupun negatif. Reaksi emosional banyak dipengaruhi oleh apa yang kita percayai sebagai sesuatu yang benar terhadap objek sikap tersebut.

Ketiga, komponen konatif. Komponen konatif disebut juga komponen perilaku yaitu komponen sikap yang berkaitan dengan predisposisi atau kecenderungan bertindak terhadap objek sikap yang dihadapinya (Sunaryo, 2010:214)

Menurut pandangan psikologis, ada sebuah faktor yang dapat menyebabkan seseorang cenderung mudah percaya pada hoax. Orang lebih

cenderung percaya hoax jika informasinya sesuai dengan opini atau sikap yang dimiliki. Secara alami perasaan positif akan timbul dalam diri seseorang jika opini atau keyakinannya mendapat afirmasi sehingga cenderung tidak akan mempedulikan apakah informasi yang diterimanya benar bahkan mudah saja bagi mereka untuk menyebarkan kembali informasi tersebut. Hal ini dapat diperarah jika penyebar hoax memiliki pengetahuan yang kurang dalam memanfaatkan internet guna mencari informasi lebih dalam atau sekedar untuk cek dan ricek fakta (Sunaryo, 2010:215).

Untuk mengetahui ketiga komponen sikap tersebut maka peneliti telah mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang nantinya akan menentukan strategi mewujudkan masyarakat Nagari Batu Basa cerdas dalam menyikapi pemberitaan hoax di media sosial *Facebook*

1. Sikap masyarakat Nagari Batu Basa dalam menyikapi pemberitaan hoax di media sosial *Facebook*.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada masyarakat Nagari Batu Basa, maka diperoleh data sebagai berikut:

- a. Apakah Bapak/Ibuk menggunakan media sosial *Facebook*?

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan yang telah peneliti lakukan pada masyarakat Nagari Batu Basa semua informan merupakan pengguna media sosial *Facebook* yang aktif, hal inilah yang nantinya dapat mempermudah peneliti untuk masuk ke pertanyaan selanjutnya

- b. Apakah Bapak/Ibuk pernah membaca berita melalui media sosial *Facebook*?

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan yang telah peneliti lakukan pada masyarakat Nagari Batu Basa semua informan merupakan pembaca berita yang aktif di media sosial *Facebook* baik yang cuma lewat diberanda ataupun yang masuk ke group *Facebook*.

- c. Bagaimana upaya Bapak/Ibuk mengetahui benar atau tidaknya informasi yang terkandung di berita tersebut?

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan yang telah peneliti lakukan pada masyarakat Nagari Batu Basa, Lasri: menginformasikan bahwasanya ia melihat terlebih dahulu sumber berita yang tersebar di media sosial *Facebook*. Mulyadi: menginformasikan bahwa ia hanya membaca tanpa peduli benar atau tidaknya berita tersebut. Zikrillah: ia hanya membaca tanpa memperdulikan sumber dan kebenaran dari berita yang lewat di beranda *Facebook*

Berdasarkan temuan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa banyak masyarakat yang tidak peduli dengan benar atau tidaknya berita yang tersebar di media sosial *Facebook*

- d. Pertanyaan ini di ajukan kepada masyarakat pengguna *Facebook* yang telah mengetahui berita yang mereka baca adalah hoax
Apakah tindakan yang Bapak/Ibuk lakukan setelah mengetahui berita tersebut adalah hoax?

Mulyadi: menginformasikan bahwa ia tidak akan menyebarkan berita tersebut. Zikrillah: tidak peduli akan hal itu karena tidak ada untungnya. Sahara: kalau beritanya menarik di ceritakan kepada teman-teman. Nasrul: kalau sudah tersebar di hapus dulu



Gambar 4.2 Berita di *Facebook* (Sumber: Beranda *Facebook* Bapak Lasri)

Sedangkan bapak Lasri sedikit bercerita mengenai hoax yang pernah ia baca di media sosial facebook, ia melihat berita lewat di berandanya dimana setelah orang luar negeri di suntik vaksinasi ia kemudian pingsan, hal ini memicu bapak lasri takut untuk di vaksinasi, akan tetapi setelah melihat di google ia melihat bahwasanya berita tersebut telah dinyatakan hoax oleh kominfo

- e. Pertanyaan ditujukan untuk mereka yang telah membaca berita tentang vaksinasi di media sosial *Facebook*

Bagaimana respon masyarakat terhadap berita vaksin yang ada di media sosial *Facebook*?

