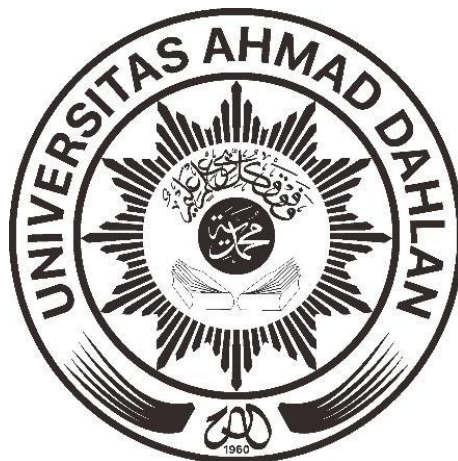


**STRATEGI KOMUNIKASI DESA KEJI DALAM  
MENGATASI BERITA HOAKS DI MEDIA SOSIAL**

**SKRIPSI**

Diajukan Pada Program Ilmu Komunikasi Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Meraih Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi  
Universitas Ahmad Dahlan.



**Oleh:**

**YADIRA AGUSTINA**

**2000030047**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS SASTRA, BUDAYA, DANN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN**

**2024**  
**DAFTAR ISI**

HALAMAN JUDUL.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
ABSTRAK.....	iii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	14
C. Tujuan Penelitian.....	14
D. Manfaat Penelitian.....	14
E. Fokus Penelitian.....	16
F. Kajian Pustaka.....	16
G. Kerangka Teori.....	19
1. Strategi Komunikasi.....	19
2. Media Sosial.....	27
3. Hoaks.....	31
4. Literasi Media.....	35
H. Kerangka Pemikiran.....	37
I. Metode Penelitian.....	37
1. Jenis Penelitian.....	37
2. Subjek dan Objek Penelitian.....	39
3. Sumber Data.....	39
4. Teknik Pengumpulan Data.....	40
5. Analisis Data.....	43
BAB II GAMBARAN UMUM DESA KEJI, MUNTILAN, KABUPATEN MAGELANG.....	46
A. Pengguna Media Sosial.....	46
B. Kabupaten Magelang.....	48
1. Sejarah Kabupaten Magelang.....	48
2. Wilayah Administrasi.....	50
C. Desa Keji.....	53

1. Visi dan Misi Desa Keji.....	55
2. Struktur Desa Keji.....	56
3. Geografi dan Demografi.....	57
4. Kondisi Pendidikan.....	61
5. Keadaan Ekonomi.....	62
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	64
A. Hasil Penelitian.....	64
1. Mengenal Khalayak.....	64
2. Menyusun Pesan.....	74
3. Menetapkan Metode.....	77
4. Seleksi dan Penggunaan Media.....	81
5. Peranan Komunikator.....	84
B. Pembahasan.....	88
1. Mengenal Khalayak.....	89
2. Menyusun Pesan.....	93
3. Penetapan Metode.....	96
4. Seleksi dan Penggunaan Media.....	98
5. Peranan Komunikator.....	100
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	102
A. Kesimpulan.....	102
B. Saran.....	103
PEDOMAN WAWANCARA.....	105
TRANSKRIP.....	107
DAFTAR PUSTAKA.....	115
LAMPIRAN.....	120

## ABSTRAK

Masyarakat di Desa Keji menghadapi masalah dengan adanya penyebaran berita hoaks yang viral. Untuk mengatasi masalah penyebaran berita hoaks yang sedang meresahkan warga Desa Keji, Pemerintah Desa Keji kemudian menerapkan strategi dalam mengatasi berita hoaks. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Keji dalam mengatasi berita hoaks di media sosial. Penelitian ini menggunakan teori strategi komunikasi dengan empat perumusan strategi dan peran komunikator. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan metode yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Pemerintah Desa Keji dalam mengatasi hoaks di media sosial terdiri dari mengenal khalayak, dengan melakukan sosialisasi dan bekerja sama dengan lembaga-lembaga di Desa Keji untuk mendukung upaya mengatasi berita hoaks. Menyusun pesan yang berfokus pada verifikasi kebenaran berita hoaks yang tersebar. Penetapan metode pencegahan, seperti rapat rutin dan penyebaran pesan anti-hoaks melalui lembaga-lembaga. Pemilihan media, yaitu pertemuan langsung dan penggunaan media sosial WhatsApp. Pemerintah Desa Keji memberikan sosialisasi dengan bekerjasama pihak-pihak lain yang mendukung adanya upaya pencegahan hoaks. Untuk penyampaian pesan dapat berupa media cetak atau media sosial.

**Kata Kunci:** Hoaks, Komunikasi, Strategi

## **ABSTRAC**

*People in Keji Village are facing a problem with the spread of viral hoax news. To overcome the problem of the spread of hoax news that is troubling Keji Village residents, the Keji Village Government then implemented a strategy in overcoming hoax news. The purpose of this study is to explain the communication strategies carried out by the Keji Village Government in overcoming hoax news on social media. This research uses communication strategy theory with four strategy formulations and the role of communicators. The research method used is qualitative, with data collection techniques through interviews, observation, and documentation. Data analysis was conducted using the method proposed by Miles and Huberman. The results showed that the Keji Village Government's communication strategy in overcoming hoaxes on social media consists of knowing the audience, by conducting socialization and working with institutions in Keji Village to support efforts to overcome hoax news. Developing messages that focus on verifying the truth of hoax news that is spread. Determining prevention methods, such as regular meetings and disseminating anti-hoax messages through institutions. Selection of media, namely direct meetings and the use of WhatsApp social media. The Keji Village Government provides socialization in collaboration with other parties that support hoax prevention efforts. For message delivery, it can be in the form of print media or social media.*

**Keywords:** *Hoax, Communication, Strategy*

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Pentingnya literasi digital sangat berpengaruh terhadap masyarakat. Perpaduan teknologi komputer dan komunikasi menjadikan teknologi informasi memiliki berbagai macam kelebihan dalam pertukaran informasi (Danuri, 2019). Berkembangnya teknologi informasi dengan adanya media sosial menjadi salah satu media yang cepat dalam menerima maupun menyebarkan informasi. Meningkatnya kesadaran akan pentingnya literasi digital menunjukkan betapa pentingnya melakukan literasi media sosial dalam upaya meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam menghadapi penyebaran hoaks (Riwukore, 2023). Kemudahan dalam penyampaian informasi melalui media sosial memberikan ruang yang luas sehingga informasi atau berita tidak dapat difilter dengan baik. Hal tersebut, memicu pengguna media sosial bebas untuk menyebarkan berbagai informasi yang belum tentu kebenarannya atau sering disebut hoaks. Hoaks pada umumnya diartikan sebagai sebuah informasi yang belum pasti faktanya, karena pengertian informasi itu adalah kumpulan dari beberapa data yang bersifat fakta (Rahmadhany et al., 2021). Pengguna media sosial tentu harus bijak dalam

bermedia. Adanya berita palsu dapat membahayakan diri sendiri maupun orang lain. Terdapat berbagai media sosial sebagai saluran komunikasi dan bertukar informasi. Salah satu dengan keberadaan whatsapp menjadi salah satu kebutuhan pokok masyarakat (Sahidillah et al., 2019). Whatsapp menyediakan fitur yang sederhana bagi penggunanya sehingga para pengguna dapat menggunakannya dengan mudah. Facebook juga memberikan fitur yang mudah dengan jangkauan yang luas. Penyebaran hoaks di WhatsApp dan Facebook telah menjadi isu yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir.

WhatsApp adalah *platform* pesan instan yang sangat populer. Dari segi fungsinya, WhatsApp memiliki kemiripan dengan aplikasi SMS yang umumnya digunakan pada ponsel generasi sebelumnya (MuttaqinTaqisul et al., 2021). Perbedaannya SMS dan whatsapp terletak pada penggunaan WhatsApp yang tidak mengandalkan pulsa telepon, melainkan memanfaatkan koneksi data internet. Namun, karena pesan yang dikirim melalui WhatsApp bersifat pribadi dan terenkripsi *end-to-end*, hal ini membuat sulitnya memantau dan mengendalikan konten yang tersebar di dalamnya. Sehingga menciptakan lingkungan yang memungkinkan penyebaran hoaks dengan cepat dan luas. Percepatan arus informasi yang tidak terkendali dalam era digitalisasi memiliki dampak yang salah satunya adalah penyebaran hoaks, misinformasi, dan disinformasi (Magdalena et al., 2024). Bentuk penyebaran hoaks yang umum di WhatsApp adalah melalui pesan berantai ini mengharuskan pengguna untuk membagikannya ke kontak

mereka, sehingga hoaks dapat menyebar dengan cepat dari satu pengguna ke pengguna lainnya. Kemudian karena WhatsApp sering digunakan untuk komunikasi pribadi antara anggota keluarga, teman, atau rekan kerja, pengguna cenderung lebih percaya pada pesan yang mereka terima. Hal ini dapat memudahkan penyebaran hoaks, karena orang cenderung lebih mudah menerima informasi dari sumber yang mereka percayai.

Facebook adalah *platform* media sosial yang mendunia dan rentan adanya informasi palsu. Banyaknya pengguna aktif yang bahkan bisa disebut sebagai penggemar media sosial di Indonesia memberikan kemudahan bagi para penyebar hoaks untuk melancarkan tindakan mereka (Amanda, 2024). Penyebaran hoaks yang meluas di media sosial Indonesia mengindikasikan bahwa masyarakat negara kita masih belum sepenuhnya memahami dengan baik informasi yang valid. Mereka cenderung terlalu mudah mempercayai dan menyebarkan berita tanpa melakukan verifikasi yang memadai (Bahri, 2022). Penyebaran hoaks di Facebook memiliki beberapa karakteristik yang berbeda. Bentuk konten berita palsu di Facebook dapat berupa tulisan, gambar, dan video dikemas dengan sedemikian rupa untuk meyakinkan penerima pesan. Hoaks semacam itu dapat dengan mudah menyebar melalui berbagi komentar dan tindakan lainnya. Sehingga memungkinkan konten yang tidak terverifikasi dan menyesatkan dapat dengan cepat menjadi viral. Adanya Grup dan halaman di Facebook memiliki fitur grup dan halaman yang memungkinkan pengguna dengan minat atau pandangan yang sama berkumpul. Akan tetapi, grup dan halaman semacam itu dapat digunakan untuk menyebarkan hoaks dengan cepat ke audiens.



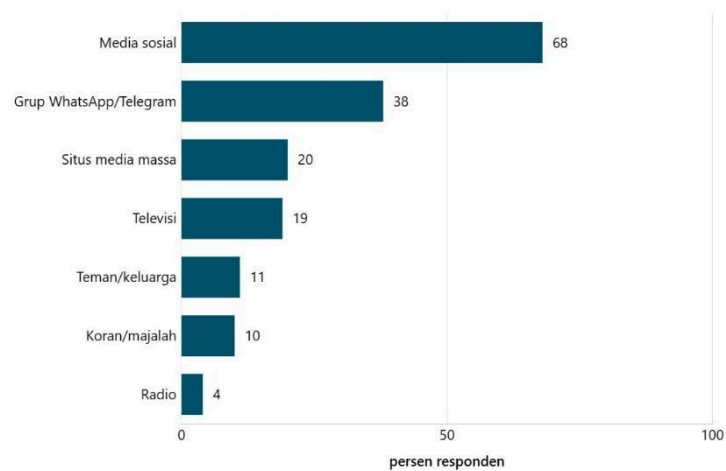
Pemerintah seharusnya telah memulai langkah-langkah serius dalam menangani penyebaran berita palsu atau hoaks. Selain mengandalkan pemerintah, masyarakat sipil juga memiliki kemampuan untuk bersatu dan melaksanakan berbagai upaya mengatasi adanya hoaks (Tsaniyah & Juliana, 2019). Hoaks tidak hanya menjadi ancaman bagi beberapa kelompok, tetapi juga menimbulkan ancaman bagi berbagai kelompok, termasuk mereka yang terdidik dan yang tidak terdidik, pemuka agama, orang tua, pemuda, remaja, anak-anak, serta pejabat pemerintah. Tidak hanya itu, hoaks juga berdampak pada masyarakat di wilayah pedesaan maupun perkotaan. Salah satu contohnya adalah pada bulan Juni 2019, muncul informasi yang tidak benar mengenai kejahatan jalanan atau klitih. Informasi ini menyebar melalui cerita dan grup WhatsApp, serta Facebook, yang mengklaim bahwa sekitar 60 rombongan sepeda motor membawa senjata tajam dan dalam perjalanan menuju Muntilan dari arah Semen Salam Magelang. Warga dan pengendara umum diberi himbauan untuk tetap waspada dan berhati-hati. (Borobudurnews.com, 2019). Munculnya berita hoaks adanya kejahatan jalanan seringkali menyebabkan masyarakat merasa takut. Hal ini dapat menciptakan ketakutan dan kekhawatiran bahwa mereka atau orang yang mereka cintai dapat menjadi korban kejahatan. Kejahatan jalanan dapat menciptakan rasa ketidakpastian di masyarakat. Ketika orang merasa bahwa mereka atau lingkungan sekitar mereka tidak aman, rasa takut dan kekhawatiran seringkali muncul. Hal ini dapat mempengaruhi kebebasan dan kualitas hidup mereka. Maka untuk mengurangi rasa takut ini, perlu dilakukan upaya pencegahan kejahatan yang lebih baik, peningkatan keamanan lingkungan, penegakan hukum yang efektif,

serta pendidikan dan kesadaran masyarakat tentang langkah-langkah keamanan pribadi yang dapat diambil.

Berita palsu serupa juga telah tersebar diberbagai media seperti facebook, situs web, whatsapp, dan lainnya. Berita pada Mei 2023 dalam situs web rri.co.id dengan menampilkan seorang pria yang mengklaim sebagai korban serangan dengan senjata tajam (klitih) oleh seseorang yang tidak dikenal (Hanna, 2023). Akan tetapi berita tersebut telah dikonfirmasi oleh pihak Kementrian dan Komunikasi (Kominfo) sebagai berita palsu atau hoaks. Klitih adalah perlakuan agresivitas yang dilakukan oleh remaja dengan melukai seseorang secara sengaja menggunakan senjata tajam (Fuadi et al., 2019). Hal ini dapat menimbulkan kekhawatiran dan kepanikan di antara masyarakat yang mungkin percaya pada berita tersebut. Selain itu, berita bohong seperti itu juga dapat merugikan reputasi individu maupun kelompok. Faktor yang menjadi penyebab seorang untuk menyebarkan berita bohong salah satunya hanya mencari sensasi dan perhatian. Berita bohong sering kali dibuat untuk menarik perhatian dan menciptakan sensasi. Seseorang mungkin merasa bahwa dengan menyebarkan berita bohong yang menarik dan kontroversial, akan mendapatkan perhatian lebih dan meningkatkan popularitas. Penting untuk meningkatkan kesadaran dan pendidikan tentang pentingnya memverifikasi informasi sebelum menyebarkannya, serta untuk mengembangkan kritis berpikir dan pemahaman yang baik tentang perbedaan antara fakta dan opini.

Informasi serupa juga menyebar di media sosial terutama whatsapp, dengan cepat dan mendapatkan perhatian oleh penerima pesan. Media sosial

whatshapp merupakan media satu-satunya yang paling banyak digunakan oleh masyarakat untuk berkomunikasi dan dianggap mudah fitur penggunaannya. Khususnya masyarakat di desa Keji Kabupaten Magelang, media whatshapp digunakan sebagai penyampaian dan menerima berbagai informasi. Salah satu fitur unggulan whatshapp yakni Whatshapp Group (WAG) (Sahid, 2021). Aplikasi *chatting* satu-satunya yang sampai sekarang ini masih banyak peminatnya di kalangan masyarakat. Terlebih adanya fitur *chatting* group, hampir setiap pengguna whatshapp memiliki group di dalamnya. Masyarakat desa memanfaatkan fitur tersebut untuk kebutuhan bertukar informasi dalam organisasi dan informasi penting lainnya. Berikut survei menurut databoks.



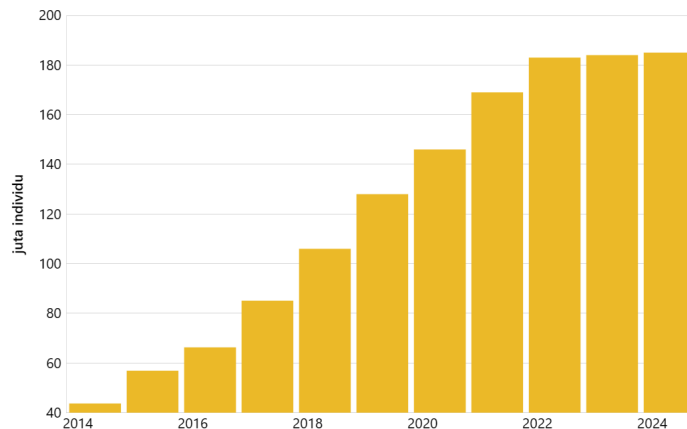
Gambar 1.1 Hasil Survei *Platform* Penyebaran Hoaks

Media sosial menjadi salah satu sumber informasi yang paling banyak mengandung hoaks yakni di angka 68% (Muhamad, 2023) . Grup WhatsApp sering kali dianggap sebagai salah satu saluran utama yang digunakan secara luas untuk menyebarkan hoaks. Salah satu faktor yang menyebabkan hal itu terjadi

yakni grup WhatsApp memungkinkan pengguna untuk dengan cepat mengirimkan pesan kepada banyak anggota grup sekaligus. Fitur ini mempermudah penyebaran hoaks dengan cepat dan dalam skala yang luas. Namun, penting untuk dicatat bahwa grup WhatsApp juga digunakan untuk tujuan komunikasi yang positif dan bermanfaat. Banyak grup WhatsApp yang digunakan untuk berbagi informasi yang benar, mendiskusikan topik yang relevan, atau memfasilitasi koordinasi dalam kegiatan kelompok. Oleh karena itu, penting untuk tidak menggeneralisasi bahwa semua grup WhatsApp adalah sumber penyebaran hoaks, tetapi ada kecenderungan bahwa grup WhatsApp sering kali menjadi media yang digunakan untuk tujuan tersebut.

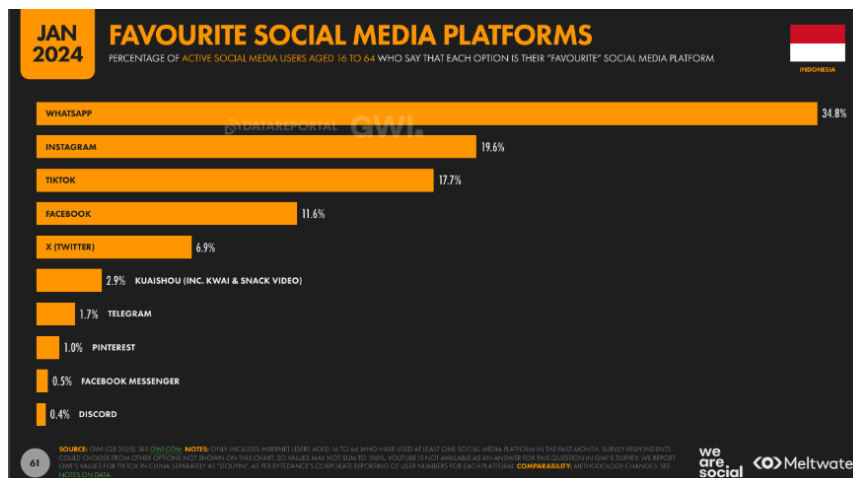
Internet memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kehidupan masyarakat. Ini telah mengubah cara kita berkomunikasi, bekerja, belajar, dan mengakses informasi. Peningkatan akses internet memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kualitas kehidupan (Mohammad & Maulidiyah, 2023). Kita dapat terhubung dengan orang-orang di seluruh dunia, mencari informasi dengan cepat, bekerja secara *online*, belajar secara mandiri melalui kursus *online*, dan menikmati berbagai hiburan digital. Namun, perlu diingat bahwa penggunaan internet juga memiliki risiko, seperti kecanduan dan privasi yang rentan. Oleh karena itu, penting untuk menggunakan internet dengan bijak dan bertanggung jawab. Menurut We Are Social bahwa pada bulan Januari 2024, sekitar 185 juta orang di Indonesia menggunakan internet, yang merupakan sekitar 66,5% dari total populasi nasional yang mencapai 278,7 juta orang. Jumlah pengguna internet di Indonesia juga mengalami peningkatan sekitar 1,5 juta orang atau naik 0,8%

dibandingkan dengan bulan Januari 2023. Hal ini menunjukkan adanya pertumbuhan yang signifikan dalam penggunaan internet di Indonesia dalam kurun waktu tersebut (Mutia Annur, 2022). Berikut data grafik



Gambar 1.2 Data Pengguna Internet di Indonesia

Menurut laporan terbaru yang dirilis oleh Datareportal.com dalam "Digital 2024 Indonesia," terlihat adanya perkembangan yang terus berlangsung dalam perilaku pengguna internet di Indonesia. Pengguna internet dan media sosial pada tahun 2024 di seluruh dunia dengan pengguna internet 5,35 milyar (naik 97 juta atau 1,8% dari tahun 2023). Pengguna media sosial aktif 5,04 milyar (naik 266 juta atau 56% dari tahun 2023). Data pengguna internet dan media sosial pada tahun 2024 di Indonesia dengan populasi jumlah penduduk 276,4 juta, pengguna internet 77% dari jumlah populasi yakni 212,9 juta. Penggunaan media sosial aktif 167 juta (60,4% dari total populasi) (Kemp, 2024). Penggunaan *platform* media sosial yang paling disukai oleh pengguna media beragam tergantung pada preferensi individu. Berikut ini *platform* media sosial yang banyak digunakan di Indonesia tahun 2024:



Gambar 1.3 Persentase Penggunaan Platform Media Sosial Tertentu

WhatsApp memiliki tingkat populasi pengguna media sosial yang tinggi di Indonesia, dengan 90,9% dari jumlah populasi menggunakan platform tersebut (Kemp, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa hampir sebagian besar penduduk Indonesia aktif menggunakan WhatsApp untuk berkomunikasi dan berbagi konten. Instagram juga sangat populer di Indonesia, dengan 85,3% dari jumlah populasi menggunakan platform tersebut. Pengguna Instagram di Indonesia dapat dengan mudah membagikan foto dan video, mengikuti akun favorit, serta terlibat dalam komunitas online melalui fitur-fitur yang disediakan. Facebook tetap menjadi salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia, dengan 81,6% dari jumlah populasi menjadi pengguna aktif. Dengan fitur-fitur seperti berbagi konten, terhubung dengan teman dan keluarga, serta mengikuti halaman dan grup yang menarik, Facebook tetap menjadi pilihan yang populer di kalangan pengguna media sosial di Indonesia. TikTok juga telah mencapai tingkat penggunaan yang signifikan di Indonesia, dengan 73,5% dari jumlah populasi menggunakannya. Platform ini terkenal karena konten video

pendek yang kreatif dan menghibur, yang memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri mereka sendiri dan menikmati berbagai tawaran hiburan. Secara keseluruhan, penggunaan *platform* media sosial seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, dan TikTok telah menjadi bagian penting dari kehidupan digital masyarakat Indonesia, dengan persentase pengguna yang tinggi menunjukkan poplaritas yang luas di negara ini.

WhatsApp memang menjadi salah satu *platform* media sosial yang disukai oleh pengguna. Adanya fitur-fitur seperti pesan teks, panggilan suara dan video, serta kemampuan untuk berbagi gambar, video, dan dokumen. WhatsApp telah menjadi pilihan yang populer untuk komunikasi interpersonal dan berkelompok. Melalui grup diskusi, obrolan pribadi, dan berbagi informasi melalui status, mereka terlibat dalam interaksi *online* yang membantu membangun dan meningkatkan hubungan sosial mereka (Bustomi & Yuliana, 2023). Pengguna memilih menyebarkan informasi melalui WhatsApp terutama fitur group dianggap efektif karena prosesnya cepat. Terlebih jumlah pengguna Whatsapp di Indonesia banyak, sehingga dapat menyebabkan tingkat penyebaran hoaks di Indonesia tinggi.

Penyebaran hoaks marak di seluruh masyarakat Indonesia, khususnya pengguna internet yang secara aktif memanfaatkan media sosial dan layanan chatting (Qorib, 2020). Aplikasi Whatsapp di Indonesia merupakan aplikasi paling populer menurut perusahaan riset ComScore dengan jumlah pengguna 35,8 juta. Tidak hanya pengguna paling banyak namun juga aplikasi yang paling sering digunakan setelah aplikasi Facebook (Ilahi, 2019). Menurut survey mastel (2019)

media penyebaran hoaks beragam diantaranya aplikasi chat seperti whatsapp, line, telegram sebanyak 62,80%, situs web sebanyak 34,90%, dan media sosial sebanyak 92,40%, dengan 1.116 responden yang menerima hoaks lebih dari satu kali perhari sebanyak 14,7% (Mastel, 2019). Memang lebih efisien dan praktis ketika menggunakan Whatsapp daripada menggunakan aplikasi lainnya. Terlepas dari itu semua, masyarakat melupakan kewajibannya untuk bijak dalam bermedia sehingga terpengaruh dan dipengaruhi oleh tersebarnya berita bohong melalui media sosial.

Literasi digital sangat berpengaruh terhadap kalangan masyarakat khususnya pengguna media digital. Artinya, literasi digital lebih menekankan pentingnya kemampuan berpikir kritis saat berinteraksi dengan media digital daripada hanya fokus pada keterampilan teknis sebagai aspek inti dalam literasi digital (Rini et al., 2022). Mudah-mudahan dalam mengakses media atau perangkat digital muncul dampak negatif bagi para penggunanya. Sekarang ini masuk pada era digital marak adanya penyebaran berita bohong atau hoaks, ujaran kebencian, penipuan dan lainnya. Oleh karena itu, penting bagi pengguna media dan perangkat digital untuk waspada terhadap hal tersebut karena dapat mengancam persatuan dan kesatuan bangsa Indonesia. Internet merupakan kemajuan teknologi global yang memiliki dampak negatif bagi siapapun yang menggunakannya. Setiap individu saling bertukar informasi dengan jangkauan luas bahkan tidak terbatas (Gunawan et al., 2021). Semua aktivitas tergantikan oleh akses internet melalui media digital dengan aplikasi pendukung seperti media sosial aplikasi whatsapp.



Masyarakat Jawa Tengah khususnya Desa Keji, Dusun Wonoboyo, Kabupaten Magelang sebagian besar telah menyadari bahwa sekarang ini perubahan zaman yang semakin canggih terutama dalam bidang teknologi. Teknologi digital tidak dapat di pisahkan dengan ketrampilan literasi. Karena, ketrampilan literasi berkaitan dengan cara mendapatkan segala informasi yang kemudian dapat dimanfaatkan oleh setiap individu dengan baik. Literasi digital juga dibutuhkan dalam konteks keilmuan pengetahuan lainnya, terlebih bagi generasi milenial. Melalui teknologi, pembelajaran menggunakan media semakin mudah dan generasi milenial memiliki pola pikir yang makin maju. Pengertian Literasi digital merupakan salah satu dari kecakapan hidup manusia dengan kemampuan menggunakan perangkat TIK, kemampuan dalam bersosialisasi, memanfaatkan guna proses pembelajaran serta memiliki sikap yang mampu berpikir secara kritis, kreative, dan inspiratif (Sulistyarini & Fatonah, 2022). Aktivitas kehidupan sekarang ini selalu berhubungan dengan teknologi digital. Semua manusia dituntut untuk melek akan teknologi digital agar tidak gagap teknologi (gaptek). Sebagaimana di era digital ini di tuntutan mempunyai kesiapan untuk saling melakukan aksi atau antar hubungan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi, seperti penggunaan smartphone dengan bermacam aplikasi.

Literasi digital merupakan suatu cara yang dibutuhkan setiap manusia dalam era modern guna memilah berbagai informasi secara presisi. Di zaman sekarang ini masih banyak masyarkat yang belum bisa membedakan informasi akurat dan tidak akurat. Mengingat dari tahun ke tahun marak penyebaran informasi yang tidak benar yang mana sering disebut hoaks. Maka dari itu, adanya

penyebaran hoaks di tengah masyarakat sangat memprihatinkan. Apalagi ketika menjelang pemilihan presiden, berbagai informasi sebagai konsumsi masyarakat dapat mengakibatkan perpecahan antar individu maupun kelompok apabila kurangnya pemahaman literasi digital. Salah satu upaya dalam mendukung literasi digital yakni adanya aplikasi, pengguna, dan pemahaman mengenai informasi yang di dapatkan. Istilah literasi digital dikemukakan pertama kali oleh Paul Gilster (1997) sebagai kemampuan memahami dan menggunakan informasi dari berbagai sumber digital (Kurnianingsih et al., 2017). Literasi digital dapat memuat tentang keamanan *online*, tentang kesadaran mengenai dampak sosial serta etika dalam menggunakan teknologi digital. Masyarakat dalam kehidupan sehari-hari tentu harus siap menghadapi teknologi komunikasi dan informasi yang terus berkembang ini.

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi ini tidak hanya memberikan dampak positif bagi penggunanya namun juga memberikan dampak yang negative bagi masyarakat maupun pengguna. Di era digital, kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi di berbagai aktivitas sehari-hari menjadi sebuah bentuk usaha individu dalam mengembangkan kemampuannya di bidang teknologi. Menurut Kenton dan Blummer, 2010 keterampilan literasi digital merupakan salah satu yang mendukung interaksi teknologi yang efektif dalam berbagai situasi pembelajaran sepanjang hayat (Syah et al., 2019). Masyarakat harus paham dan menyadari bahwa era sekarang sudah bukan lagi tradisional, agar tetap melek digital. Kemampuan literasi dan era digital adalah 2 hal yang saling berkaitan erat dalam memperoleh informasi melalui sebuah

jaringan dengan kemampuan setiap individu. Literasi digital berkaitan erat dengan media sosial bahwa 97,4% orang Indonesia mengakses media sosial dengan menggunakan jaringan internet (Alwan, 2021). Media sosial sekarang menjadi sebuah keunggulan tersendiri bagi para penggunanya yang dinilai lebih mudah dan praktis dalam penggunaannya. Selain itu, aplikasi digital berbasis internet dinilai telah menjadi kebutuhan masyarakat yang tidak lagi dapat dibendung (Yuniarto, 2019). Adanya media sosial dapat membantu kehidupan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang penulis jelaskan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut: Bagaimana Strategi komunikasi Desa Keji dalam mengatasi berita hoaks di media sosial?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi Desa Keji dalam mengatasi berita hoaks di media sosial.

## **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini penulis harapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Manfaat untuk bidang akademik

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi baru terhadap pengetahuan tentang strategi komunikasi yang efektif dalam mengatasi berita hoaks di

media sosial. Ini dapat membantu memperluas wawasan kita tentang bagaimana desa atau komunitas dapat menghadapi tantangan komunikasi dalam era digital saat ini. Selain itu membuka peluang bagi penelitian lanjutan untuk melakukan penelitian lebih dalam mengenai strategi komunikasi masyarakat dan hoaks.

## 2. Manfaat untuk Masyarakat Desa Keji

Penelitian ini dapat membantu Desa Keji dalam mengembangkan strategi komunikasi yang efektif untuk melawan dan menanggulangi berita hoaks di media sosial. Dengan memiliki strategi yang tepat dan desa dapat memberikan informasi yang akurat dan dapat dipercaya kepada masyarakat, sehingga melindungi mereka dari hoaks yang berpotensi merugikan. Selain itu, penelitian ini juga dapat membantu meningkatkan pemahaman dan keterampilan komunikasi di Desa Keji, dengan mempelajari strategi yang efektif dalam menangani berita hoaks. Pihak desa dan anggota masyarakat dapat mengembangkan keterampilan komunikasi yang lebih baik, termasuk dalam menyampaikan informasi yang akurat dan memeriksa kebenaran sebelum menyebarkan informasi di media sosial.

## 3. Manfaat Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya verifikasi informasi dan literasi media yang baik, sehingga masyarakat dapat menjadi konsumen informasi yang lebih cerdas dan bertanggung jawab. Meningkatkan keamanan informasi dan stabilitas sosial di Desa

Keji dengan mengurangi potensi konflik dan ketegangan yang disebabkan oleh penyebaran hoaks.

#### 4. Manfaat untuk pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menumbuhkan pemahaman bagi pembaca terkait permasalahan berita hoaks. Sehingga dapat memunculkan pemahaman baru dan sikap kritis masyarakat bangsa Indonesia terhadap ancaman berita hoaks. Hal tersebut dapat menumbuhkan rasa persatuan dan kesatuan yang ada di Indonesia.

### E. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi Desa Keji dalam mengatasi berita hoaks di media sosial.

### F. Kajian Pustaka

Penelitian Sebelumnya

**Tabel 1. Penelitian Sebelumnya**

<b>Nama</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Persamaan</b>	<b>Perbedaan</b>
(Arifa Rachma Febriyani & Rintulebda Anggung Kaloka, 2022)	Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Batang dalam	Strategi komunikasi yang digunakan, Dinas Komunikasi dan Informatika	Komunikasi massa dalam penyebaran berita	- Subjek Penelitian - Waktu Penelitian

	Menangkal Hoaks	menerapkan strategi komunikasi proaktif dan reaktif dalam menangkal hoaks. Namun, strategi komunikasi yang dilakukan belum optimal karena belum didasari perencanaan dan analisis secara matang.		- Tempat Penelitian
(ASRAND A, 2022)	Strategi komunikasi pemerintahan desa kuala tolam dalam penanggulangan berita hoax di media sosial	Strategi Komunikasi Pemerintah Desa Kuala Tolam Dalam Penanggulangan Berita Hoax Di Media Sosial yaitu berdasarkan Indikator mengenal khalayak yaitu pemerintah Desa Kuala Tolam melalui sosialisasi dan bekerjasama dengan seluruh stakeholder dalam mendukung upaya Desa Kuala Tolam untuk memberikan	Membahas strategi komunikasi dalam pencegahan berita hoaks di lingkup desa	- Subjek Penelitian - Waktu Penelitian - Tempat Penelitian

		<p>pengetahuan tentang berita hoax kepada masyarakat</p> <p>Menyusun pesan pemerintah Desa Kuala Tolam berfokus kepada data-data yang ada dan fakta yang sebenarnya dilapangan.</p> <p>Ketika ada berita hoax yang tersebar maka Pemerintah Desa Kuala Tolam akan bergerak cepat untuk mencari data dan informasi yang benar.</p>		
(Asse Nino, 2021)	<p>Analisis pemberitaan hoax pada media sosial di tengah pandemi covid-19 (Studi Kasus di Kota Parepare)</p>	<p>Strategi yang dilakukan oleh media sebagai upaya meminimalisir penyebaran berita hoax yakni dengan melakukan beberapa strategi diantaranya; Melakukan filtrasi, melakukan</p>	<p>Membahas mengenai strategi komunikasi media sosial dalam mencegah atau meminimalisir penyebaran</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Subjek Penelitian</li> <li>- Waktu Penelitian</li> <li>- Tempat Penelitian</li> </ul>

		trekking berita, uji kompetensi serta merumuskan judul yang menarik.	berita hoaks	
--	--	----------------------------------------------------------------------	--------------	--

## G. Kerangka Teori

### 1. Strategi Komunikasi

Strategi adalah rencana yang terstruktur guna mencapai tujuan tertentu dalam suatu konteks. Menurut KBBI kata strategi komunikasi berasal dari kata strategi yang memiliki artian rencana yang matang mengenai suatu kegiatan guna tercapainya misi, sedangkan komunikasi memiliki arti yakni proses pertukaran informasi antara dua orang atau lebih sehingga informasi yang disampaikan antara pengirim dan penerima dapat dipahami (Yuliana, 2021). Istilah yang digunakan untuk individu atau pihak yang memberikan informasi disebut sebagai komunikator, sedangkan untuk individu atau pihak yang mendengarkan atau menerima informasi disebut komunikan.

Pada dasarnya, strategi melibatkan perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett, dalam bukunya yang dikutip oleh Effendy (2017:32), tujuan inti dari kegiatan komunikasi terdiri dari tiga tujuan utama, yaitu:



- 1) *To secure understanding* (mendapatkan pemahaman)

Tujuan ini mencakup upaya untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan dipahami dengan benar oleh penerima. Komunikasi yang efektif harus mampu menyampaikan pesan dengan jelas dan mudah dipahami agar penerima memahami maksud dan makna yang ingin disampaikan.

- 2) *To establish acceptance* (menciptakan penerimaan)

Tujuan ini melibatkan usaha untuk mencapai penerimaan terhadap pesan yang disampaikan. Komunikator perlu membangun hubungan yang baik dengan penerima pesan, mempertimbangkan perspektif dan kebutuhan mereka, serta mengkomunikasikan dengan cara yang relevan dan persuasif agar pesan diterima dengan baik.

- 3) *To motivate action* (memotivasi tindakan)

Tujuan ini melibatkan upaya untuk mendorong tindakan atau respons dari penerima pesan. Komunikasi yang efektif harus mampu mempengaruhi dan memotivasi penerima pesan untuk mengambil langkah-langkah yang diinginkan atau merespons pesan dengan cara yang diharapkan.

Dengan mencapai ketiga tujuan ini, strategi komunikasi dapat membantu mencapai hasil yang diinginkan dalam mencapai tujuan yang ditetapkan.

Komunikasi merupakan suatu proses yang tidak bisa dielakkan oleh setiap individu, yang melibatkan penyampaian pesan. Istilah "komunikasi" atau dalam bahasa Inggris "*communication*" berasal dari akar kata Latin "*communicationem*", yang berasal dari kata "*communis*" yang artinya "sama" atau "bersama-sama". Dalam konteks ini, "sama" mengacu pada kesamaan makna atau pemahaman yang ingin dicapai melalui proses komunikasi (Effendy, 2017). Komunikasi penting bagi kehidupan sejak manusia lahir. Para cendekiawan telah menyadari pentingnya komunikasi dalam kehidupan sosial, budaya, pendidikan, dan politik sejak zaman Aristoteles yang hidup berabad-abad sebelum masehi. Di antara para ahli sosiologi, psikologi, dan politik di Amerika Serikat, Carl I. Hovland adalah salah satu yang tertarik pada perkembangan komunikasi. Salah satu ahli sosiologi, psikologi, dan politik yang tertarik pada perkembangan komunikasi adalah Carl I. Hovland, menurutnya, ilmu komunikasi melibatkan upaya sistematis dalam merumuskan prinsip-prinsip yang kuat dalam penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.

Sementara itu, Harold Lasswell dalam karyanya "*The Structure and Function of Communication in Society*" menyatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut: "*Who said what, through which channels, to whom, with what effect?*". Sedangkan dalam bahasa Indonesia sebagai berikut: "Siapa yang mengatakan apa, melalui saluran mana, kepada siapa, dengan efek apa?". Ini menunjukkan bahwa komunikasi melibatkan lima unsur yang merupakan jawaban dari pertanyaan-pertanyaan tersebut, yaitu:

- 1) Komunikator (*communicator*, sumber, pengirim)
- 2) Pesan (*message*)
- 3) Media (saluran, media)
- 4) Komunikan (*communicant*, penerima, penerima pesan)
- 5) Efek (efek, dampak, pengaruh)

Pada dasarnya, proses komunikasi melibatkan pengiriman pikiran atau perasaan oleh seorang individu (komunikator) kepada individu lain (komunikan). Kunci dalam komunikasi yang efektif terdiri dari beberapa unsur dalam proses komunikasi, yaitu:

- 1) Pengirim: Komunikator yang menyampaikan pesan kepada satu atau beberapa orang.
- 2) Encoding: Proses mengubah pikiran menjadi simbol-simbol yang dapat dimengerti.

- 3) Pesan: Kumpulan simbol yang memiliki makna yang disampaikan oleh komunikator.
- 4) Media: Saluran komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan.
- 5) Decoding: Proses di mana komunikan memberikan makna pada simbol-simbol yang disampaikan oleh komunikator.
- 6) Penerima: Komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
- 7) Respons: Reaksi atau tanggapan yang diberikan oleh komunikan setelah menerima pesan.
- 8) Umpan balik: Tanggapan yang diberikan oleh komunikan kepada komunikator setelah pesan diterima atau dipahami.
- 9) Gangguan: Gangguan yang tidak terduga yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat dari adanya pesan-pesan lain yang diterima oleh komunikan dan tidak sesuai dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Dalam komunikasi yang efektif, semua unsur tersebut saling berinteraksi untuk mencapai pemahaman yang baik antara komunikator dan komunikan.

Proses komunikasi dapat dibagi menjadi dua tahap, yaitu tahap primer dan tahap sekunder. Tahap primer adalah tahap di mana seseorang menyampaikan pikiran dan perasaannya kepada orang lain menggunakan lambang atau simbol sebagai media.

Lambang-lambang ini dapat berupa bahasa lisan, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya, yang secara langsung dapat mengungkapkan pikiran dan perasaan komunikator kepada komunikan (Effendy, 2017:11). Sementara itu, tahap komunikasi secara sekunder adalah tahap di mana seseorang menyampaikan pesan kepada orang lain menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah menggunakan lambang sebagai media pertama. Komunikator menggunakan media kedua ini ketika komunikan yang menjadi target komunikasi berada di lokasi yang relatif jauh atau berjumlah banyak. Surat, telepon, surat kabar, radio, televisi, film, dan berbagai media lainnya adalah contoh media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi (Effendy, 2017:16). Komunikasi yang efektif melibatkan pemahaman yang saling mendukung, kesesuaian antara pesan yang disampaikan dengan tujuan dan konteks, serta respons yang tepat dari penerima pesan.