Lasri: menginformasikan bahwa ia setuju untuk di vaksinasi setelah membaca berita tentang vaksin di media sosial *Facebook*.

Bendri: setuju saja untuk di vaksin setelah membaca berita di media sosial *Facebook*. sedangkan Zikri: menginformasikan bahwa ia tidak setuju untuk di vaksinasi bahkan setelah membaca berita tentang vaksin di media sosial *Facebook* karena mereka sering membaca tentang vaksinasi yang mengandung berbagai jenis penyakit, dan dapat menyebabkan kematian, berita ini telah tersebar dan telah dipercayai semenjak lama

2. Apa saja strategi yang dapat dilakukan dalam memberikan literasi terhadap masyarakat Nagari Batu Basa yang terpapar berita hoax di media sosial *Facebook*?

- a. Apakah Bapak/Ibuk berfikir kritis dalam mempertimbangkan informasi yang berada di media sosial *Facebook*?

Lasri: menginformasikan bahwa ia cukup mempertimbangkan informasi yang ia baca di media sosial *Facebook* dengan cara melihat terlebih dahulu sumber dan kejelasan informasinya sehingga memunculkan fikiran untuk mempertimbangkan informasi tersebut.

Bendri: menginformasikan bahwasanya ia tidak melihat sumber tetapi ia cukup mempertimbangkan informasi tersebut untuk di saring terlebih dahulu. Zikrillah: menginformasikan bahwa ia langsung saja

menelan mentah-mentah apa yang ia baca tanpa mempertimbangkan terlebih dahulu benar atau tidaknya berita tersebut

Berdasarkan temuan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar masyarakat Nagari Batu Basa kurang mempertimbangkan informasi yang mereka baca di media sosial *Facebook*

- b. Apakah masyarakat Nagari Batu Basa meminimalisir koneksi pertemanan di media sosial *Facebook* untuk menghindari tersebarnya berita hoax?

Mulyadi: menyatakan bahwa ia hanya memilih pertemanan dengan orang yang mereka kenal di dunia nyata dan melanjutkannya di media sosial *Facebook*. Sahara: ia cukup memilih untuk melakukan pertemanan akan tetapi ia juga tidak menutup diri untuk menambah koneksi pertemanan dengan orang luar yang belum ia kenal sebelumnya. Nasrul: ia justru memperbanyak pertemanan di media sosial *Facebook* tanpa melihat terlebih dahulu siapa yang mereka tambahkan menjadi teman, hal itu dilandasi dengan tujuan untuk memperbanyak koneksi pertemanan

Berdasarkan temuan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa masyarakat Nagari Batu Basa kurang meminimalisir koneksi pertemanan di media sosial *Facebook* dan mengakibatkan cukup mudahnya tersebar berita hoax di media sosial *Facebook* akibat tidak menyaring koneksi pertemanan

- c. Pertanyaan ini ditujukan kepada pemerintah dan orang yang terlibat langsung dalam pemerintahan Nagari Batu Basa

Apakah masyarakat Nagari Batu Basa melaksanakan kampanye literasi digital untuk memberikan edukasi agar masyarakat terhindar dari berita hoax?

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan yang telah peneliti lakukan pada masyarakat Nagari Batu Basa, Supriadi, dan Lasri selaku orang yang terlibat langsung di bagian pemerintahan dan tokoh

masyarakat Nagari Batu Basa mengemukakan bahwasanya pemerintah Nagari Batu Basa saat ini masih belum pernah melakukan kampanye literasi digital dan upaya lainnya untuk memberikan edukasi kepada masyarakat agar terhindar dari berita hoax

- d. Pertanyaan ini ditujukan kepada pemerintah dan orang yang terlibat langsung dalam pemerintahan Nagari Batu Basa

Adakah partisipasi dari perangkat Nagari dalam mensosialisasikan pencegahan penyebaran berita hoax di masyarakat Nagari Batu Basa?