Strategi merupakan serangkaian keputusan yang dipertimbangkan secara kondisional untuk menentukan tindakan yang akan diambil guna mencapai tujuan yang ditetapkan. Dalam merancang strategi komunikasi, selain memperumuskan tujuan yang jelas, perhatian juga harus diberikan pada kondisi dan situasi audiens yang menjadi fokus komunikasi. Terdapat lima faktor yang

perlu diperhatikan dalam strategi komunikasi, yakni sebagai berikut:

1) Mengetahui khalayak

Bagi seorang komunikator, langkah awal yang penting adalah untuk memahami audiens sebagai upaya menciptakan komunikasi yang efektif. Dalam proses komunikasi, audiens tidak hanya menjadi pihak yang pasif, tetapi juga aktif, sehingga terdapat hubungan timbal balik antara komunikator dan audiens yang saling mempengaruhi satu sama lain. Komunikator dan audiens memiliki kepentingan yang sama dalam proses komunikasi. Pada dasarnya, manusia melakukan komunikasi untuk memenuhi berbagai kebutuhan sosial dan personal.

2) Menyusun pesan

Langkah kedua dalam perumusan strategi, ialah Menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut, ialah mampu membangkitkan perhatian. Syarat-syarat untuk berhasilnya pesan menurut sebagai berikut:

- a. Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan itu dapat menarik perhatian sasaran yang di tuju.
- b. Pesan haruslah menggunakan tanda-tanda yang didasarkan pada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, sehingga kedua pengertian itu bertemu.
- c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi daripada sasaran dan menyarankan cara-cara untuk mencapai kebutuhan-kebutuhan itu.
- d. Pesan harus menyarankan sesuatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok di mana kesadaran pada saat digerakkan untuk memberikan jawaban yang dikehendaki.

### 3) Menetapkan metode

Keberhasilan komunikasi yang efektif tidak hanya bergantung pada kejelasan isi pesan yang disesuaikan dengan kondisi audiens, tetapi juga dipengaruhi oleh metode-metode penyampaian yang digunakan.

### 4) Penggunaan media

Menurut Arifin dalam bukunya tentang Strategi Komunikasi, penggunaan media massa menjadi suatu keharusan. Hal ini disebabkan oleh kemampuan media massa untuk mencapai jumlah audiens yang besar. Efektifitas dalam menyusun pesan komunikasi, kita perlu selektif dengan menyesuaikan keadaan dan kondisi audiens. Media massa yang sudah tidak asing di kehidupan manusia adalah surat kabar, radio, film, televisi, dan di era modern ini, internet juga menjadi salah satu media massa yang penting.

#### 5) Peran komunikator

Peran dan fungsi komunikator dalam proses komunikasi sangat penting, karena keberhasilan komunikasi tergantung pada kualitas pesan yang disampaikan oleh mereka. Oleh karena itu, perumusan strategi komunikasi yang melibatkan pengenalan audiens, penyusunan pesan, pemilihan metode dan media, serta penentuan komunikator yang sesuai dengan kondisi dan situasi menjadi lebih terorganisir dan efektif.

## **2. Media Sosial**



Sosial media memiliki asal-usul dalam bahasa Latin dan berarti saluran atau alat untuk menyampaikan pesan. Media dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu media tradisional dan media modern. Media tradisional mencakup berbagai bentuk seperti ukiran, gambar pada batu, wayang, ludruk, dan sejenisnya. Di sisi lain, media modern meliputi telepon, telegraf, pers, radio, film, televisi, dan internet.

Komunikasi massa mengacu pada komunikasi yang dilakukan melalui media massa. Dalam pengertian yang lebih jelas, komunikasi massa merujuk pada komunikasi yang terjadi melalui berbagai jenis media massa. Media massa modern merupakan produk teknologi modern yang terus berkembang untuk mencapai tingkat kesempurnaan. Menurut Severin dan Tankard, Jr., (Effendy, 2017:21) komunikasi massa adalah kombinasi antara keterampilan, seni, dan ilmu yang terkait dengan komunikasi melalui media massa. Devinto juga menyatakan bahwa komunikasi massa ditujukan untuk mencapai audiens secara massal melalui media massa. Terdapat beberapa ciri khas media massa, antara lain:

- 1) Komunikasi massa berlangsung dalam satu arah, di mana pesan disampaikan oleh komunikator kepada audiens tanpa adanya tanggapan langsung dari audiens.

- 2) Komunikator dalam komunikasi massa memiliki posisi dan kelembagaan yang kuat, seperti media perusahaan atau organisasi media yang mengatur dan mengendalikan aliran informasi.
- 3) Pesan dalam komunikasi massa bersifat umum, ditujukan untuk mencapai banyak orang dengan latar belakang dan kepentingan yang berbeda.
- 4) Media komunikasi massa cenderung menciptakan keseragaman dalam persepsi dan pemahaman, karena banyak orang menerima pesan yang serupa melalui media yang sama.
- 5) Audiens dalam komunikasi massa memiliki keberagaman dan perbedaan dalam hal latar belakang, kepentingan, dan karakteristik. Mereka adalah khalayak yang heterogen.

Poin-poin di atas menggambarkan sifat utama dari komunikasi massa dan media massa, yang menjadi khas dalam menyampaikan pesan kepada khalayak yang luas melalui media. Massa terdiri dari individu-individu yang secara spontan tergabung bersama karena tertarik pada isu-isu sosial, terutama yang diperkenalkan oleh media massa. Mereka merasa perlu untuk mendiskusikan masalah-masalah tersebut, mencari solusi, dan membentuk sikap serta pendapat. Kelompok-kelompok ini dikenal

sebagai publik. Publik adalah segmen massa yang tertarik pada isu-isu sosial atau masyarakat. Mereka berkumpul karena adanya kesamaan minat, perhatian, serta tujuan dan kepentingan yang serupa.

Kita saat ini menjalani zaman yang baru dan telah dirasakan oleh perubahan yang cepat dalam teknologi informasi dan komunikasi. Setiap perkembangan teknologi memberikan kemudahan di Tengah-tengah kehidupan manusia. Adanya smartphone yang seukuran tangan, kita dapat mengakses berbagai informasi. Perubahan ini berdampak pada ketersediaan informasi yang melimpah di kalangan masyarakat. Karakteristik utama dari media baru adalah saling terhubung. Media ini memberikan akses kepada individu sebagai penerima dan pengirim pesan, serta memiliki fitur interaktivitas (Tosepu, 2021:69). Media baru juga memiliki kegunaan yang beragam dan dapat diakses di mana saja (delokalisasi).

Menurut Mc Quill (1987,6) dalam buku Literasi Informasi Media (LIM) oleh (Tosepu, 2021), media baru atau disebut media elektronik baru atau media telematika, memiliki beberapa ciri utama, antara lain:

- 1) Desentralisasi pengadaan dan pemilihan berita, di mana tidak hanya pemasok komunikasi yang memiliki kontrol penuh.

- 2) Kemampuan pengiriman yang tinggi melalui kabel dan satelit, sehingga dapat mengatasi hambatan komunikasi yang disebabkan oleh pemancar siaran lainnya.
- 3) Adanya komunikasi timbal balik (interaktif), di mana penerima dapat memilih, memberi respons, menukar informasi, dan terhubung langsung dengan penerima lainnya.
- 4) Kelenturan dalam bentuk, isi, dan penggunaan media baru.

Munculnya media sosial seperti Facebook, Twitter, dan LinkedIn telah mengubah panorama jurnalisme di Indonesia, terutama dalam proses pengumpulan berita, pembuatan berita, dan penyebaran berita.

### **3. Hoaks**

Hoaks adalah jenis berita yang sebenarnya tidak benar, tetapi disajikan atau diibaratkan seolah-olah berita tersebut benar. Hoaks merupakan istilah yang berasal dari bahasa Inggris yang mengacu pada tipuan, penipuan, berita palsu, atau kabar burung yang disebarkan oleh seseorang (Simarmata et al., n.d. 2019). Dengan demikian, hoaks dapat dijelaskan sebagai representasi ketidakbenaran suatu informasi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, istilah 'hoaks' merujuk pada 'berita bohong'. Sementara

dalam *Oxford English Dictionary*, 'hoaks' didefinisikan sebagai '*malicious deception*' atau 'kebohongan yang dibuat dengan tujuan jahat'. 'Hoaks' atau 'fake news' bukan merupakan hal baru dan telah tersebar luas sejak Johannes Gutenberg menemukan mesin cetak pada tahun 1439. Sebelum era internet, 'hoaks' bahkan dianggap lebih berbahaya daripada saat ini karena sulit untuk diverifikasi. Menurut Silverman (2015), hoaks adalah serangkaian informasi yang disengaja disesatkan, namun disajikan sebagai kebenaran. Sementara menurut Ireton, Posetti, dan UNESCO (2018), fake news didefinisikan sebagai berita palsu yang mengandung informasi yang sengaja menyesatkan orang dan memiliki tujuan politik tertentu.

Menurut (Simarmata et al., n.d. 2019) dalam karya bukunya menjelaskan bahwa dalam konteks jurnalistik, istilah lain untuk "berita bohong" adalah "Berita Buatan" atau "Berita Palsu" (*Fabricated News/Fake News*). Mirip dengan berita bohong, berita buatan adalah laporan yang tidak didasarkan pada fakta atau kebenaran (*nonfactual*) dengan tujuan tertentu. Menurut Dewan Pers, ciri-ciri hoaks meliputi:

- a. Menimbulkan kecemasan, kebencian, dan permusuhan.

Sumber berita tidak jelas. Hoaks di media sosial sering kali berasal dari pemberitaan media yang tidak terverifikasi,

tidak seimbang, dan cenderung memihak pada pihak tertentu.

- b. Memiliki muatan fanatisme atas nama ideologi, judul yang provokatif, memberikan hukuman, serta menyembunyikan fakta dan data.
- c. Ciri khas lain dari hoaks adalah penggunaan HURUF KAPITAL, teks tebal (bold), banyak tanda seru, dan kurangnya penunjukkan sumber informasi.

Jenis-jenis Informasi Hoax menurut (Rahadi, 2012) meliputi:

- a. *Fake News* (Berita Bohong): Berita yang dimaksudkan untuk menggantikan berita asli dengan memasukkan informasi palsu.
- b. *Clickbait* (Tautan Jebakan): Tautan yang ditempatkan secara strategis untuk menarik pengunjung ke situs lain dengan judul yang berlebihan atau gambar menarik.
- c. *Confirmation Bias* (Bias Konfirmasi): Kecenderungan untuk menafsirkan peristiwa baru sesuai dengan keyakinan yang sudah ada.
- d. *Misinformation* (Informasi yang Salah): Informasi yang tidak akurat atau tidak benar, sering digunakan untuk menipu.

- e. *Satire* (Sindiran): Tulisan humor, ironi, atau pembesaran kejadian untuk memberikan komentar terhadap suatu peristiwa.
- f. *Post-truth* (Pasca-Kebenaran): Situasi di mana emosi lebih berpengaruh daripada fakta dalam membentuk opini public.
- g. Propaganda: Penyebaran informasi, fakta, argumen, gosip, setengah-kebenaran, atau kebohongan untuk memengaruhi opini publik.

International Federation of Library Association and Institutions (IFLA) dalam buku (Pratama, 2019) merilis beberapa cara untuk mendeteksi berita palsu sebagai berikut:

- a. Pertimbangkan sumber berita. Klik atau cari tahu informasi website, misi atau informasi kontak yang dapat dihubungi.
- b. Cek penulis. Lakukan pencarian cepat mengenai penulis. Apakah mereka kredibel? Lebih lagi, apakah mereka nyata ada?
- c. Cek tanggal. Periksa apakah ini berita lama yang disajikan ulang.
- d. Cek bias diri sendiri. Renungkan apakah keyakinan kita sendiri mempengaruhi putusan kita dalam membaca berita.
- e. Baca utuh. Kepala berita bisa jadi dibuat sangat menonjol agar memperoleh klik. Namun, masalah terpenting di sini

adalah, apakah seluruh isi tulisan sebangun dengan kepala berita?

- f. Ada sumber pendukung. Periksa tautan yang tersedia dan lihat apakah informasi di dalamnya sungguh mendukung berita?
- g. Apakah itu lelucon? Jika isinya terlalu nyinyir, boleh jadi ia adalah satire. Periksa website dan penulisnya.
- h. Tanya pada ahli. Konsultasilah pada ahli seperti pustakawan atau situs fact-checking.

#### **4. Literasi Media**

Literasi media merupakan kegiatan yang melibatkan seseorang dalam kemampuannya untuk menggunakan media secara bertanggung jawab dan terlibat aktif dalam budaya media yang terus berkembang. Literasi digital tidak lagi hanya terbatas pada penggunaan komputer, tetapi juga mencakup keterampilan menggunakan perangkat mobile, seperti smartphone dan tablet, untuk mengakses informasi, berinteraksi, dan memanfaatkan berbagai layanan digital (Syah et al., 2019). Pergeseran fokus ini mencerminkan perkembangan teknologi dan perubahan dalam cara masyarakat berinteraksi dengan media digital saat ini. Merebaknya media sosial di era saat ini, berdampak pada kemudahan seseorang dalam mendapatkan dan menyebarkan informasi dengan cepat dan biaya yang rendah (Simarmata et al., n.d.:50). Hal ini karena salah

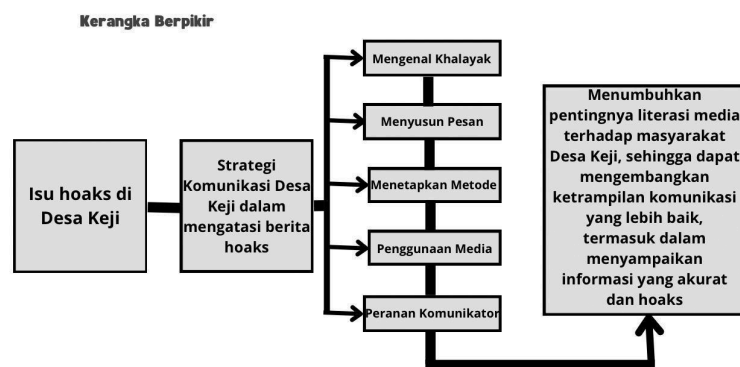


satu tujuan utama media sosial adalah untuk mempermudah aktivitas sehari-hari manusia. Namun, isu literasi media saat ini mendapat perhatian luas karena dilatarbelakangi oleh melimpahnya informasi dan perkembangan teknologi yang pesat (Pratiwi, 2018). Hal tersebut merupakan dua perkembangan utama yaitu ledakan informasi dan perkembangan teknologi yang pesat telah menyebabkan isu literasi media di masyarakat menjadi semakin penting dan mendapat banyak perhatian.

Adanya suatu berita menjadi salah satu konten yang dapat memperkuat literasi seseorang. Berita adalah salah satu sumber literasi. Badan PBB untuk bidang pendidikan dan kebudayaan (UNESCO) membagi literasi menjadi dua jenis, yaitu literasi informasi dan literasi media (Mardjianto et al., 2022:13). Literasi informasi adalah situasi dimana seseorang berinteraksi dengan informasi, yang berkaitan dengan bagaimana seseorang membuat keputusan dan tindakan yang etis dengan informasi yang dia miliki atau dapatkan. Sementara itu, literasi media memberikan perhatian tambahan yang berbeda. Literasi media memperkuat kemampuan seseorang yang terinformasi untuk mengetahui peran media atau pembuat informasi dalam memperbaiki kualitas kehidupan dan demokrasi. Dengan kata lain, seseorang yang memiliki literasi informasi dan literasi media yang baik akan mampu menyerap dan

menyimpan informasi yang mereka dapatkan, sekaligus mampu memberikan penilaian terhadap informasi tersebut.

## H. Kerangka Pemikiran



Gambar 1.4 Bagian Kerangka Pemikiran

Sumber: Peneliti

## I. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk memahami dan menjelaskan fenomena secara mendalam dengan fokus pada konteks dan makna yang diberikan oleh individu atau kelompok yang

terlibat dalam studi tersebut. Penelitian ini berusaha untuk menggali perspektif, pengalaman, dan interpretasi subjektif peserta penelitian. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat interpretif (menggunakan penafsiran) yang melibatkan banyak metode dalam mengkaji masalah penelitiannya (Mulyana, 2021). Metode ini sering melibatkan pengumpulan data berupa wawancara, observasi, studi kasus, atau analisis dokumen, serta menggunakan analisis kualitatif seperti pengkodean tematik atau analisis naratif untuk mengidentifikasi pola, tema, dan makna yang muncul dari data. Penelitian kualitatif sering digunakan dalam ilmu sosial, psikologi, pendidikan, antropologi, dan bidang lain yang memerlukan pemahaman yang mendalam tentang konteks dan pengalaman manusia.

Metode penelitian kualitatif merupakan salah satu pendekatan penelitian yang didasarkan pada filsafat postpositivisme. Meskipun metode ini masih relatif baru, popularitasnya tidak sebanding dengan metode penelitian kuantitatif yang memiliki pendekatan positivistic (Alaslan, 2021:25). Terdapat berbagai jenis penelitian kualitatif yang telah diusulkan oleh para ahli, antara lain Analisis Dokumen, Penelitian Historis, Analisis Isi, Studi Kasus, Etnografis, Penelitian Naturalistik, Fenomenologi, Konstruksionistik, Etnografis Studi Kasus, Studi Naratif, dan Grounded Theory.

Peneliti menggunakan jenis metode kualitatif studi naratif atau deskriptif yang difokuskan pada narasi, cerita, atau deskripsi tentang serangkaian peristiwa yang memiliki relevansi dengan realitas kehidupan manusia. Proses penelitian ini melibatkan wawancara mendalam dan observasi, dengan prosedur penelitian yang disebut sebagai *restoring*, di mana peneliti merekonstruksi kembali cerita yang terkait dengan peristiwa yang dialami oleh subjek penelitian. Penelitian ini sering berkaitan dengan cerita biografi dan autobiografi pengalaman hidup seseorang, sejarah perjalanan kehidupan seseorang, dan sejarah lisan dari suatu kebudayaan yang diperoleh dari ingatan peneliti.

## **2. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek penelitian adalah individu, kelompok, atau entitas yang menjadi fokus atau objek dari penelitian yang sedang dilakukan. Subjek penelitian pada umumnya dipilih berdasarkan tujuan penelitian, pertanyaan penelitian, atau populasi yang relevan dengan topik penelitian yang sedang dilakukan. Sementara objek dalam konteks penelitian merujuk pada hal, fenomena, atau konsep yang menjadi fokus atau yang ingin dipelajari oleh peneliti. Objek penelitian berperan sebagai sumber data dan informasi yang akan dianalisis dan dieksplorasi dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Objek penelitian bisa berupa individu, kelompok, kejadian, sistem, artefak, atau konsep tertentu yang relevan dengan topik penelitian yang sedang dilakukan.

Subjek penelitian ini yakni kepala Desa Keji, salah satu kepala dusun, tokoh masyarakat, dan masyarakat. Sedangkan untuk objek penelitian ini adalah Pemerintahan Desa Keji, Kecamatan Muntilan, Kabupaten Magelang, Provinsi Jawa Tengah yang berkenaan dengan hal yang berhubungan dalam sudut pandang dan strategi komunikasi.

### **3. Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data primer merujuk pada data yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya, yang biasanya melibatkan interaksi langsung dengan subjek penelitian. Sementara itu, sumber data sekunder merujuk pada data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain atau telah ada sebelumnya, dan peneliti menggunakan data tersebut untuk tujuan penelitian mereka sendiri. Data sekunder dapat berupa publikasi ilmiah, laporan penelitian, basis data, catatan arsip, atau dokumen historis. Dalam konteks penelitian yang disebutkan, sumber data primer adalah hasil wawancara dan observasi terhadap narasumber, sedangkan sumber data sekunder adalah kajian terhadap dokumen dan arsip Desa Keji.

### **4. Teknik Pengumpulan Data**

#### **a. Observasi**

Observasi adalah suatu teknik pengumpulan data dalam penelitian yang melibatkan pengamatan langsung terhadap subjek penelitian atau fenomena yang sedang diteliti. Dalam observasi, peneliti secara sistematis mengamati dan merekam informasi yang terkait dengan

perilaku, interaksi, lingkungan, atau kejadian yang diamati. Jenis observasi partisipatif mengharuskan peneliti untuk menjadi bagian dari kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati, sehingga dapat mengumpulkan data secara lebih mendalam dan alami (Sugiyono, 2017:227). Observasi dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti observasi terbuka (tanpa campur tangan peneliti dalam situasi yang diamati) atau observasi tersembunyi (peneliti menyamar atau tidak diketahui sebagai peneliti oleh subjek yang diamati). Observasi juga dapat dilakukan dalam situasi nyata (observasi lapangan) atau melalui rekaman audio atau video (observasi tercatat). Data yang diperoleh dari observasi dapat berupa perilaku, interaksi sosial, ekspresi verbal dan nonverbal, atau karakteristik lingkungan yang diamati.

Observasi sering digunakan dalam penelitian kualitatif untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang konteks, dinamika, dan makna yang terkait dengan fenomena yang sedang diteliti. Observasi juga dapat digunakan sebagai pendekatan yang komplementer dengan teknik pengumpulan data lainnya, seperti wawancara atau analisis dokumen, untuk menghasilkan data yang lebih lengkap dan mendalam.

#### b. Wawancara

Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data dalam penelitian yang melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan responden. Dalam wawancara, peneliti mengajukan serangkaian pertanyaan kepada responden dan mendapatkan tanggapan langsung

dari mereka. Tujuan dari wawancara adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang pendapat, pengalaman, persepsi, dan pengetahuan responden terkait dengan topik penelitian. Ada tiga jenis utama wawancara, yaitu wawancara terstruktur dan wawancara semi-struktur, dan wawancara tidak terstruktur.

Dalam wawancara terstruktur, peneliti menggunakan daftar pertanyaan yang telah ditentukan sebelumnya. Pertanyaan ini biasanya bersifat konsisten dan dapat diulang kepada responden lain. Wawancara terstruktur memungkinkan peneliti untuk membandingkan tanggapan dan mendapatkan data yang lebih terstruktur. Sedangkan wawancara semi-terstruktur lebih bebas dan terbuka dibandingkan dengan wawancara terstruktur (Sugiyono, 2017:233). Tujuannya adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diwawancarai diminta untuk memberikan pendapat dan ide-ide mereka. Di sisi lain, wawancara tidak terstruktur merupakan wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

Wawancara dapat dilakukan secara tatap muka langsung, melalui telepon, atau melalui media komunikasi *online*. Rekaman audio atau video sering digunakan untuk mendokumentasikan wawancara dan memudahkan analisis data. Peneliti melakukan wawancara terstruktur, dimana melakukan wawancara dengan pedoman wawancara dan setiap

responden diberikan pertanyaan yang sama. Wawancara dilakukan secara tatap muka langsung dan menggunakan rekaman audio untuk mendokumentasi wawancara. Wawancara menjadi salah satu teknik pengumpulan data yang penting dalam penelitian kualitatif karena memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang pandangan dan pengalaman subjek penelitian, serta memungkinkan adanya interaksi langsung antara peneliti dan responden untuk memperoleh informasi yang lebih kaya dan kontekstual.

c. Kepustakaan

Teknik pengumpulan data studi kepustakaan, juga dikenal sebagai tinjauan pustaka atau review literatur, melibatkan pengumpulan data dari sumber-sumber tertulis yang relevan dengan topik penelitian yang sedang dilakukan. Teknik ini melibatkan analisis dan sintesis informasi yang terdapat dalam buku, jurnal ilmiah, artikel, laporan penelitian, dan sumber-sumber teks lainnya.

Peneliti mengidentifikasi dan mengumpulkan sumber-sumber literatur yang relevan dengan topik penelitian. Hal ini dapat dilakukan melalui pencarian di basis data akademik, perpustakaan, jurnal elektronik, atau dengan menggunakan mesin pencari seperti Google Scholar.

Studi kepustakaan merupakan teknik yang penting dalam penelitian karena memungkinkan peneliti untuk memperoleh



pemahaman yang luas tentang penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, mengidentifikasi celah pengetahuan yang ada, dan mendukung pengembangan kerangka teoritis atau konseptual untuk penelitian yang sedang dilakukan. Sumber-sumber literatur yang berkualitas dan relevan dapat memberikan landasan yang kuat untuk analisis dan interpretasi dalam penelitian.

## 5. Analisis Data

Model analisis data yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (1986) dalam analisis data yang dilakukan secara interaktif dan berkelanjutan. Model ini memungkinkan analisis data untuk berlangsung secara terus-menerus sampai selesai, dengan memastikan bahwa data yang dikumpulkan telah jenuh atau mencapai titik di mana tidak ada informasi baru yang ditemukan (Alaslan, 2021). Tahap dalam analisis data yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification* (Sugiyono, 2017:246). Berikut proses analisa data:

### a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan proses memilah dan memfokuskan pada hal-hal yang penting dari keseluruhan data yang ada. Hal ini dilakukan agar data yang tersisa dapat memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti dalam melakukan pengumpulan data lebih lanjut (Sugiyono, 2017:247). Reduksi data melibatkan proses berpikir yang cermat dan membutuhkan kecerdasan, kebebasan, dan pemahaman yang mendalam karena melibatkan rangkuman, pemilihan

elemen inti, dan fokus pada hal-hal yang penting saja. Selanjutnya, peneliti mencari tema dan pola yang muncul sehingga memudahkan peneliti untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang data yang relevan dan data yang tidak relevan (data yang tidak berguna).

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah melaksanakan reduksi data, langkah selanjutnya adalah mengorganisir dan menyajikan data agar tersusun secara sistematis dan memperlihatkan pola hubungannya, sehingga dapat dengan mudah dipahami. Penyajian data dapat dilakukan melalui berbagai bentuk, seperti uraian singkat, diagram, atau tabel (Sugiyono, 2017:249). Bentuk penyajian data yang paling umum digunakan dalam penelitian kualitatif adalah dalam bentuk teks yang berbentuk naratif.

c. Kesimpulan/ verifikasi

Penarikan kesimpulan dalam analisis data kualitatif merupakan tahap akhir yang bersifat sementara. Kesimpulan yang dibuat pada tahap ini masih dapat berubah seiring dengan ditemukannya bukti-bukti pendukung yang kuat saat pengumpulan data berikutnya. Namun, jika bukti-bukti yang terkumpul sudah valid dan konsisten saat peneliti melakukan pengecekan ulang di lapangan, maka kesimpulan awal tersebut menjadi kredibel dan dapat dipercaya (Sugiyono, 2017:252). Hal ini menunjukkan bahwa kesimpulan awal tersebut dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan jika didukung oleh data dan bukti yang valid. Namun, dalam penelitian kualitatif,

kesimpulan tersebut juga dapat tidak dapat menjawab rumusan masalah karena mungkin terjadi perubahan atau perkembangan dari masalah penelitian saat peneliti berada di lapangan.

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM DESA KEJI, MUNTILAN, KABUPATEN**

#### **MAGELANG**

##### **A. Pengguna Media Sosial**

Media sosial tidak asing lagi di tengah kehidupan manusia. Berdasarkan laporan terbaru dari We Are Social, WhatsApp menempati posisi teratas sebagai aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia pada bulan Januari 2024 (Annur, 2024). Dalam populasi pengguna internet Indonesia yang berusia antara 16 hingga 64 tahun, mayoritas atau sekitar 90,9% dari mereka menggunakan aplikasi tersebut. Secara keseluruhan, We Are Social mencatat bahwa pada bulan Januari 2024 terdapat sekitar 139 juta akun pengguna media sosial di Indonesia. Jumlah ini setara dengan sekitar 49,9% dari total populasi nasional.

Jumlah pengguna media sosial semakin meningkat dan menjadi sebuah kebutuhan manusia. Pada periode antara tahun 2024 dan 2029, diperkirakan jumlah pengguna media sosial di Indonesia akan terus meningkat sebesar 14,3 juta pengguna (+5,32 persen) (statista.com, 2024). Setelah mengalami peningkatan selama sembilan tahun berturut-turut, basis pengguna media sosial diperkirakan akan mencapai 283,12 juta pengguna pada tahun 2029, yang merupakan rekor tertinggi. Terutama, jumlah pengguna media sosial terus meningkat dalam beberapa tahun terakhir.

Di Indonesia, media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan digital masyarakat. Media sosial telah menciptakan *platform* yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten, dan terhubung dengan orang-orang di seluruh negeri. Beberapa media sosial yang populer dan banyak digunakan di Indonesia termasuk WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, dan TikTok. Media sosial telah memengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk komunikasi, berita, hiburan, politik, dan bisnis. Masyarakat Indonesia menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan teman dan keluarga, membagikan momen dan pengalaman, mendapatkan informasi terkini, mengikuti perkembangan berita, mengikuti dan berinteraksi dengan selebriti, serta mempromosikan bisnis dan produk mereka.

Media sosial telah menjadi *platform* yang sangat populer di kalangan anak muda, namun juga digunakan oleh berbagai kelompok usia

lainnya. Perusahaan dan organisasi juga memanfaatkan media sosial untuk membangun merek, menjalin hubungan dengan pelanggan, dan memasarkan produk dan layanan mereka. Namun, kehadiran media sosial juga membawa tantangan dan risiko, seperti penyebaran informasi palsu, privasi yang rentan, dan penggunaan yang tidak sehat atau tidak etis. Oleh karena itu, penting bagi pengguna media sosial untuk mengembangkan pemahaman yang baik tentang penggunaan yang aman dan bertanggung jawab serta kritis terhadap informasi yang mereka temui di *platform* tersebut.

## **B. Kabupaten Magelang**

### **1. Sejarah Kabupaten Magelang**

Terdapat beberapa interpretasi mengenai asal-usul nama Magelang. Salah satu versi awal menyebutkan bahwa nama itu berasal dari kata 'Mage', yang berarti orang yang bijaksana atau budiman, dan 'lang' yang merupakan kependekan dari kata bahasa, sehingga secara keseluruhan memiliki arti "bahasa orang bijaksana" atau "kota orang-orang bijaksana". Versi yang lebih populer menyatakan bahwa Magelang berasal dari kata "katatepung gelang", yang berarti "mengelilingi dengan rapat seperti gelang". Nama ini diberikan untuk mengenang Raja Jin Sonta yang dikepung di daerah ini oleh pasukan Mataram sebelum akhirnya tewas di tangan Pangeran Purbaya.

Sejarah Kabupaten Magelang dan perkembangannya tidak bisa dipisahkan dari Kota Magelang. Pada tahun 1812, Letnan Gubernur Sir Thomas Stamford Raffles menunjuk Ngabei Danuningrat sebagai bupati pertama Kabupaten Magelang dengan gelar Adipati Danuningrat I. Penunjukan ini terjadi setelah perjanjian antara Inggris dan Kesultanan Yogyakarta pada tanggal 1 Agustus 1812 yang menyerahkan wilayah Kedu kepada pemerintah Inggris. Sejak saat itu, Danuningrat menjadi bupati pertama di Kabupaten Magelang dengan gelar Adipati Danuningrat I. Di bawah bimbingan gurunya, ia memilih daerah antara desa Mantiasih dan desa Gelangan sebagai pusat pemerintahan.

Pada tahun 1930, jabatan bupati dialihkan dari dinasti Danuningrat kepada pejabat baru bernama Ngabei Danukusumo. Sementara itu, berdasarkan Keputusan Desentralisasi tahun 1905, Kota Magelang menjadi gemeente bersama dengan Kota Semarang, Salatiga, dan Pekalongan. Jabatan walikota baru diangkat pada tahun 1924. Meskipun demikian, kedudukan bupati tetap berada di Kota Magelang. Akibatnya, terdapat beberapa pimpinan daerah di Kota Magelang, termasuk bupati Magelang, residen Kedu, asisten residen Magelang, dan walikota Magelang.

Seiring berjalannya waktu, kedudukan Kabupaten Magelang diperkuat melalui Undang-Undang No. 2 tahun 1948 dengan ibu kota di Kota Magelang. Pada tahun 1950, berdasarkan

Undang-Undang No. 13 tahun 1950, Kota Magelang menjadi kotamadya yang memiliki otonomi dalam mengatur rumah tangga sendiri. Hal ini mengakibatkan adanya kebijakan untuk memindahkan ibu kota kabupaten ke daerah lain. Ada dua alternatif sebagai pengganti Kota Magelang, yaitu Kawedanan Grabag atau Kawedanan Muntilan, namun kedua pilihan tersebut ditolak. Pada tanggal 22 Maret 1984, kecamatan Mertoyudan bagian Selatan dan kecamatan Mungkid bagian Utara secara resmi dipilih sebagai ibu kota Kabupaten Magelang oleh gubernur Jawa Tengah dengan nama Kota Mungkid.

## **2. Wilayah Administrasi**

Kabupaten Magelang terletak di sebuah cekungan yang dikelilingi oleh beberapa rangkaian pegunungan. Di sebelah timur (di perbatasan dengan Kabupaten Boyolali), terdapat Gunung Merbabu yang memiliki ketinggian 3.141 meter di atas permukaan laut (dpl) dan Gunung Merapi dengan ketinggian 2.911 meter dpl. Sedangkan di sebelah barat (perbatasan dengan Kabupaten Temanggung dan Kabupaten Wonosobo), terdapat Gunung Sumbing yang mencapai ketinggian 3.371 meter dpl. Di bagian barat daya terdapat rangkaian Pegunungan Menoreh. Di tengah-tengah kabupaten ini, mengalir Kali Progo beserta anak-anak sungainya yang mengalir ke arah selatan. Kabupaten Magelang juga dilintasi oleh Kali Elo yang membagi wilayah ini menjadi dua. Pertemuan kembali kedua sungai tersebut

terletak di desa Progowati yang konon pada masa lalu memiliki lebih banyak penduduk wanita daripada pria.

Dari segi geografis, Kabupaten Magelang terletak antara 110001'51" dan 110026'58" Bujur Timur, serta antara 7019'13" dan 7042'16" Lintang Selatan. Secara administratif, Kabupaten Magelang terbagi menjadi 21 kecamatan dan terdiri dari 372 desa/kelurahan. Dari segi administratif pemerintahan, Kabupaten Magelang berbatasan sebagai berikut:

a) Sebelah Utara: Kabupaten Temanggung dan Kabupaten Semarang

b) Sebelah Timur: Kabupaten Semarang dan Kabupaten Boyolali

c) Sebelah Selatan: Provinsi DIY (Daerah Istimewa Yogyakarta) dan Kabupaten

Purworejo

d) Sebelah Barat: Kabupaten Wonosobo dan Kabupaten Temanggung

Selain itu, di tengah Kabupaten Magelang terdapat Kota Magelang. Secara topografi, wilayah Kabupaten Magelang merupakan dataran tinggi yang berbentuk seperti cawan atau cekungan, karena dikelilingi oleh lima gunung, yaitu Gunung Merapi, Merbabu, Andong, Telomoyo, Sumbing, dan Pegunungan Menoreh. Kondisi ini



menjadikan sebagian besar wilayah Kabupaten Magelang merupakan daerah tangkapan air, sehingga tanahnya subur karena tersedia sumber air yang melimpah dan adanya sisa abu vulkanik.

Kabupaten Magelang memiliki iklim tropis dengan dua musim, yaitu musim hujan dan musim kemarau, dengan suhu udara berkisar antara 20° C hingga 27° C. Curah hujan di Kabupaten Magelang relatif tinggi. Hal ini menyebabkan sering terjadi bencana tanah longsor di beberapa daerah pegunungan dan lereng gunung. Wilayah Kabupaten Magelang terbagi menjadi dua jenis tanah. Di bagian tengah, tanahnya merupakan endapan alluvial yang terbentuk dari lapukan batuan induk. Sementara itu, di lereng dan kaki gunung, tanahnya merupakan endapan vulkanik.

Tabel 2.1 Jumlah Penduduk Kabupaten Magelang Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2023.

No	Kecamatan	Jumlah Penduduk		Jumlah
		Laki-laki	Perempuan	
1	Salaman	38.551	38.003	76.554
2	Borobudur	32.806	32.529	65.335
3	Ngluwar	16.469	16.621	33.090
4	Salam	24.219	24282	48.501
5	Srumbung	24.711	24.616	49.327
6	Dukun	23.977	23.894	47.871

7	Sawangan	29.638	29.352	58.990
8	Muntilan	40.335	40.534	80.869
9	Mungkid	37.556	37.669	75.225
8	Mertoyudan	55.607	56.519	112.126
9	Tempuran	27.139	26.401	53.637
10	Kajoran	31.673	30.849	62.522
11	Kaliangkrik	32.016	30.872	62.888
12	Bandongan	32.172	31.101	63.273
13	Candimulyo	25.965	25.496	51.461
14	Pakis	28.896	27.894	56.790
15	Ngablak	21.866	21.250	43.166
16	Grabag	49.135	47.800	96.935
17	Tegalrejo	27.864	27.128	54.992
18	Secang	42.145	42.009	84.154
19	Windusari	27.864	26.401	54.265
	Jumlah	670.000	661.317	1.331.921

Sumber:

Disdukcapil Kabupaten Magelang 2024

Penduduk Kabupaten Magelang terus tumbuh. Jumlah penduduk Kabupaten Magelang pada Semester I tahun 2023 mencapai 1.324.756 jiwa, naik 0,40% dari tahun sebelumnya. Menurut data dari Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Magelang pada semester 2 tahun 2023, bahwa Kecamatan Mertoyudan memiliki populasi tertinggi dengan 112.126 jiwa, diikuti oleh Kecamatan Grabag

dengan 96.935 jiwa dan Kecamatan Ngluwar memiliki populasi terkecil dengan 33.090 jiwa.

### **C. Desa Keji**

Desa Keji merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Muntilan, Kabupaten Magelang, Provinsi Jawa tengah, Indonesia. Sebelum tahun 1943, terdapat dua desa yakni Desa Padan dan Desa Jomboran. Desa Padan dipimpin oleh Kepala Desa Harjo Diwiryoyo yang tinggal di Dusun Keji. Sementara itu Desa Jomboran, yang dipimpin oleh Kepala Desa Rekso Diwiryoyo yang tinggal di Dusun Jomboran. Pada tahun 1943, selama masa penjajahan Jepang, karena kedua Kepala Desa tersebut adalah saudara, pemerintah pada saat itu memutuskan untuk menggabungkan Desa Padan dan Desa Jomboran menjadi satu. Pada tahun yang sama, dilakukan pemilihan Kepala Desa antara Harjo Diwiryoyo yang tinggal di Dusun Keji dan Rekso Diwiryoyo yang tinggal di Dusun Jomboran. Dalam pemilihan tersebut, Harjo Diwiryoyo dari Dusun Keji keluar sebagai pemenang. Setelah penggabungan dan kepala Desa tinggal di Dusun Keji, desa tersebut diberi nama Desa Keji sejak tahun 1943.

Beberapa peristiwa penting yang terjadi setelah tahun 1943 yakni selama revolusi fisik antara tahun 1945 hingga 1949, Pemerintah Kabupaten Magelang berpindah-pindah, salah satunya berada di Dusun Keniten, Desa Keji, Kecamatan Muntilan. Pada saat itu, Bupati Magelang adalah R. Yudodibroto, dan mereka membawa bersama mesin TIK merek Remington serta berkas-berkas arsip lainnya. Pada tahun 1949, di Dusun Keniten

ditemukan sebuah granat genggam yang diketahui oleh seorang mata-mata Belanda. Mata-mata tersebut menyarankan agar granat tersebut dibuka. Proses pembukaan granat tersebut disaksikan oleh tentara Indonesia dan warga setempat, dan akibatnya terjadi ledakan yang menewaskan 5 tentara Indonesia dan 1 warga, serta melukai 18 orang lainnya.

Pada tahun 1982, Dusun Keniten yang mencakup Sidikan, Kriyan, dan Keniten dibagi menjadi dua kepala dusun, yaitu Dusun Sidikan dengan Kepala Dusun Surat Martono (sekarang Sidikan dan Kriyan di sebelah timur Jalan), dan Dusun Keniten dengan Kepala Dusun Sis Tukijo (sekarang Kriyan di sebelah barat Jalan dan Keniten). Pada tahun 1989, Desa Keji dikunjungi oleh Ibu Wakil Presiden Amerika Serikat untuk tujuan wisata. Para kepala desa Desa Keji meliputi:

- 1) Kepala Desa Keji Pertama: Harjo Diwiryo (1943-1975).
- 2) Kepala Desa Keji Kedua: Harjono (1976-1989).
- 3) Kepala Desa Keji Ketiga: Sumarmi (1990-1999).
- 4) Kepala Desa Keji Keempat: Sundarto (1999-2007). Ia meninggal dunia pada tahun 2003, dan pemilihan kepala desa dilakukan pada tahun yang sama.
- 5) Kepala Desa Keji Kelima: Sudarno (2004-2014). Pada tahun 2013, dilakukan pemilihan kepala desa dan dimenangkan oleh:
- 6) Kepala Desa Keji Keenam: Siti Rahayuningsih (2014-2020). Pada tahun 2019, dilakukan pemilihan kepala desa dan dimenangkan oleh:

7) Kepala Desa Keji Ketujuh: Siti Rahayuningsih (2020-2026).

### **1. Visi dan Misi Desa Keji**

Desa Keji memiliki program unggulan yakni Pembangunan sumber daya alam dan sumber daya manusia di era digital.

Visi : Meningkatkan pemerintah desa keji yang bersih, maju, bermanfaat, berwibawa, sejahtera, berdaya saing dan Amanah.