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penelitian yang peneliti lakukan terkait, maka disimpulkan bahwa

1. Masyarakat Nagari Batu Basa masih kurang cakap untuk mewujudkan masyarakat Nagari Batu Basa yang cerdas dalam menyikapi pemberitaan hoax di media sosial *Facebook*, karena kurangnya edukasi dan literasi untuk menghindarkan masyarakat terpapar dari pemberitaan hoax di media sosial facebook
2. Pemerintahan Nagari Batu Basa belum mengimplementasikan untuk mencerdaskan dan memberi kesadaran kepada masyarakat Nagari Batu Basa yang bebas dari terpapar pemberitaan hoax di media sosial *Facebook*. Serta belum melakukan kampanye literasi digital yang bertujuan untuk mengedukasi masyarakat nagari batu basa yang berfikir kritis dalam bermedia sosial, serta meminimalisir koneksi pertemanan agar mengurangi banyaknya masyarakat terhindar dari pemberitaan hoax.

B. Saran

Setelah penulis melakukan penelitian tentang strategi mewujudkan masyarakat Nagari Batu Basa cerdas dalam menyikapi pemberitaan hoax di media sosial *Facebook* maka dapat diajukan beberapa saran diantaranya kepada:

1. Bagi masyarakat Nagari Batu Basa
 - a. Diharapkan masyarakat Nagari Batu Basa berfikir kritis dalam menyikapi pemberitaan hoax di media sosial *Facebook*
 - b. Diharapkan masyarakat Nagari Batu Basa meminimalisir koneksi pertemanan di media sosial *Facebook* agar mengurangi semakin banyaknya masyarakat yang terpapar pemberitaan hoax

2. Bagi Pemerintahan Nagari Batu Basa
 - a. Diperlukan strategi dari Pemerintah Nagari Batu Basa untuk mengedukasi masyarakat agar terhindar dari pemberitaan hoax di media sosial *Facebook*
 - b. Diperlukannya kampanye literasi digital dari pemerintah untuk mewujudkan masyarakat Nagari Batu Basa cerdas dalam menyikapi pemberitaan hoax di media sosial *Facebook*.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya menggunakan metode penelitian kuantitatif agar menambah varian dari penelitian ini, serta dapat mengembangkan penelitian ini.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- A. Muri Yusuf, 2014, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, Jakarta : prenadamedia group
- Anggito, A. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: Jejak.
- Anto Satriyo Nugroho, *Tips Menghadapi Hoax dan Spam*.
www.ilmukomputer.com. Diakses tanggal 20 agustus 2021
- A.Wawan dan Dewi, 2010, *Teori dan Pengukuran Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Manusia*, Yogyakarta : Nuha Medika
- A. Yudo Trianto, Kredibilitas Teks Hoax di Media Sosial, *Komunikasi*, Vol. VI, No. 2, Hal 34
- Azwar, S. 2010. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Caleb T. Carr dan Rebecca A.Hayes.(2015).*Sosial Media:Defining,Developing, and Divining, Atlantic Journal of Communication, Volume 23*
- ChristianyJuditha. 2020. *PerilakuMasyarakatTerkaitPenyebaranHoaks*, Vol.5, No.2 (Online) 17 Juni 2021
- Cinthya Elika Putri Gunawan, 2017, *Analisis Strategi Bisnis pada Pt. Omega Internusa Sidoarjo*, jurnal Program Manajemn Bisnis, Volume 05 Number 01
- Cohen, 2013. *Green Business; An A-to-Z Guide*. Thousand Oaks. California: SAGE Publications Inc.
- David, freed R, 2006, *Manajemen Strategi*, Jakarta: Salemba Empat
- Dominikus Juju dan Feri Sulianta. 2010. *Hitam Putih Facebook*. Jakarta: PT Elek Media Komputindo
- Edi Suryadi, 2018, *Strategi Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Fandi Tjiptono, 2000, *Strategi Pemasaran*, Cet. Ke-II, Yogyakarta: Andi.