Misi :

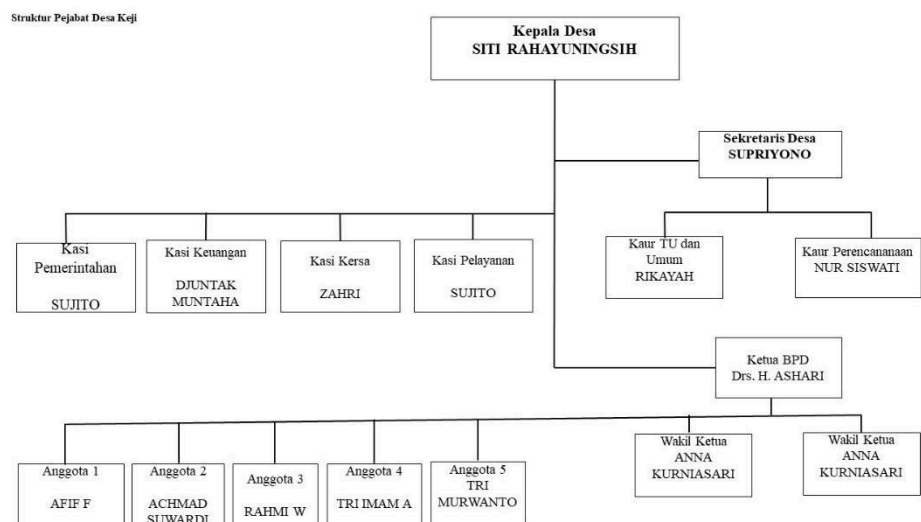
- 1) Meningkatkan pengelolaan keuangan desa yang baik, transparan, akuntabel.
- 2) Meningkatkan pengelolaan administrasi yang baik di semua perangkat desa.
- 3) Meningkatkan pelayanan masyarakat yang mudah, cepat dan baik dibidang pemerintahan, pembangunan dan kemasyarakatan. Memanfaatkan dan mengelola sumber dayaalam berbasis kelestarian lingkungan hidup.
- 4) Mewujudkan pemerintahan yang selalu memberlakukan dan menjunjung nilai-nilai demokratis, serta bebas dari kkn, mewujudkan pembangunan yang tepat waktu, tepat sasaran, tepat guna, dan tepat mutu.
- 5) Meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat yang sejahtera dan berakhlak mulia.
- 6) Meningkatkan daya saing daerah yang berbasis pada potensi lokal dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan hidup.

- 7) Meningkatkan pengembangan sektor unggulan.
- 8) Meningkatkan ketentraman dan ketertiban Masyarakat.
- 9) Tanggap dan waspada bencana
- 10) Meningkatkan kepercayaan atau apa yang dititipkan dan bukan hanya menyangkut urusan materi/fisik

## 2. Struktur Desa Keji

Berikut struktur Desa Keji:

Gambar 2.1 Struktur pejabat Pemerintah Desa Keji



Sumber: Buku Monografi Desa Keji 2023

## 3. Geografi dan Demografi

### a. Geografi

Desa Keji merupakan salah satu desa yang secara administratif terletak di Kecamatan Muntilan, Kabupaten Magelang, Provinsi Jawa Tengah. Secara geografis, desa ini berada di dataran rendah dengan

ketinggian sekitar 270 meter di atas permukaan laut. Koordinat geografis Desa Keji berada antara 6°51'46" hingga 7°11'47" Lintang Selatan dan 109°40'19" hingga 110°03'06" Bujur Timur. Batas Desa Keji adalah sebagai berikut:

- Sebelah Utara: Desa Pucungrejo dan Desa Tamanagung.
- Sebelah Timur: Desa Ngawen dan Desa Gunungpring.
- Sebelah Selatan: Desa Congkrang dan Desa Menayu.
- Sebelah Barat: Desa Menayu dan Desa Pabelan, Kecamatan Mungkid.

Secara geografis, Desa Keji merupakan daerah datar tanpa bukit, dengan ketinggian antara +300 hingga +600 meter di atas permukaan laut. Jaraknya sekitar 80 kilometer dari ibu kota Provinsi Jawa Tengah, dan sekitar 8 kilometer ke arah barat daya dari ibu kota Kabupaten Magelang. Desa Keji juga berjarak sekitar 2,5 kilometer ke arah utara dari pusat kota Kecamatan. Desa Keji terdiri dari 50 RT dan 25 RW. Desa Keji terbagi menjadi 6 wilayah, yaitu:

- 1) Wilayah I: Dusun Mediyunan, Keniten, Sidikan.
- 2) Wilayah II: Dusun Pelusan, Keji I, Keji II.
- 3) Wilayah III: Dusun Pasekan dan Padan.
- 4) Wilayah IV: Dusun Wonoboyo.
- 5) Wilayah V: Dusun Ngablak, Kalangan, Jomboran.

## 6) Wilayah VI: Dusun Sempon dan Karasan.

### **b. Topografi**

Desa Keji terletak di wilayah barat Kabupaten Magelang dan memiliki topografi dataran tinggi yang membentuk sebuah cekungan. Desa ini dikelilingi oleh beberapa gunung termasuk Gunung Merapi, Gunung Merbabu, Gunung Andong, Gunung Telomoyo, Gunung Sumbing, dan Pegunungan Menoreh. Kecamatan Muntilan memiliki lahan dengan kelerengan berkisar 2-15%, dengan kondisi yang bergelombang hingga berombak, dan mencakup 17 kecamatan atau sekitar 55% dari total wilayah. Tanah di Desa Keji, Kecamatan Muntilan, termasuk jenis tanah endapan/alluvial yang terbentuk dari pelapukan batuan induknya. Jenis tanah di daerah tersebut termasuk alluvial kelabu, alluvial coklat, regosol coklat kelabu, dan regosol coklat kelabu.

### **c. Iklim**

Desa Keji, Kecamatan Muntilan beriklim tropis dengan suhu udara 22 sampai 30<sup>0</sup>. Perbedaan suhu antara siang dan malam hari dalam iklim tropis biasanya tidak terlalu signifikan. Malam hari cenderung tetap hangat, dengan suhu yang jarang turun di bawah 20 derajat Celsius (68 derajat Fahrenheit). Iklim tropis memiliki karakteristik suhu yang tinggi, kelembaban yang tinggi, musim hujan dan kemarau yang terpisah, serta keanekaragaman hayati yang tinggi. Iklim ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kehidupan manusia, pertanian, dan ekosistem di daerah



tropis. Penduduk Desa Keji berdasarkan keadaan penduduk sebagai berikut:

Tabel 2.2 Penduduk Desa Keji berdasarkan data demografi pekerjaan:

No	Kelompok	Jumlah	Laki-laki	Perempuan
		n	N	n
1.	BELUM/TIDAK BEKERJA	1.133	587	546
2.	MENGURUS RUMAH TANGGA	721	0	721
3.	PELAJAR/MAHASISWA	1.151	586	565
4.	PENSIUNAN	64	38	26
5.	PEGAWAI NEGERI SIPIL (PNS)	67	37	30
6.	TENTARA NASIONAL INDONESIA (TNI)	6	6	0
7.	KEPOLISIAN RI (POLRI)	6	6	0
8.	PERDAGANGAN	46	19	27
9.	PETANI/PEKEBUN	187	126	61
10.	PETERNAK	1	1	0
11.	NELAYAN/PERIKANAN	3	2	1
12.	INDUSTRI	7	4	3
13.	KONSTRUKSI	4	3	1
14.	TRANSPORTASI	29	29	0
15.	KARYAWAN SWASTA	541	340	201
16.	KARYAWAN BUMN	9	6	3
17.	KARYAWAN BUMD	1	0	1
18.	KARYAWAN HONORER	7	3	4
19.	BURUH HARIAN LEPAS	1.203	815	388
20.	BURUH TANI/PERKEBUNAN	129	69	60
21.	BURUH NELAYAN/PERIKANAN	1	0	1
22.	PEMBANTU RUMAH TANGGA	6	1	5
23.	TUKANG CUKUR	6	6	0
24.	TUKANG BATU	26	26	0
25.	TUKANG KAYU	16	16	0
26.	TUKANG SOL SEPATU	3	3	0
27.	TUKANG LAS/PANDAI BESI	2	2	0
28.	TUKANG JAHIT	28	11	17
29.	PENATA RIAS	2	0	2
30.	PENATA RAMBUT	3	2	1
31.	MEKANIK	24	24	0
32.	SENIMAN	10	7	3
33.	PARAJI	4	1	3

No	Kelompok	Jumlah	Laki-laki	Perempuan
		n	N	n
34.	DOSEN	2	2	0
35.	GURU	45	10	35
36.	NOTARIS	1	1	0
37.	BIDAN	3	0	3
38.	PERAWAT	11	3	8
39.	PELAUT	3	3	0
40.	SOPIR	51	51	0
41.	PEDAGANG	510	176	334
42.	PERANGKAT DESA	12	10	2
43.	KEPALA DESA	1	0	1
44.	WIRASWASTA	161	121	40
45.	LAINNYA	3	1	2
	JUMLAH	6.249	3.154	3.095
	TOTAL	6.249	3.154	3.095

Sumber data: Website [desakeji.magelangkab.go.id](http://desakeji.magelangkab.go.id)

Berdasarkan tabel di atas kita ketahui bahwa penduduk Desa Keji sebagian besar bekerja sebagai buruh harian lepas dengan jumlah 1.203, dengan jumlah perempuan 388 dan laki-laki 815. Penduduk paling banyak yakni sebagai pelajar atau mahasiswa, kemudian Tingkat penduduk yang belum atau tidak bekerja mencapai 1.133 penduduk di Desa Keji.

#### 4. Kondisi Pendidikan

Masyarakat Desa Keji memiliki beberapa sarana pendidikan di beberapa tempat. Berikut tabel 2.3 data sarana pendidikan di Desa Keji.

Dusun	Perpustakaan	Paud/KB	TK/RA/BA	SD/MI	SMP/MTS	SMA/SMK
JOMBORAN	1	1	1	1	1	0
KARASAN	0	0	1	0	0	0
KEJI I	0	0	1	0	0	0
KEJI II	0	0	0	1	0	0
NGABLAK	0	0	1	0	0	1
PASEKAN	0	0	1	0	0	0
WONOBOYO	0	0	1	0	0	0
<b>Jumlah</b>	1	1	6	2	1	1

Sumber: Buku Monografi, 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa di Desa Keji terdapat berbagai sarana tingkat pendidikan yang tersedia. Jumlah sarana pendidikan di Desa Keji mencapai 12, tersebar di berbagai lokasi. Rinciannya adalah 1 buah PAUD/KB, 6 TK/RA/BA, 2 SD/MI, 1 SMP, 1 SMA/SMK, dan 1 perpustakaan. Dari tabel tersebut, dapat diketahui tingkat pendidikan masyarakat di Desa Keji dengan rincian sebagai berikut.

Tabel 2.4 Jumlah penduduk Desa Keji berdasarkan pendidikan.

No	Tingkat Pendidikan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1	Tidak/belum sekolah	652	686	1.228
2	Belum tamat SD/Sederajat	400	355	755
3	SD/Sederajat	731	746	1.477
4	SLTP/Sederajat	552	533	1.085
5	SLTA/Sederajat	780	688	1.468

6	D-I/D-II	9	11	20
7	D-III/Akademi/Sarjana Muda	39	53	92
8	D-IV/S-I	84	113	197
9	S-II	5	4	9
<b>Jumlah</b>		<b>6.441</b>	<b>3.252</b>	<b>3.189</b>

Sumber: SATU DATA Kab.Magelang, 2023

Berdasarkan data yang tertera, dapat disimpulkan bahwa mayoritas masyarakat Desa Keji memiliki tingkat pendidikan menengah. Meskipun demikian, terdapat sebagian masyarakat yang tidak melanjutkan pendidikan hingga tamat, terutama para generasi tua.

### 5. Keadaan Ekonomi

Masyarakat Desa Keji memiliki usaha yang beragam, terdapat 45 warung tradisional di setiap dusun. Terdapat 2 kegiatan seni, budaya dan wisata yakni di bidang gallery seni & souvenir ada di dusun Jomboran dan Keji II. Selain itu, di Desa Keji terdapat produk unggulan sebanyak 8 dalam bidang pertanian yakni di dusun Jomboran 1, Kalangan 1, Keji II 2, Ngablak 2, dan sempon 2. Jenis usaha menurut sektor tanaman pangan sebanyak 16 di setiap dusun. Selain itu dalam sektor hortikultura sebanyak 15, Perkebunan sebanyak 2, perikanan sebanyak 13, dan peternakan sebanyak 17.

Sarana prasarana yang ada di Desa Keji dalam bidang infrastruktur dan transportasi dengan kondisi baik jenis permukaan aspal. Dalam bidang lingkungan

di Desa Keji terdapat sumur bor sebanyak 32 buah, sumur resapan dan LPJU baik pemerintah atau swasta sebanyak 284.

## **BAB III**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

Berikut ini adalah penjelasan tentang strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Keji dalam mengatasi berita hoaks di media Facebook.

Penjelasan ini didasarkan pada wawancara dengan beberapa informan, termasuk kepala desa Keji, salah satu kepala dusun di desa Keji, dan masyarakat Desa Keji.

Berdasarkan keterangan yang diperoleh dari hasil wawancara dengan narasumber, strategi komunikasi yang digunakan didasarkan pada Strategi Komunikasi dalam lima aspek, yaitu mengenal khalayak, menyusun pesan, penetapan metode, pemilihan media, dan peranan komunikator, dengan mempertimbangkan aspek-aspek tersebut. Pemerintah Desa Keji telah mengimplementasikan strategi komunikasi yang efektif dalam mengatasi berita hoaks di media sosial. Penelitian ini menghasilkan pembahasan sebagai berikut:

### **1. Mengenal Khalayak**

Mengenal khalayak adalah proses untuk memahami karakteristik, kebutuhan, preferensi, dan harapan dari audiens atau masyarakat yang menjadi target komunikasi. Dalam konteks mengatasi berita hoaks di media sosial, mengenal khalayak berarti memahami secara mendalam tentang perilaku *online*, pola interaksi, dan kecenderungan masyarakat dalam menerima dan menyebarkan informasi.

Mengenal khalayak dengan baik, pihak yang bertanggung jawab dalam pencegahan hoaks dapat mengidentifikasi kelompok sasaran yang paling rentan terhadap penyebaran hoaks. Pengetahuan tentang demografi, latar belakang sosial, preferensi media, dan kebiasaan *online* dari khalayak dapat membantu dalam menyusun pesan yang relevan, menentukan metode komunikasi yang tepat, memilih media yang efektif, dan menyesuaikan peran komunikator dengan baik.

Mengenal khalayak juga memungkinkan pihak yang berupaya melawan hoaks untuk memberikan informasi yang akurat, bermanfaat, dan sesuai dengan kebutuhan khalayak. Dengan memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh khalayak, pesan-pesan yang disampaikan dapat lebih mudah diterima, dipahami, dan dipercaya oleh masyarakat.

Selain itu, dengan mengenal khalayak, pihak yang berupaya melawan hoaks dapat merencanakan strategi komunikasi yang lebih efektif, termasuk dalam mengatasi kecenderungan masyarakat untuk menyebarkan hoaks. Dengan memahami alasan di balik penyebaran hoaks, pihak tersebut dapat mengembangkan pendekatan yang lebih tepat untuk mempengaruhi perilaku masyarakat dan mengurangi dampak negatif dari hoaks.

Secara keseluruhan, mengenal khalayak merupakan langkah penting dalam mengatasi berita hoaks di media sosial, karena memungkinkan pihak yang bertanggung jawab untuk berkomunikasi dengan lebih efektif, menyediakan informasi yang akurat, dan mengatasi penyebaran hoaks secara lebih tepat sasaran. Untuk mengatasi penyebaran berita hoaks di media sosial dengan berbagai perbedaan latar belakang maka desa Keji melakukan sosialisasi melalui kelembagaan. Berikut pernyataannya:

*“kita komunikasikan dengan lembaga-lembaga yang ada di wilayah desa Keji termasuk LINMAS, LPMD, Karang taruna, dan juga PKK. Kita sampaikan berita hoaks tersebut agar nanti*

*kelembagaan tersebut meneruskan atau menyampaikan kepada warganya.” (Wawancara dengan ibu kepala desa, 02 mei 2024 pada pukul 10.17 WIB).*

Hasil wawancara dengan informan menunjukkan dalam upaya pemerintah memberikan pemahaman kepada semua perangkat desa. Salah satu upaya yang dilakukan oleh pemerintah adalah memberikan pemahaman kepada masyarakat melalui kepala dusun. Kepala dusun memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi dan memberikan pemahaman kepada warganya terkait mengatasi berita hoaks di media sosial maupun secara langsung.

Pemerintah bekerja sama dengan kepala dusun untuk mengadakan pertemuan, sosialisasi, atau ceramah yang bertujuan untuk memberikan edukasi tentang bahaya dan dampak negatif dari penyebaran hoaks. Pada kesempatan ini, kepala dusun dapat menjelaskan kepada masyarakat tentang cara mengidentifikasi berita hoaks, memverifikasi informasi sebelum menyebarkannya, dan menghindari penyebaran hoaks yang dapat merugikan diri sendiri maupun orang lain. Selain itu, kepala dusun juga dapat mengajak masyarakat untuk menjadi agen perubahan dalam mengatasi hoaks dengan memberikan contoh-contoh nyata tentang konsekuensi yang timbul akibat menyebarkan hoaks. Mereka dapat mengajak masyarakat untuk berperan aktif dalam menyebarkan informasi yang benar dan memerangi penyebaran hoaks dengan cara melaporkan hoaks yang ditemui kepada pihak berwenang.



Selain sosialisasi langsung, kepala dusun juga dapat menggunakan media sosial atau grup komunikasi di tingkat dusun untuk menyebarkan informasi yang benar dan mencegah hoaks. Mereka dapat mengirimkan pesan-pesan edukatif kepada anggota dusun melalui aplikasi pesan grup atau membagikan sumber daya yang berguna untuk memverifikasi kebenaran informasi. Melalui peran kepala dusun sebagai tokoh lokal yang dihormati dan memiliki kedekatan dengan masyarakat, upaya memberikan pemahaman tentang mengatasi berita hoaks di media sosial dapat dilakukan secara lebih efektif. Dengan demikian, masyarakat dapat lebih sadar dan terhindar dari penyebaran hoaks yang dapat merugikan mereka. Berikut pernyataannya:

*“kita selalu ada lewat pemerintah desa ke perangkat desa dari kita semua. Melalui bapak dan ibu dari kasi dan kepala dusun, serta staf kita sampaikan melalui rapat. Bahwa rapat tersebut selalu dilakukan dalam satu minggu sekali kepada perangkat desa, kemudian dari perangkat desa nanti akan menyampaikan kepada warganya masing-masing.”*  
(Wawancara dengan ibu kepala desa, 02 mei 2024 pada pukul 10.17 WIB).

Melalui peran kepala dusun merupakan langkah efektif yang dapat dicapai dalam mengatasi berita hoaks di media sosial yakni meningkatkan kesadaran warga. Melalui kepala dusun, pesan-pesan tentang mengatasi hoaks dapat disampaikan secara langsung kepada masyarakat. Kepala dusun dapat memanfaatkan momen pertemuan atau acara di tingkat dusun untuk menyampaikan pesan-pesan tentang pentingnya memeriksa kebenaran informasi

sebelum menyebarkannya. Hal ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan bahaya hoaks dan mendorong mereka untuk bertindak lebih bijaksana dalam mengonsumsi dan menyebarkan informasi. Mengenal khalayak dalam menyampaikan sosialisasi adalah upaya untuk memahami karakteristik, kebutuhan, preferensi, dan harapan dari audiens yang menjadi target sosialisasi. Dalam konteks mengatasi berita hoaks di media sosial, mengenal khalayak memainkan peran penting dalam menyampaikan pesan-pesan sosialisasi dengan cara yang efektif. Berikut pernyataannya:

*“terkait berita hoaks kejahatan jalanan di Kabupaten Magelang, ketika untuk menanggapi, kami selaku pemerintahan desa Keji terkait dengan hal tersebut kita harus membuktikan bahwa berita tersebut termasuk dalam wilayah desa Keji atau bukan dan menghibau kepada masyarakat untuk melakukan pengecekan kebenarannya.” (Wawancara dengan ibu kepala desa, 02 mei 2024 pada pukul 10.17 WIB).*

Berita hoaks kejahatan jalan di kabupaten Magelang yang meresahkan warga di desa Keji merupakan berita yang tidak benar dan dapat dikatakan itu hoaks. Berikut pernyataan dari ibu kepala desa Keji:

*“berita hoaks adalah berita yang tidak benar.” (Wawancara dengan ibu kepala desa, 02 mei 2024 pada pukul 10.17 WIB)”*.

Salah satu kepala dusun di desa Keji menjelaskan bahwa berita hoaks merupakan berita yang tidak benar atau berita yang diada-adakan dan ditambah-tambahin supaya berita terlihat asli. Berikut pernyataannya:

*“ya, hoaks itu berita yang tidak benar. Misalnya berita yang diada-adakan, jadi berita tidak ada diadakan dan ditambah-tambahin. Sebagai contoh hanya luka sedikit dibesar-besarkan seolah parah atau berita yang palsu.”(Wawancara dengan Heru Dwi Nugroho, 03 mei 2024 pada pukul 17.06 WIB)”*.

Masyarakat Desa Keji menjelaskan berita hoaks merupakan berita yang menipu pembaca, berita tanpa kejelasan dibuat oleh oknum yang tidak bertanggung jawab. Berikut pernyataannya:

*“Ya, berita hoaks itu berita yang menipu pembaca dengan menyajikan informasi yang tidak benar. Intinya beritanya ngawur tanpa kejelasan bahkan sengaja dibuat untuk kepentingan tertentu.” (Wawancara dengan Muh Kodir, 06 mei 2024 pada pukul 18.50 WIB)*

Upaya Masyarakat dalam menghindari berita hoaks dengan meningkatkan literasi digital, tentunya untuk mengurangi risiko menjadi korban berita hoaks. Berikut pernyataannya:

*“Ya yang paling penting tingkatkan literasi digital itu, agar bisa mengurangi risiko berita hoaks. Kenali beberapa ciri-ciri hoaks dan tetap hati-hati dalam menerima berita apapun. Jangan sampai tertipu berita klitih dengan seorang pemuda mengaku menjadi korban pembacokan padahal hanya menipu dengan pewarna makanan.” (Wawancara dengan Muh Kodir, 06 mei 2024 pada pukul 18.50 WIB)*

Masyarakat mengetahui arti dari berita hoaks yakni sebuah informasi atau pesan yang belum jelas akan kebenarannya. Berita hoaks biasanya bertujuan untuk membohongi audiens bahkan menyesatkan pembaca. Berikut pernyataannya:

*“yang saya ketahui tentang berita hoaks yaitu informasi atau pesan yang tidak jelas kebenarannya, dengan tujuan untuk membohongi ataupun menyesatkan si pendengar saja. Ya kurang lebih seperti itulah yang saya ketahui.” (Wawancara dengan Akmal Raafif Mu’afi, 10 mei 2024 pada pukul 20.12 WIB)*

Ibu kepala desa Keji mengingatkan masyarakat desa tentang pentingnya melakukan verifikasi terhadap berita yang mereka temui di media *online* sebelum menyebarkannya. Hal ini dilakukan untuk mencegah kekhawatiran dan kegelisahan di kalangan warga akibat berita hoaks yang dapat menimbulkan keributan. Mengingat bahwa media *online* memiliki kecepatan dan kemudahan dalam penyebaran informasi, sehingga penting untuk memastikan kebenaran berita sebelum melanjutkan penyebarannya.

*“terkait berita hoaks kejahatan jalanan di Kabupaten Magelang, ketika untuk menanggapi selaku pemerintahan desa Keji terkait dengan hal tersebut kita harus membuktikan bahwa berita tersebut termasuk dalam wilayah desa Keji atau bukan dan menghibau kepada Masyarakat untuk melakukan pengecekan kebenarannya.” (Wawancara dengan ibu kepala desa, 02 mei 2024 pada pukul 10.17 WIB).*

Berita hoaks sering kali dikaitkan dengan berbagai kejadian yang telah terjadi. Kabupaten Magelang sendiri sering mengalami kejahatan jalanan seperti klitih, tawuran, dan lain sebagainya. Hal ini menyebabkan kekhawatiran dan kegelisahan di kalangan masyarakat dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Sebagai akibatnya, masyarakat saling berlomba untuk memberikan dan menerima informasi terbaru terkait kerusuhan yang terjadi di jalanan. Salah satu contoh berita hoaks yang tersebar hanya dalam bentuk tulisan di media sosial WhatsApp dengan keterangan sebagai berikut (BorobudurNews, 2019): “sekedar info jln.dari semen salam mgl arah barat ke muntilan sekitar 60 rombongan sepeda motor membawa sajam, Himbauan utk warga/pengendara umum lainnya tetap waspada dan hati-hati”.



Gambar 3.1 Hoaks di media sosial whatsapp

Berita tersebut menyebar di media sosial whatsapp dan facebook dengan visual hasil tangkap layar. Namun, setelah dilakukan penelusuran, ternyata fakta tersebut tidak benar dan sudah diklarifikasi oleh Kapolres Magelang, AKBP Yudianto. Beliau menyatakan bahwa informasi tersebut tidak pernah terjadi dan telah dilakukan pengecekan di lapangan. Informasi hoaks tersebut menimbulkan kepanikan warga dan telah diklaim merupakan berita hoaks oleh pihak Komunikasi dan Informatika (KOMINFO, 2019) pada 20/06/2019. Berita hoaks yang telah meresahkan warga tidak dijadikan pembelajaran oleh masyarakat dan muncul lagi berita hoaks di sebar oleh seseorang tidak bertanggung jawab dengan sengaja merekayasa suatu kejadian.

Hoaks yang beredar menyebar hingga ke Desa Keji adalah seorang tukang galon yang menjadi korban kejahatan dengan gambar kepala yang bersimbah darah. Namun, menurut klarifikasi yang diberikan oleh pihak Kasat Reskrim Polres Magelang Kota, informasi tentang kejadian tersebut ternyata tidak benar dan merupakan hoaks. Foto seorang pria dengan luka di daerah pelipisnya dan keterangan "Terjadi aksi pembacokan (klitih). Lokasi kejadian di Jembatan dumpoh bawah kampus Untidar" tersebar melalui WhatsApp story dengan keterangan "Hati-hati gaes, info kejadian kemarin". Penyebar pertama adalah seorang pria yang mengklaim sebagai korban klitih. Akhirnya, pria tersebut mengakui bahwa dia sengaja melakukan perbuatan tersebut dan meminta maaf atas penyebaran informasi palsu tersebut. Pada tanggal 7 Mei 2023 (KOMINFO, 2023), pihak Komunikasi dan Informatika menyatakan bahwa berita tersebut adalah hoaks atau palsu.



Gambar 3.2 Berita hoaks klitih di Magelang

Kejadian pembacokan tersebut telah menjadi keresahan masyarakat di Magelang, terutama di Desa Keji. Akibatnya, berita hoaks seputar kejadian tersebut menyebar melalui pesan WhatsApp dalam bentuk gambar tangkap layar. Berita palsu tersebut menciptakan ketakutan dengan menampilkan luka di kepala yang membuat orang percaya bahwa pembacokan itu benar-benar terjadi. Namun, fakta sebenarnya adalah korban, yang seorang kurir galon, mengaku bahwa dia hanya bermain-main dengan teman-temannya atau melakukan "prank" dengan memberikan informasi palsu di media sosial. Korban juga mengakui bahwa darah yang terlihat di kepalanya sebenarnya bukan darah sungguhan, melainkan pewarna makanan (Saputra, 2023). Dengan cara ini, tampak seolah-olah korban

telah menjadi korban pembacokan. Informasi tersebut dipublikasikan oleh [magelangekspres.com](http://magelangekspres.com) 05/05/2023.

Pemerintahan Desa Keji telah mengambil langkah-langkah untuk mencegah penyebaran hoaks melalui berbagai lembaga yang ada di dalamnya. Hal ini diungkapkan oleh Kepala Desa Keji melalui pernyataannya sebagai berikut:

*“kita komunikasikan dengan lembaga-lembaga yang ada di wilayah desa Keji termasuk LINMAS, LPMD, Karang taruna, dan juga PKK. Kita sampaikan berita hoaks tersebut agar nanti kelembagaan tersebut meneruskan atau menyampaikan kepada warganya.” (Wawancara dengan ibu kepala desa, 02 mei 2024 pada pukul 10.17 WIB)*

Pemerintah Desa Keji bekerjasama dengan beberapa organisasi yang ada di dalamnya untuk mencari berita hoaks sumbernya dari mana lalu menyampaikan dan menyadarkan para warganya mengenai isu hoaks. Berikut pernyataannya:

*“tetap melalui kelembagaan tersebut, kita cari berita tersebut dari mana datangnya dan siapa penyebarannya. Kalau memang tidak ada kita sampaikan kepada warga bahwa berita itu hoaks dan tidak benar.” (Wawancara dengan ibu kepala desa, 02 mei 2024 pada pukul 10.17 WIB)*

## **2. Menyusun Pesan**

Menyusun pesan dalam strategi komunikasi adalah proses merencanakan, merumuskan, dan mengorganisir informasi atau pesan yang akan disampaikan kepada audiens atau penerima pesan. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mencapai komunikasi yang efektif dan efisien, serta mempengaruhi audiens



dengan cara yang diinginkan. Menyusun pesan dengan memperhatikan beberapa faktor dan elemen yang penting. Tahap ini melibatkan merumuskan pesan yang akan disampaikan kepada audiens secara efektif dan efisien. Menyusun pesan harus memiliki tujuan komunikasi yakni menentukan tujuan komunikasi yang ingin dicapai dengan pesan tersebut. Apakah tujuan untuk memberikan informasi, mengedukasi, mempengaruhi sikap atau perilaku, atau tujuan lainnya.

Langkah menyusun pesan penting dalam strategi komunikasi guna mencegah berita hoaks. Strategi komunikasi di Desa Keji terhadap berita hoaks yang beredar dengan menelusuri sumber berita. Supaya cepat menemukan titik temu kebenaran sebuah berita yang tersebar, jika terbukti hoaks agar segera disampaikan ke warganya. Berikut pernyataannya.

*“tetap melalui kelembagaan tersebut, kita cari berita tersebut dari mana datangnya dan siapa penyebarannya. Kalau memang tidak ada kita sampaikan kepada warga bahwa berita itu hoaks dan tidak benar.”*  
(Wawancara dengan ibu kepala desa, 02 mei 2024 pada pukul 10.17 WIB)

Masyarakat Desa Keji bersikap menahan untuk tidak langsung membagikan ke sesama ketika menerima informasi. Karena menyadari bahwa berita hoaks dapat merugikan orang lain, jadi harus benar-benar dipastikan bahwa berita itu tidak mengandung hoaks. Berikut pernyataannya:

*“Untuk mengurangi penyebaran hoaks ya sebisa mungkin jangan langsung membagikan ke banyak orang. Harus dipastikan dulu kalau sudah terlanjur tersebar dan ternyata hoaks itu bisa merugikan orang*

*lain. Cara memastikannya ya tadi sudah saya jelaskan.” (Wawancara dengan Muh Kodir, 06 mei 2024 pada pukul 18.50 WIB)*

Langkah masyarakat agar terhindar dari berita hoaks yaitu tingkatkan literasi digital, belajar mengenali ciri-ciri hoaks, dan berhati-hati dalam menerima informasi apapun. Karena media whatsapp sangat berpotensi pesan tersebut menjadi viral. Berikut pernyataannya:

*“ya, yang paling penting tingkatkan literasi digital itu, agar bisa mengurangi risiko berita hoaks. Kenali beberapa ciri-ciri hoaks dan tetap hati-hati dalam menerima berita apapun. Jangan sampai tertipu berita klitih dengan seorang pemuda mengaku menjadi korban pembacokan padahal hanya menipu dengan pewarna makanan.” (Wawancara dengan Muh Kodir, 06 mei 2024 pada pukul 18.50 WIB)*

Masyarakat Desa Keji pernah membaca berita hoaks di media sosial karena merupakan seorang yang cukup aktif di media sosial seperti whatsapp. Dianggap penyebaran informasi yang cepat dan tanggap apalagi terkait berita yang berhubungan dengan kejahatan. Berikut pernyataannya:

*“kalau membaca pernah, kebetulan aktivitas saya di media sosial lebih ke whatsapp karena mudah dan cepat menerima informasi melalui beberapa group.” (Wawancara dengan Muh Kodir, 06 mei 2024 pada pukul 18.50 WIB)*

Pengalaman yang serupa juga dialami oleh masyarakat lain bahwa mengalami berita hoaks di media sosial whatsapp. Hal tersebut memungkinkan

seseorang mudah percaya akan suatu informasi. Namun, pengguna whatsapp juga kurang memilah informasi dan memperhatikan isi pesan sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa masyarakat mudah tertipu berita palsu, namun ada juga yang bijak bermedia sosial. Berikut pernyataannya:

*“tentu saja saya pernah membaca berita hoax tentang adanya klitih yang saat itu sedang gencar pada lingkungan masyarakat yang pada saat itu bikin heboh, dan masyarakat menjadi takut akan kejahatan tersebut padahal berita tersebut tidak benar, yang mana pada saat itu ada yang memberikan informasi di Grup WhatsApp pemuda, bahwa ada berita klitih tapi disitu saya tidak langsung percaya begitu saja.” (Wawancara dengan Akmal Raafif Mu’afi, 10 mei 2024 pada pukul 20.12 WIB)*

### **3. Menetapkan Metode**

Dijelaskan dalam buku "Strategi Komunikasi" karya Drs. Anwar Arifin, bahwa dalam dunia komunikasi, metode penyampaian dapat dilihat dari dua aspek, yaitu cara pelaksanaan dan bentuk isinya. Konsep ini dapat diuraikan lebih dalam dengan mempertimbangkan dua perspektif tersebut. Pertama, perspektif pelaksanaan menitikberatkan pada cara atau metode yang digunakan dalam menyampaikan pesan, tanpa terlalu memperhatikan isi pesannya. Hal ini, fokus utama adalah pada proses komunikasi itu sendiri. Perspektif ini, lebih menekankan pada bagaimana pesan disampaikan daripada apa yang sebenarnya disampaikan. Kedua, perspektif bentuk pesan dan maksudnya lebih menekankan pada aspek isi dan bentuk pernyataan dalam komunikasi. Hal ini, fokus utama adalah pada pesan itu sendiri dan tujuan yang ingin dicapai melalui komunikasi

tersebut. Maksud yang dikandung dalam pesan dapat berupa memberikan informasi, mempengaruhi sikap atau perilaku, membangun kesadaran, atau tujuan komunikasi lainnya. Perspektif ini lebih menekankan pada apa yang disampaikan dan bagaimana pesan tersebut dirancang untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Metode pencegahan hoaks, Desa Keji melakukan dengan bekerjasama oleh lembaga-lembaga yang ada di wilayah Desa Keji. Bersama-sama mencari sumber berita dengan diadakannya rapat mingguan kepada perangkat desa. Kemudian dari masing-masing perangkat desa menyampaikan kepada warganya. Berikut pernyataannya:

*“untuk menangani hal tersebut kita bersama-sama kita cari berita hoaks dari mana, dan kapan berita hoaks itu datang untuk wilayah desa Keji. Jadi untuk tanggung jawab itu tanggung jawab bersama.” (Wawancara dengan ibu kepala desa, 02 mei 2024 pada pukul 10.17 WIB)*

Metode yang lain dengan mengadakan rapat bersama lembaga-lembaga yang ada di Desa Keji. Berikut pernyataannya:

*“kita selalu ada lewat pemerintah desa ke perangkat desa dari kita semua. Melalui bapak dan ibu dari Kasi dan kepala dusun, serta staf kita sampaikan melalui rapat. Bahwa rapat tersebut selalu dilakukan dalam satu minggu sekali kepada perangkat desa, kemudian dari perangkat desa nanti akan menyampaikan kepada warganya masing-masing.” (Wawancara dengan ibu kepala desa, 02 mei 2024 pada pukul 10.17 WIB)*

Tanggapan dari masyarakat terkait berita hoaks bersikap langsung percaya karena kurangnya literasi dalam menangkap sebuah isi berita. Kemudian tanggapan dari pemerintahan Desa Keji memberikan himbauan untuk melakukan pengecekan kebenaran dalam sebuah berita. Berikut pernyataannya:

*“terkait berita hoaks kejahatan jalanan di Kabupaten Magelang, ketika untuk menanggapi selaku pemerintah desa Keji terkait dengan hal tersebut kita harus membuktikan bahwa berita tersebut termasuk dalam wilayah desa Keji atau bukan dan menghibau kepada masyarakat untuk melakukan pengecekan kebenarannya.” (Wawancara dengan ibu kepala desa, 02 mei 2024 pada pukul 10.17 WIB)*

Upaya pemerintah Desa Keji untuk melindungi warganya dari berita palsu dengan melakukan komunikasi langsung bersama lembaga di dalamnya termasuk karang taruna, linmas, dan lainnya. Lembaga masing-masing diharapkan untuk memberikan konfirmasi terkait berita hoaks yang sudah di indikasi hoaks dan memberikan himbauan kepada warganya. Berikut pernyataannya:

*“kita komunikasikan dengan lembaga-lembaga yang ada di wilayah desa Keji termasuk LINMAS, LPMD, Karang taruna, dan juga PKK. Kita sampaikan berita hoaks tersebut agar nanti kelembagaan tersebut meneruskan atau menyampaikan kepada warganya.” (Wawancara dengan ibu kepala desa, 02 mei 2024 pada pukul 10.17 WIB)*

Untuk menangani adanya berita hoaks yang beredar, mekanisme yang digunakan pemerintah Desa Keji tetap melalui kelembagaan yang ada

menyampaikan bahwa berita tersebut hoaks dan memberikan himbauan. Berikut pernyataannya:

*“tetap kami melalui kelembagaan tersebut kita sampaikan kepada warga bahwa berita tersebut hoaks.” (Wawancara dengan ibu kepala desa, 02 mei 2024 pada pukul 10.17 WIB)*

Pemerintah Desa Keji berperan dalam menangani berita hoaks karena itu merupakan tanggung jawab bersama mencari mencari beritanya darimana dan kapan datangnya berita hoaks tersebut. Berikut pernyataannya:

*“untuk menangani hal tersebut kita bersama-sama kita cari berita hoaks dari mana, dan kapan berita hoaks itu datang untuk wilayah desa Keji. Jadi untuk tanggung jawab itu tanggung jawab bersama.” (Wawancara dengan ibu kepala desa, 02 mei 2024 pada pukul 10.17 WIB)*

Metode yang digunakan pemerintah Desa Keji dalam menangani berita hoaks dengan melakukan pertemuan langsung kepada perangkat desa dan lembaga didalamnya untuk menyampaikan kepada warganya mengenai berita hoaks tersebut. Sehingga diharapkan perangkat desa lainnya dapat meneruskan ke warganya memberikan himbauan mengenai hoaks. Berikut pernyataannya:

*“ya, seperti yang saya bilang tadi bahwa komunikasikan dengan lembaga-lembaga yang ada di wilayah desa Keji termasuk LINMAS, LPMD, Karang taruna, dan juga PKK. Kelembagaan tersebut meneruskan dengan menyampaikan bahwa berita tersebut hoaks.” (Wawancara dengan ibu kepala desa, 02 mei 2024 pada pukul 10.17 WIB)*

Strategi pemerintah Desa Keji dalam berita hoaks yang berdampak pada masyarakat, dengan melakukan pencarian sumber berita untuk memastikan beritanya akurat atau tidak. Berikut pernyataannya:

*“tetap melalui kelembagaan tersebut, kita cari berita tersebut dari mana datangnya dan siapa penyebarannya. Kalau memang tidak ada kita sampaikan kepada warga bahwa berita itu hoaks dan tidak benar.”*  
(Wawancara dengan ibu kepala desa, 02 mei 2024 pada pukul 10.17 WIB)

Program sosialisasi dalam mengatasi berita hoaks di Desa Keji selalu ada melalui pemerintah desa ke perangkat desa. Sosialisasi dengan cara rapat yang diadakan setiap minggu sekali agar perangkat desa dapat membantu mengatasi pencegahan berita hoaks kepada warganya. Berikut pernyataannya:

*“kita selalu ada lewat pemerintah desa ke perangkat desa dari kita semua. Melalui bapak dan ibu dari kasi dan kepala dusun, serta staf kita sampaikan melalui rapat. Bahwa rapat tersebut selalu dilakukan dalam satu minggu sekali kepada perangkat desa, kemudian dari perangkat desa nanti akan menyampaikan kepada warganya masing-masing.”*  
(Wawancara dengan ibu kepala desa, 02 mei 2024 pada pukul 10.17 WIB)

#### **4. Seleksi dan Penggunaan Media**

Penggunaan media dalam strategi komunikasi harus didasarkan pada pemahaman yang mendalam tentang audiens target, tujuan komunikasi, dan karakteristik media yang tersedia. Adanya pemilihan media yang tepat, pesan dapat disampaikan dengan efektif dan mencapai audiens dengan cara yang paling

efisien. Media merujuk pada alat, saluran, atau *platform* yang digunakan untuk menyampaikan informasi, pesan, atau konten kepada khalayak atau audiens. Istilah ini mencakup berbagai bentuk media yang digunakan dalam komunikasi, termasuk media cetak, media elektronik, dan media digital.