- Giffinger. (2007). Smart cities: ranking of European mid-sized cities. Digital Agenda for Europe.
- Howard, P. N. & Parks, M. R. (2012). *Social Media and Political Change: Capacity, Constraint, and Consequence*. *Journal of Communication*, Vol. 62, No. 2, 359- 362.
- Ilham Syaifullah, 2018, *Skripsi Aqidah dan Filsafat Islam : Fenomena Hoax Dalam Pandangan Hermeneutika*, Surabaya : UIN Sunan Ampel
- Lexy. J. Moleong, 2000, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Moch. Rifki Rahman, d. 2005. *Media Kilblat Baru Politik Indonesia*. Malang: Intrans Publishing Group.
- Mujahidah, 2013. *Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) Sebagai Media Komunikasi, Jurnal Komunikasidan Sosial Keagamaan*, Vol. XV, No1 (Online) 2 Juni
- Nurchayani Putri Lestari, 2016 , *Strategi Komunikasi dalam Meningkatkan Ketertiban Lalu Lintas Pada Satlantas Polres Kota Palembang*, Skripsi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Nengri Raden Fatah Palembang
- Nurhajati, 2019, *Panduan Menjadi Jurnalis Warga yang Bijak Beretika*, Jakarta:LP3M LSPR
- Raco, J. R. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Grasindo.
- Rahadi, D. R. 2017. *Perilaku Pengguna dan Informasi Hoaks di Media Sosial*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.5. No. 2
- Ratna Istriyani dan Nur Huda Widiana, 2016:300, *Etika Komunikasi Islam Dalam Membendung Informasi Hoax di Ranah Publik Maya*, *Jurnal Ilmu Dakwah*, Volume 36 No. 2
- Respati, S. ,2017, *Mengapa Banyak Orang Mudah Percaya Berita “Hoax”?* Kompas.com. Retrieved from <http://nasional.kompas.com/read/2021/08/24/18181951/mengapa.banyak.orang.mudah.percaya.berita.hoax>.

- Ritzen, George dan Douglas J. Goodman. *Teori Sosiologi Kontemporer*, Jakarta, Kencana Lenada Media Group, 2003.
- Romli, A. S. 2012. *Jurnalistik Online*. Bandung: Nuansa Cendekia
- Rulli Nasrullah, 2016, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Siosioteknologi*, Cet.kedua, Simbiosis Rekatama Media, Bandung
- Santoso Santropoetro, 1991:16, *Propaganda Salah Satu Bentuk Komunikasi Massa*, Bandung: Alumni.
- Sartika Kurniali. 2009. *Step by Step Facebook*. Jakarta: PT. Elek Media Komputindo
- Sasmito, Mayasari, 2015. *Pemanfaatan Media Sosial Facebook Untuk Media Pembelajaran Bahasa Indonesia*, Vol. 1 .No 1 (Online) 08 Maret 2020
- Slameto .1995. *Belajar dan Faktor-faktor yang mempengaruhinya*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Soekanto, Soerjono. 2007. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Press.
- Sofjan Assauri, 2013:7, *Strategic Management*, Depok: PT Raja Grafindo Persada
- Sugiyono, 2007, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung : Alfabeta, CV.
- Sudaryono. 2016. *Metodologi Penelitian*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada
- Sunaryo. 2004. *Psikologi Untuk Pendidikan*. Jakarta: EGC.
- Tamburaka, Apriadi, 2013. *Literasi Media Cerdas Bermedia Khalayak*. Cet. Ke-1 Jakarta, PT RAJAGRAFINDON PERSADA.
- Tenia, Hilda. 2017. *Fungsi Media Sosial*. Kata.co.id. Retrieved from <https://www.kata.co.id/Pengertian/Media-Sosial/879>.
- Helaludin dan Wijaya, H. 2019. *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Yusuf. 2014. *Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.