Peran media penting dalam mencegah penyebaran berita hoaks di media sosial. Bentuk pencegahan berita hoaks di Desa Keji dengan menyampaikan kepada perangkat desa untuk menyampaikan kepada warganya melalui media whatsapp group organisasi di dusun masing-masing. Upaya desa-desa di Kabupaten Magelang dalam mensupport kinerja perangkat daerah, pihak Dinas Komunikasi, dan Informatika Kabupaten Magelang memiliki beberapa kegiatan. Kegiatan tersebut meliputi penyediaan layanan jaringan internet, publikasi informasi dan komunikasi publik, pengembangan sistem aplikasi, pelayanan data center, dan lainnya. Untuk meningkatkan layanan publik berbasis teknologi informasi, Diskominfo Kabupaten Magelang juga sedang melakukan upaya untuk mengembangkan desa digital yang memberikan layanan *online* mandiri kepada desa-desa. Diharapkan dengan sistem ini, pelayanan kepada masyarakat di tingkat Pemerintah Desa dapat menjadi lebih mudah dan efisien. Berikut pernyataannya:

*“pertama kami melalui perangkat desa dan akan disampaikan oleh warganya di dusun masing-masing. Selain itu, kita melalui desa digital, untuk pembuatan poster peringatan adanya berita hoaks belum ada.”*  
*(Wawancara dengan ibu kepala desa, 02 mei 2024 pada pukul 10.17 WIB)*



Sementara ini, masyarakat di Desa Keji biasanya menggunakan media sosial whatsapp untuk menerima berbagai informasi, karena dianggap mudah penggunaannya. Salah satunya adanya fitur whatsapp group yang memungkinkan banyak orang untuk saling mengirimkan pesan dengan mudah. Berikut pernyataannya:

*“Kalau membaca pernah, kebetulan aktivitas saya di media sosial lebih ke whatsapp karena mudah dan cepat menerima informasi melalui beberapa group.” (Wawancara dengan Muh Kodir, 06 Mei 2024 pada pukul 18.50 WIB)*

Media untuk sosialisasi terbatas dan masih dalam tahap perkembangan, untuk hal itu di Desa Keji sementara menggunakan beberapa lembaga untuk menyampaikan himbauan kepada warganya. Media digital yang digunakan yakni media sosial whatsapp. Berikut pernyataannya:

*“Kita selalu ada lewat pemerintah desa ke perangkat desa dari kita semua. Melalui bapak dan ibu dari kasi dan kepala dusun, serta staf kita sampaikan melalui rapat. Bahwa rapat tersebut selalu dilakukan dalam satu minggu sekali kepada perangkat desa, kemudian dari perangkat desa nanti akan menyampaikan kepada warganya masing-masing.” (Wawancara dengan ibu kepala desa, 02 Mei 2024 pada pukul 10.17 WIB)*

Sebenarnya sosialisasi itu penting bagi masyarakat untuk menghindari berita hoaks, supaya tidak menimbulkan kegaduhan. Namun, Masyarakat sudah mulai sadar akan pentingnya literasi digital. Apalagi media sosial whatsapp

Masyarakat ketika menerima sebuah berita berusaha untuk memverifikasi sumber berita dan tidak langsung menyebarkan. Cara lain dengan menanyakan informasi tersebut ke orang lain untuk di bantu mencari kebenaran berita. Berikut pernyataannya:

*“saya mengenali hoaks pasti melihat siapa yang mengirim dan menunggu respon yang lain ketika di group whatsapp. Tidak langsung saya sebar pahami dulu bagaimana isi informasinya. Apalagi para orang tua contohnya saya ini, minim literasi gampang dipengaruhi oleh media sosial. Jika berita terdapat sebuah gambar periksa dulu kenali itu gambar sebuah editan apa bukan. Cara gampangya ya nanya ke teman atau saudara, dibantu mencari kebenaran dalam suatu berita tersebut.”*  
(Wawancara dengan Muh Kodir, 06 mei 2024 pada pukul 18.50 WIB)

## **5. Peranan Komunikator**

Seorang komunikator memainkan peran penting dalam strategi komunikasi. Mereka bertanggung jawab untuk menyampaikan pesan dengan jelas, membangun hubungan yang kuat dengan audiens, menyesuaikan gaya komunikasi, memilih media yang tepat, menjadi pendengar yang baik, dan mengelola umpan balik. Hal tersebut dapat memainkan peran ini dengan baik, komunikator dapat membantu mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan dan membangun komunikasi yang efektif antara organisasi dan audiensnya.

Masyarakat Desa Keji sebenarnya harus memiliki prinsip penting dalam mencari kebenaran, memverifikasi informasi, dan menghindari penyebaran informasi yang belum diverifikasi atau dapat merugikan. Hal ini merupakan sikap

yang dihargai dalam berbagai konteks, termasuk dalam komunikasi, penyebaran berita, dan hubungan antarmanusia. Jika prinsip itu dimiliki setiap warga memungkinkan terhindar dari berita hoaks. Berikut pernyataannya:

*“untuk mengenalinya kita ya harus bertabayyun tidak langsung percaya begitu saja, kita perlu telusuri atau cari kebenaran dan kejelasanya, dengan begitu kita bisa memastikan bahwa itu berita hoax atau benar benar terjadi.” (Wawancara dengan Akmal Raafif Mu’afi, 10 mei 2024 pada pukul 20.12 WIB)*

Upaya yang dilakukan masyarakat di Desa Keji salah satunya menggunakan media sosial whatsapp group. Hal itu merupakan salah satu alternatif sebagai warga desa yang mempengaruhi warga lainnya untuk selalu waspada dengan berita hoaks. Selain itu, untuk memberikan himbauan kepada warga juga dilakukan secara langsung melalui forum organisasi. Berikut pernyataannya:

*“kebetulan saya di sini sebagai humas organisasi pemuda di dusun ini, upaya yang pernah saya lakukan yaitu memberikan penyuluhan di dalam forum pemuda. Selain itu memberikan peringatan melalui whatsapp.” (Wawancara dengan Akmal Raafif Mu’afi, 10 mei 2024 pada pukul 20.12 WIB)*

Meningkatkan literasi digital itu penting bagi pengguna media *online*. Karena itu berpengaruh pada setiap individu dalam memainkan media sosial. Salah satu berita hoaks seorang pemuda mengaku korban pembacokan padahal

hanya sandiwara saja. Masyarakat tidak langsung percaya begitu saja agar dapat mengurangi resiko berita hoaks. Salah satu dalam menghindari hal tersebut dengan mengenali ciri-ciri berita hoaks. Berikut pernyataannya:

*“ya, yang paling penting tingkatkan literasi digital itu, agar bisa mengurangi risiko berita hoaks. Kenali beberapa ciri-ciri hoaks dan tetap hati-hati dalam menerima berita apapun. Jangan sampai tertipu berita klitih dengan seorang pemuda mengaku menjadi korban pembacokan padahal hanya menipu dengan pewarna makanan.” (Wawancara dengan Muh Kodir, 06 mei 2024 pada pukul 18.50 WIB)*

Terkadang juga harus beranggapan penting dan tidak penting ketika menerima sebuah berita. Masyarakat Desa Keji dalam menyikapi adanya berita hoaks dengan cara menghiraukan hal tersebut. Tidak terlalu banyak berkomentar, namun jika terverifikasi berita palsu segera memberikan kepada warganya bahwa berita itu hoaks. Berikut pernyataannya:

*“biarkan saja dihiraukan. Tidak terlalu di komentari dan ketika menemui di whatshapp jika berita itu tidak benar segera memberi tahu kepada warga bahwa itu hoaks.” Wawancara dengan Heru Dwi Nugroho, 03 mei 2024 pada pukul 17.06 WIB)*

Masyarakat memiliki upaya dalam pencegahan untuk menghindari berita hoaks dengan memastikan sumber berita.

“ya, tadi itu kita memastikan bahwa semua itu sesuai dengan sumber atau informasi yang di dapat.” (*Wawancara dengan Akmal Raafif Mu’afi, 10 mei 2024 pada pukul 20.12 WIB*)

Upaya yang dilakukan untuk para warga agar terhindar dari berita hoaks dengan membrikan himbaun secara langsung maupun melalui media. Hal tersebut salah satu upaya di Desa Keji bagi warganya agar tidak menjadi korban berita hoaks. Berikut pernyataannya:

*“kebetulan saya di sini sebagai humas organisasi pemuda di dusun ini, upaya yang pernah saya lakukan yaitu memberikan penyuluhan di dalam forum pemuda. Selain itu memberikan peringatan melalui whatsapp.”*  
*Wawancara dengan Akmal Raafif Mu’afi, 10 mei 2024 pada pukul 20.12 WIB)*

Pemerintah Desa Keji memiliki pendekatan yang komprehensif dalam menanggulangi berita hoaks di media sosial. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai langkah-langkah yang diambil oleh Pemerintah Desa Keji yakni verifikasi berita dan mencari sumber berita. Mereka melakukan pengecekan kebenaran informasi dengan mencari sumber berita yang dapat dipercaya. Dengan melakukan verifikasi, Pemerintah Desa Keji dapat memastikan bahwa informasi yang disebarkan adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan. Pemerintah Desa Keji menyadari pentingnya melibatkan berbagai lembaga di desa untuk menanggulangi berita hoaks.

Oleh karena itu, mereka melakukan sosialisasi kepada lembaga-lembaga tersebut, seperti lembaga pemerintahan, keamanan, dan masyarakat lainnya. Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang bahaya berita hoaks serta pentingnya memverifikasi informasi sebelum menyebarkannya. Pemerintah Desa Keji memberikan himbauan kepada masyarakat untuk selalu mengecek kebenaran sebuah berita sebelum memercayainya atau menyebarkannya melalui kelembagaan tersebut. Pemerintah Desa Keji menekankan bahwa mengatasi berita hoaks adalah tanggung jawab bersama. Mereka mendorong partisipasi aktif dari masyarakat, lembaga, dan individu dalam menyebarkan informasi yang akurat dan terverifikasi. Dalam hal ini, Pemerintah Desa Keji menjadi fasilitator dan koordinator dalam upaya mengatasi berita hoaks, tetapi semua pihak di desa memiliki peran penting dalam melaksanakan upaya tersebut (*Wawancara dengan ibu kepala desa, 02 mei 2024 pada pukul 10.17 WIB*).

Namun, ada beberapa faktor penghambat yang dihadapi dalam mengatasi berita hoaks di Desa Keji, antara lain: Penggunaan media sosial seperti WhatsApp memudahkan penyebaran berita hoaks secara massal. Hal ini dapat menyebabkan berita hoaks menyebar dengan cepat sebelum dapat dicegah atau diverifikasi. Tingkat literasi yang rendah pada beberapa individu di Desa Keji membuat mereka lebih rentan terhadap penyebaran berita hoaks. Kurangnya pemahaman tentang ciri-ciri hoaks dan kemampuan untuk membedakan berita yang benar dan tidak benar dapat menyebabkan masyarakat terpengaruh oleh informasi yang tidak valid. Masyarakat yang belum memahami sepenuhnya bahaya berita hoaks

menjadi lebih rentan menjadi korban hoaks. Mereka mungkin mudah terpengaruh atau terkecoh oleh informasi yang menyesatkan, karena kurangnya pemahaman tentang cara memilih informasi yang benar dan terpercaya (*Wawancara dengan Akmal Raafif Mu'afi, 10 Mei 2024 pada pukul 20.12 WIB*).

## **B. Pembahasan**

### **1. Mengenal Khalayak**

Mengenal khalayak secara mendalam adalah langkah penting dalam merumuskan strategi untuk menanggulangi berita hoaks. Khalayak, juga dikenal sebagai audiens atau target pasar, merupakan kelompok orang atau individu yang menjadi fokus komunikasi dan interaksi dalam konteks tertentu. Khalayak melibatkan pemahaman tentang manusia itu sendiri, yang tidak hanya dilihat dari jumlah atau angka, aspek sosial, politik, dan sebagainya (Nasrullah, 2019). Setiap orang berbeda meskipun berada dalam satu kelompok, komunitas, bahkan keluarga yang sama. Jadi khalayak tidak dapat dipandang secara homogen, melainkan perlu mempertimbangkan keunikan dan perbedaan individual di dalamnya.

Sejalan dengan pendapat Anwar Arifin dalam bukunya Strategi Komunikasi, khalayak dapat diartikan sebagai sekumpulan manusia yang bersifat abstrak, terdiri dari berbagai kelas dan lapisan masyarakat. Khalayak ini mencakup mereka yang kaya dan miskin, laki-laki dan perempuan, tentara dan sipil, yang berpangkat dan yang tidak

berpangkat, serta berbagai kategori lainnya. Khalayak komunikasi massa tidak dibatasi oleh ruang dan waktu, melainkan menyebar secara luas tanpa batas geografis atau temporal yang jelas. Dalam komunikasi massa, khalayak dapat mencakup berbagai kelompok yakni pembaca surat kabar, pendengar radio, penonton film atau televisi, pengguna media sosial, dan pendengar pidato. Jadi, khalayak komunikasi massa tidak terbatas pada satu jenis kelompok saja, melainkan dapat terdiri dari berbagai segmen masyarakat yang mengonsumsi berbagai jenis media dan pesan komunikasi massa. Menurut (Syawal et al., 2023) dalam penelitiannya bahwa tahap mengenal khalayak bertujuan agar komunikator dapat memahami dan mengenali komunikan, baik dari segi cara berpikir (*frame of reference*) maupun latar belakang pengalaman (*field of experience*) yang dimiliki oleh komunikan.

Maka tujuan dari tahapan ini adalah agar komunikator dapat mengetahui dan memahami karakteristik komunikan, seperti bagaimana mereka berpikir dan memaknai suatu pesan berdasarkan pengalaman dan latar belakang mereka. Hal ini penting dilakukan agar komunikator dapat menyampaikan pesan dengan lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan serta pemahaman komunikan.

Kekuatan dari media massa terletak pada kemampuannya untuk mempengaruhi khalayak. Ketika khalayak membaca, melihat, dan mendengar pesan atau informasi yang disampaikan oleh media massa, mereka cenderung memberikan perhatian terhadap isi pesan tersebut



(Lestari & Satriani, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa media massa memiliki kekuatan untuk menarik minat dan fokus khalayak pada informasi yang disampaikannya. Dengan kata lain, media massa mampu menarik dan mengarahkan perhatian khalayak melalui konten atau informasi yang mereka sajikan. Khalayak akan memperhatikan dan terlibat dengan pesan-pesan yang disampaikan oleh media massa tersebut. Pengaruh pesan media massa terhadap pembentukan perilaku khalayak sangatlah besar. Apabila khalayak tidak dibekali dengan kemampuan berpikir kritis untuk menganalisis dan bijak dalam menginterpretasi konten media, hal ini dapat membahayakan keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia (Brier & Jayanti, 2020). Tanpa kemampuan berpikir kritis, khalayak dapat salah menafsirkan atau terpengaruh oleh konten media yang belum tentu akurat atau bermuatan kepentingan tertentu.

Indonesia adalah negara yang kaya akan keberagaman agama dan suku, yang sejak dulu dijunjung tinggi. Oleh karena itu, sangat diperlukan literasi media bagi khalayak agar mereka mampu bersikap kritis dan mengontrol semua pesan yang mereka terima melalui media massa maupun media sosial. Bersikap bijak dalam menggunakan media sosial berarti kemampuan kita untuk bertindak dan mengambil keputusan secara tepat serta baik ketika berinteraksi di dunia virtual atau dunia maya (Muslihah et al., n.d.). Saat ini, khalayak dituntut untuk lebih cerdas dalam menginterpretasikan konten media dan memahami

bagaimana media dapat memengaruhi pemikirannya. Dengan demikian, khalayak dapat bereaksi secara bijak terhadap segala konten media yang mereka konsumsi. Etika dalam menggunakan media sosial merupakan seperangkat aturan dan nilai-nilai yang mengatur perilaku pengguna saat berinteraksi di *platform-platform* media sosial (Gergely, 2024). Terdapat pengaruh media yang begitu besar harus diimbangi dengan kemampuan khalayak untuk bijak dalam menyikapi informasi, demi terciptanya lingkungan yang nyaman dan aman.

Sebuah organisasi atau lembaga penting terhadap masyarakat untuk menyadarkan pengguna media sosial akan pentingnya literasi media agar dapat terhindar dari berita hoaks. Organisasi berinteraksi secara intensif dengan khalayaknya, dan mendorong khalayak untuk bertindak sesuai dengan harapan organisasi (Plikasi et al., n.d.). Pada akhirnya, kewajiban organisasi adalah memelihara hubungan dengan khalayak. Sesuai dengan pendapat Anwar Arifin dalam buku Strategi Komunikasi, dalam proses komunikasi, baik komunikator maupun khalayak memiliki kepentingan yang sama, maka tanpa adanya kesamaan kepentingan, komunikasi tidak akan dapat berlangsung dengan baik. Di dalam konteks mengatasi berita hoaks dalam penelitian ini, mengenal khalayak secara mendalam menjadi langkah penting untuk merumuskan strategi yang efektif dalam menyampaikan pesan anti-hoaks dan membangun kesadaran mengenai bahayanya. Audiens atau target pasar dapat berupa individu maupun kelompok besar atau kecil.

Pemerintah Desa Keji mengenal khalayak melalui kegiatan sosialisasi yang bertujuan mendorong masyarakat untuk memeriksa kebenaran berita ketika mereka menerima informasi baru. Pemerintah Desa Keji menjalin kerjasama dengan semua lembaga di dalamnya untuk mendukung upaya Desa Keji dalam memberikan himbauan tentang berita hoaks kepada masyarakat. Selain itu, pemerintah Desa Keji juga bekerja sama dengan kecamatan, organisasi pemuda, dan masyarakat dalam rangka pencegahan berita hoaks.

## **2. Menyusun Pesan**

Menyusun pesan mengacu pada proses merumuskan dan merancang konten komunikasi yang akan disampaikan kepada audiens atau penerima pesan. Untuk mencapai komunikasi yang efektif, dimana pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat menghasilkan umpan balik (*feedback*) yang diharapkan, maka pesan tersebut harus memenuhi beberapa kriteria, yaitu pesan disusun secara sistematis, pesan menarik perhatian komunikan, dan pesan mudah dipahami (Kurnia & Astuti, 2017). Dengan memenuhi ketiga kriteria tersebut, komunikator dapat memastikan bahwa pesannya dapat tersampaikan dengan efektif dan menghasilkan umpan balik yang diharapkan dari penerima pesan (komunikan).

Hal ini sejalan dengan pendapat (Syawal et al., 2023) bahwa tahap menyusun pesan, hal utama yang perlu dilakukan oleh komunikator

adalah bagaimana cara membangkitkan perhatian, mengubah persepsi, pengetahuan, dan perilaku khalayak, melalui penyampaian suatu gagasan, ide, ataupun simbol. Isi pesan yang akan disampaikan harus terkait erat dengan tujuan kegiatan komunikasi yang ingin dicapai. Dalam konteks kegiatan sosialisasi, penyusunan pesan harus difokuskan pada informasi yang diinginkan dan dibutuhkan oleh khalayak. Fokus utamanya adalah membangun kesadaran dan memberikan edukasi kepada khalayak seputar informasi pencegahan hoaks di media sosial kepada masyarakat.

Hal ini sejalan dengan pemikiran yang dikemukakan oleh Wilbur Schramm (1955) dalam buku berjudul Strategi Komunikasi karya Anwar Arifin mengenai syarat-syarat untuk berhasilnya pesan sebagai berikut:

- a. Pesan perlu disampaikan dengan cara yang menarik perhatian audiens yang dituju agar pesan tersebut dapat mencapai tujuannya. Hal ini pemerintah Desa Keji telah melakukan sosialisasi dengan memberikan himbauan kepada lembaga yang ada lalu diteruskan kepada warganya masing-masing. Penyampaian kepada masyarakat dapat dilakukan secara langsung maupun melalui media sosial, dengan cara menyampaikan pesan semenarik mungkin. Agar pesan yang disampaikan oleh audiens dapat mudah

dipahami sehingga pesan yang disampaikan efektif dan sesuai tujuan.

- b. Pesan harus menggunakan simbol atau tanda yang berdasarkan pada pengalaman bersama antara pengirim dan penerima pesan sehingga kedua belah pihak dapat saling memahami. Pemerintah Desa Keji dan masyarakatnya memiliki pemahaman yang sama yakni adanya hoaks kejahatan jalan menyebabkan kepanikan, kekhawatiran, atau ketakutan. Dari pengalaman yang sama inilah dapat menjadi alasan untuk bersama dalam menanggulangi hoaks yang ada di Desa Keji. Berikan kesempatan bagi audiens untuk bertanya atau berdialog tentang pesan yang disampaikan ketika melaksanakan forum. Hal ini akan memungkinkan adanya interaksi yang dapat meningkatkan pemahaman bersama.
- c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi dari audiens dan memberikan saran tentang cara untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Pesan ini bertujuan untuk menciptakan efek atau perubahan yang diharapkan pada komunikan, bukan hanya pada individu tunggal, tetapi juga pada masyarakat secara keseluruhan. Masyarakat di Desa Keji membagikan pengalamannya pernah memberikan penyuluhan di dalam forum pemuda. Hal tersebut tentu

membantu pemerintah Desa Keji dalam menanggulangi berita hoaks, sehingga dapat menimbulkan efek positif bagi masyarakat yang menerima pesan.

- d. Pesan harus mengarahkan kepada solusi yang diinginkan dan menyediakan petunjuk mengenai jalur yang dapat diambil untuk mencapai jawaban yang diharapkan. Jadi, pemerintah Desa Keji memberikan himbauan untuk lebih berhati-hati dan mengecek kebenaran karena hoaks dapat berdampak negatif. Masyarakat setuju akan hoaks menjadi berdampak negatif apalagi suatu hal yang menjadi keresahan masyarakat. Maka dari itu pemerintah Desa Keji bekerjasama dengan pihak karang taruna maupaun organisasi pemuda lainnya yang ada di Desa Keji, untuk membantu mengatasi berita hoaks. Saling mengingatkan dan masyarakat diberikan ruang untuk saling membuktikan kebenaran sebuah berita diantara masyarakat lainnya.

### **3. Penetapan Metode**

Menyesuaikan metode dalam strategi komunikasi menjadi langkah penting untuk memastikan terjadinya komunikasi yang efektif. Metode komunikasi merujuk pada cara atau saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada audiens atau penerima pesan. Dalam mempelajari metode penyampaian pesan atau upaya mempengaruhi orang lain dalam komunikasi, perlu memperhatikan kedua aspek yaitu

cara pelaksanaan dan bentuk isi pesan yang disampaikan. Dalam konteks cara pelaksanaannya, metode penyampaian atau mempengaruhi khalayak dapat dilakukan melalui pendekatan *redundancy* (pengulangan) dan *canalizing* (penyesuaian dengan khalayak).

Melalui pendekatan pengulangan atau metode *redundancy*, kita harus menyadari bahwa suatu komunikasi yang diharapkan efektif, tidak mungkin dapat tercapai hanya dengan melakukannya sekali atau dua kali saja. Sedangkan, metode *canalizing* (penyesuaian) untuk mempengaruhi khalayak mensyaratkan komunikator untuk terlebih dahulu memahami pengalaman dan latar belakang khalayak yang sesuai dengan pesan yang akan disampaikan. Hal ini dimaksudkan agar pada awalnya, khalayak dapat menerima pesan yang disampaikan oleh komunikator. Selanjutnya, secara bertahap, pemikiran dan sikap khalayak yang telah ada sebelumnya dapat diarahkan menuju ke arah yang dikehendaki oleh komunikator.

Jadi, metode *redundancy* menekankan pada pengulangan pesan, sementara metode *canalizing* menekankan pada pemahaman komunikator terhadap khalayak, agar pesan dapat diterima dengan baik dan dapat mempengaruhi perubahan pemikiran serta sikap khalayak. Hal tersebut sejalan dengan pemikiran Onong Uchjana Effendy dalam penelitian (Zabrina & Darmawan, 2021), bahwa metode *redundancy* (pengulangan) merupakan cara untuk mempengaruhi khalayak dengan

cara mengulang-ulang pesan sedikit demi sedikit, seperti yang sering dilakukan dalam kegiatan propaganda. Sedangkan, metode *canalizing* (penyesuaian) dilakukan dengan cara komunikator berusaha untuk memahami terlebih dahulu latar belakang dan bidang pengalaman dari komunikan (khalayak). Dengan pemahaman tersebut, komunikator dapat menyesuaikan pesannya agar dapat diterima dengan baik oleh khalayak (Zabrina & Darmawan, 2021:5). Pentingnya menetapkan metode yang tepat, agar suatu pesan memiliki peluang yang lebih besar untuk berinteraksi dengan audiens dan mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan.

Efektivitas pada proses komunikasi tidak hanya ditentukan oleh isi pesan komunikasi saja, melainkan juga dipengaruhi oleh metode penyampaian yang diterapkan kepada khalayak atau komunikan. Metode komunikasi yang diterapkan oleh Pemerintah Desa Keji adalah metode informatif dan edukatif. Kedua metode ini digunakan untuk mengubah persepsi dan perilaku khalayak ke arah yang diinginkan oleh komunikator. Selain itu, Pemerintah Desa Keji dalam mengatasi berita hoaks menggunakan metode *redundancy* dengan mengulang pesan dilakukan secara langsung melalui sosialisasi. Pertemuan tersebut dilakukan seminggu sekali dan menyampaikan pesan oleh beberapa lembaga yang ada di Desa Keji. Selain itu untuk menerapkan metode *canalizing*, pemerintah Desa Keji menyesuaikan pengalaman warganya dalam menerima pesan. Pihak pemerintah Desa Keji



menyampaikan pesan himbauan tentang berita hoaks dengan menggunakan saluran media sosial whatsapp.

#### **4. Seleksi dan Penggunaan Media**

Penggunaan media dalam strategi komunikasi adalah proses menentukan saluran atau *platform* yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan kepada audiens atau penerima pesan. Penting untuk pemilihan media dalam strategi komunikasi, dengan menjangkau audiens yang tepat. Sebagaimana dalam menyusun pesan komunikasi, kita harus selektif dan menyesuaikannya dengan keadaan serta kondisi khalayak sasaran, demikian pula dalam penggunaan media komunikasi. Bahwa pemilihan media yang tepat memungkinkan pesan disampaikan kepada audiens yang diinginkan. Setiap media memiliki karakteristik dan latar belakang pengguna yang berbeda-beda. Media komunikasi mencakup berbagai bentuk seperti media cetak, media elektronik, media sosial, dan lain sebagainya.

Dalam tahap ini, komunikator akan memilih media yang akan digunakan sebagai saluran untuk menyampaikan ide, gagasan, dan simbol dengan tujuan mengubah masyarakat (Syawal et al., 2023). Media yang digunakan perlu disesuaikan dengan keadaan dan kondisi khalayak. Media yang dimanfaatkan oleh Pemerintah Desa Keji adalah media tatap muka (*face-to-face communication*). Kegiatan sosialisasi mengatasi berita hoaks kepada kelembagaan Desa Keji dilakukan setiap satu minggu sekali di Kantor Pemerintahan Desa Keji.

Selain itu, Pemerintah Desa Keji juga memanfaatkan media media sosial whatshapp. Fitur ruang obrolan media sosial WhatsApp digunakan untuk koordinasi dan penyebaran informasi terkait mengatasi berita hoaks kepada beberapa lembaga di Desa Keji. Melakukan sosialisasi kepada beberapa lembaga dengan harapan suatu lembaga tersebut meneruskan pesan kepada warganya masing- masing baik secara langsung maupaun melalui saluran media sosial. Selain itu pemerintah Kabupaten Magelang juga sedang melakukan upaya untuk mengembangkan desa digital yang memberikan layanan *online* mandiri kepada desa-desa. Diharapkan dengan sistem ini, pelayanan kepada masyarakat di tingkat Pemerintah Desa dapat menjadi lebih mudah dan efisien.

## **5. Peranan Komunikator**

Komunikator adalah individu yang aktif dalam proses komunikasi, bertindak sebagai pengirim atau sumber pesan. Komunikator memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi, gagasan, atau pesan kepada audiens atau penerima pesan. Komunikator dapat berupa individu, seperti pembicara, penulis, presenter, atau pemimpin yang berkomunikasi dengan orang lain. Mereka juga bisa berupa organisasi, perusahaan, atau lembaga yang berkomunikasi dengan karyawan, pelanggan, atau masyarakat luas. Komunikator yang efektif dapat membangun hubungan yang kuat dengan audiens, membangun kepercayaan, dan menghasilkan dampak positif dalam komunikasi.

Maka, peran komunikator adalah menyampaikan pesan dengan cara yang efektif, membangun hubungan yang baik dengan audiens, dan mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan.

Perumusan strategi diperlukan tujuan yang jelas dan salah satu hal utama yang harus diperhitungkan adalah audiens atau khalayak yang dituju. Pemerintah Desa Keji telah melakukan pengenalan khalayak dengan menentukan pesan berupa informasi berita hoaks, himbauan untuk masyarakat, dan cara mengantisipasi hoaks. Selain itu, pemerintah Desa Keji telah menentukan metode untuk melakukan sosialisasi tentang hoaks tersebut. Untuk mencapai efektivitas dalam proses komunikasi, unsur yang paling dominan adalah peran komunikator karena dalam usahanya menciptakan efektivitas. Peran komunikator sangat penting guna mencapai efektivitas dalam proses komunikasi.

Pemerintah Desa Keji sebagai komunikator dalam mengatasi berita hoaks, dan masyarakat di Desa Keji sebagai komunikan atau audiens. Komunikator menyampaikan pesan dengan cara komunikasi langsung oleh beberapa lembaga agar nantinya disampaikan kepada warganya melalui *platform* whatsapp maupun penyampaian secara langsung. Penyampaian tersebut di kemas dengan sebuah pesan yang menarik agar mudah dipahami dan di terima oleh masyarakat. Kemudian menggunakan pemilihan media salah satunya media sosial whatsapp untuk menjangkau banyak orang dalam menyampaikan himbnaan.

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang melibatkan wawancara dan observasi oleh peneliti mengenai Strategi Komunikasi Desa Keji dalam Mengatasi Berita Hoaks di Media Sosial, bahwa Pemerintah Desa Keji mengenal khalayak dengan berinteraksi dengan masyarakat melalui kegiatan sosialisasi di berbagai lembaga dan mendorong pengecekan sumber berita untuk mengatasi berita hoaks di media sosial. Selain itu, kolaborasi juga dilakukan dengan organisasi karang taruna atau pemuda pemudi dusun untuk memberikan arahan yang benar terkait hoaks. Dalam menyusun pesan, Pemerintah Desa Keji melakukan upaya pencarian kebenaran berita

dengan mengidentifikasi asal-usul dan pengirimnya. Jika terbukti sebagai berita palsu, dilakukan rapat dengan kelembagaan di dalam desa untuk menyampaikan informasi tersebut kepada warga. Pemerintah Desa Keji menggunakan metode komunikasi langsung untuk mengatasi berita hoaks, dengan memastikan verifikasi berita dan menyampaikannya kepada masyarakat. Himbuan untuk berhati-hati dalam menerima berita baru disampaikan melalui rapat atau forum di dusun dengan penyampaian yang menarik agar mudah dipahami dan diingat. Media sosial WhatsApp juga digunakan sebagai saluran untuk menyampaikan pesan secara efektif. Dalam menyebarkan informasi tentang mengatasi hoaks, Pemerintah Desa Keji memilih komunikasi langsung sebagai media sosialisasi. Setelah pertemuan langsung, himbuan tentang berita hoaks disampaikan melalui media sosial WhatsApp. Pemerintah Desa Keji berperan sebagai komunikator yang menyampaikan pesan kepada masyarakat mengenai cara menghindari berita hoaks dengan mencari sumber berita yang valid.

## **B. Saran**

Untuk masyarakat di Desa Keji sebagai pengguna media sosial, tentunya harus meningkatkan literasi digital agar dapat meminimalisir dampak berita hoaks. Terutama kalangan orang tua, untuk lebih bijak dalam bermedia. Ketika menerima atau memberikan suatu informasi harus dipastikan bahwa informasi tersebut valid. Sebagai pengguna media juga harus saling mengingatkan sesama masyarakat lain agar berita yang belum

valid tidak langsung di sebar. Karena hal tersebut dapat mengurangi rasa kecemasan atau ketakutan apabila berita ada hubungannya dengan nyawa seseorang (klitih).

Pemerintah Desa Keji diharapkan untuk lebih memperhatikan dampak negatif hoaks kepada masyarakat. Memberikan sosialisasi dengan maksimal agar masyarakat dapat ilmu dalam mengatasi berita hoaks. Selain itu, upaya dalam mengatasi berita hoaks juga lebih dikembangkan lagi dengan memberikan informasi melalui media cetak maupun media sosial. Pemerintah Desa Keji perlu mengatasi hambatan-hambatan ini dengan langkah-langkah yang lebih konkrit, seperti meningkatkan literasi media dan informasi di masyarakat, mengadakan pelatihan atau workshop tentang penanganan berita hoaks, dan membangun kerjasama dengan lembaga pendidikan dan organisasi masyarakat untuk meningkatkan kesadaran akan berita hoaks dan pentingnya verifikasi informasi sebelum menyebarkannya.

## **PEDOMAN WAWANCARA**

1. Apa pemahaman Anda tentang istilah "berita hoaks"?
2. Apakah Anda pernah mengalami atau membaca konten palsu atau tidak benar di *platform* media sosial?
3. Bagaimana tanggapan masyarakat terhadap penyebaran berita hoaks terkait kejahatan jalanan di Kabupaten Magelang?
4. Apa langkah yang diambil oleh pemerintah Desa Keji untuk melawan penyebaran berita hoaks dan melindungi warga dari dampaknya?
5. Bagaimana mekanisme yang digunakan oleh Pemerintah Desa Keji dalam menangani berita hoaks?
6. Siapa yang bertanggung jawab dalam mengatasi dan menangani berita hoaks di Desa Keji?

7. Bagaimana Pemerintah Desa Keji menggunakan metode tertentu untuk menangani berita hoaks?
8. Bagaimana strategi Pemerintah Desa Keji dalam menangani berita hoaks berdampak pada stabilitas masyarakat Desa Keji?
9. Apakah ada program sosialisasi dari pemerintah Desa Keji kepada masyarakat untuk mengatasi dan menyadarkan tentang berita hoaks?
10. Melalui media apa pemerintah Desa Keji melakukan sosialisasi untuk menangani penyebaran berita hoaks di Desa Keji?

Kepala desa, kepala dusun

1. Apakah anda mengetahui apa yang dimaksud berita hoaks?
2. Apakah anda pernah menemukan berita hoaks di sosial media seperti WhatsApp?
3. Bagaimana sikap Masyarakat Desa Keji terhadap berita hoaks kejahatan jalan?
4. Bagaimana upaya pemerintah Desa Keji untuk menghindari berita hoaks?
5. Bagaimana mekanisme yang digunakan pemerintah Desa Keji dalam mencegah berita hoaks?
6. Siapa yang berperan dalam menangani berita hoaks?
7. Bagaimana metode yang digunakan pemerintah Desa Keji dalam menangani berita hoaks di Desa Keji?



8. Bagaimana strategi pemerintah Desa Keji dalam menangani berita hoaks memiliki dampak kestabilan dalam ruang lingkup Masyarakat Desa Keji?
9. Apakah ada sosialisasi dari pemerintah Desa Keji kepada Masyarakat dalam menanggulangi berita hoaks?
10. Menggunakan media apa dalam sosialisasi menanggulangi berita hoaks di Desa Keji?

Masyarakat, tokoh Masyarakat

1. Apakah anda mengetahui apa yang dimaksud berita hoaks?
2. Apakah anda pernah membaca berita hoaks di media sosial seperti whatsapp?
3. Bagaimana cara anda mengenali berita hoaks?
4. Bagaimana anda menyikapi berita hoaks yang tersebar di media sosial whatsapp?
5. Bagaimana upaya anda agar tidak terpapar berita hoaks?

### **TRANSKRIP**

D: Perkenalkan saya Yadira asal dari Dusun Wonoboyo, akan melakukan wawancara kepada ibu kepala desa terkait penelitian saya tentang berita hoaks kejahatan jalanan di kabupaten Magelang. Pertanyaan pertama apa pemahaman ibu tentang istilah “berita hoaks”?

R: Berita hoaks adalah berita yang tidak benar.

D: Apakah ibu pernah mengalami atau membaca berita hoaks di *platform* media sosial?

R: Iya saya pernah menerima berita hoaks di media sosial.

D: Bagaimana tanggapan masyarakat desa Keji tentang berita hoax yang tersebar, terutama yang berkaitan tentang kejahatan jalan atau klitih?

R: Terkait berita hoaks kejahatan jalanan di Kabupaten Magelang, ketika untuk menanggapi selaku pemerintahan desa Keji terkait dengan hal tersebut kita harus membuktikan bahwa berita tersebut termasuk dalam wilayah desa Keji atau bukan dan menghibau kepada masyarakat untuk melakukan pengecekan kebenarannya.

D: Lalu bagaimana upaya pemerintah agar warga desa tidak terpapar hoaks?

R : Kita komunikasikan dengan lembaga-lembaga yang ada di wilayah desa Keji termasuk LINMAS, LPMD, Karang taruna, dan juga PKK. Kita sampaikan berita hoaks tersebut agar nanti kelembagaan tersebut meneruskan atau menyampaikan kepada warganya.

D: Bagaimana mekanisme yang digunakan pemerintah desa dalam menangani berita

hoaks?

R: Tetap kami melalui kelembagaan tersebut kita sampaikan kepada warga bahwa berita tersebut hoaks.

D: Siapa yang berperan dalam menangani berita hoaks?

R: Untuk menangani hal tersebut kita bersama-sama kita cari berita hoaks dari mana, dan kapan berita hoaks itu datang untuk wilayah desa Keji. Jadi untuk tanggung jawab itu tanggung jawab bersama.

D: Bagaimana metode yang digunakan pemerintah dalam menangani berita hoaks?

R: Ya seperti yang saya bilang tadi bahwa komunikasikan dengan lembaga-lembaga yang ada di wilayah desa Keji termasuk LINMAS, LPMD, Karang taruna, dan juga PKK. Kelembagaan tersebut meneruskan dengan menyampaikan bahwa berita tersebut hoaks.

D: Bagaimana strategi pemerintah desa Keji dalam berita hoaks yang berdampak pada masyarakat desa Keji?

R: Tetap melalui kelembagaan tersebut, kita cari berita tersebut dari mana datangnya dan siapa penyebarannya. Kalau memang tidak ada kita sampaikan kepada warga bahwa berita itu hoaks dan tidak benar.

D: Apakah ada program sosialisasi dalam mengatasi berita hoaks?

R: Kita selalu ada lewat pemerintah desa ke perangkat desa dari kita semua. Melalui bapak dan ibu dari kasi dan kepala dusun, serta staf kita sampaikan melalui rapat. Bahwa rapat tersebut selalu dilakukan dalam satu minggu sekali kepada perangkat desa, kemudian dari perangkat desa nanti akan menyampaikan kepada warganya masing-masing.

D: Menggunakan media apa untuk sosialisasi dalam menanggulangi berita hoaks di desa Keji?

R: Pertama kami melalui perangkat desa dan akan disampaikan oleh warganya di dusun masing-masing. Selain itu, kita melalui desa digital, untuk pembuatan poster peringatan adanya berita hoaks belum ada.

D: Baik bu, terima kasih atas jawabannya.

D: Saya sedang bersama bapak Heru Dwi Nugroho?

R: Ya, benar.

D: Baik pak kita mulai, dengan adanya berita hoaks yang tersebar di media sosial tentang kejahatan jalan yang sumbernya tidak jelas, apakah bapak mengetahui apa yang dimaksud berita hoax tersebut?

R: Ya, hoaks itu berita yang tidak benar. Misalnya berita yang diada-adakan, jadi berita tidak ada diadakan dan ditambah-tambahin. Sebagai contoh hanya luka sedikit dibesar-besarkan seolah parah atau berita yang palsu.

D: Apakah bapak pernah membaca berita palsu tersebut di media sosial seperti whatshapp?

R: Pernah.

D: Bagaimana cara bapak mengenali itu berita hoaks?

R: Biarkan saja dihiraukan. Tidak terlalu di komentari dan ketika menemui di whatsapp jika berita itu tidak benar segera memberi tahu kepada warga bahwa itu hoaks.

D: Bagaimana cara bapak menyikapi berita hoaks yang tersebar?

R: Mengkondisikan warganya untuk tidak percaya dengan kejadian tersebut (berita).

D: Bagaimana upaya agar bapak tidak terpapar berita hoax?

R: Di group whatsapp tidak gampang di share karena sumber tidak jelas. Sekiranya menerima berita yang tidak jelas asal-usulnya jangan mudah menyebarkan. Kalau mau ngshare ya mungkin harus izin dulu. Karena sekarang ini kebanyakan orang tua seperti saya jarang mengerti berita yang di terima hoaks atau tidak. Jadi saya tidak menggunakan media sosial selain whatsapp karena pengalaman dari teman saya di salahgunakan orang lain karena aktif di berbagai media sosial seperti facebook, twitter dan lainnya. Bentuk penyalaghunaan yakni siapapun yang memiliki nomor whatsapp temannya tersebut di hubungi untuk meminjamkan uang. Jadi gunakan group whatsapp terbatas supaya terhindar dari berita-berita masuk yang tidak jelas.

D: Baik pak, terima kasih atas jawabannya.

D: selamat malam pak Muh Kodir.

R: selamat malam.

D: baik disini saya akan wawancara bapak sebagai narasumber dalam penelitian saya tentang hoaks, langsung saja pertanyaan yang pertama apakah bapak mengetahui apa yang dimaksud berita hoaks?

R: ya, berita hoaks itu berita yang menipu pembaca dengan menyajikan informasi yang tidak benar. Intinya beritanya ngawur tanpa kejelasan bahkan sengaja dibuat untuk kepentingan tertentu.

D: pertanyaan selanjutnya apakah bapak pernah membaca berita hoaks di media sosial terutama whatsapp?

R: kalau membaca pernah, kebetulan aktivitas saya di media sosial lebih ke whatsapp karena mudah dan cepat menerima informasi melalui beberapa group.

D: bagaimana cara bapak untuk mengenali hoaks?

R: saya mengenali hoaks pasti melihat siapa yang mengirim dan menunggu respon yang lain ketika di group whatsapp. Tidak langsung saya sebar pahami dulu bagaimana isi informasinya. Apalagi para orang tua contohnya saya ini, minim literasi gampang dipengaruhi oleh media sosial. Jika berita terdapat sebuah gambar periksa dulu kenali itu gambar sebuah editan apa bukan. Cara gampangya ya tanya ke teman atau saudara, dibantu mencari kebenaran dalam suatu berita tersebut.

D: bagaimana bapak menyikapi berita hoaks yang tersebar di media sosial?

R: untuk mengurangi penyebaran hoaks ya sebisa mungkin jangan langsung membagikan ke banyak orang. Harus dipastikan dulu kalau sudah terlanjur

tersebar dan ternyata hoaks itu bisa merugikan orang lain. Cara memastikannya ya tadi sudah saya jelaskan.

D: bagaimana upaya bapak agar tidak terpapar berita hoaks?

R: ya, yang paling penting tingkatkan literasi digital itu, agar bisa mengurangi risiko berita hoaks. Kenali beberapa ciri-ciri hoaks dan tetap hati-hati dalam menerima berita apapun. Jangan sampai tertipu berita klitih dengan seorang pemuda mengaku menjadi korban pembacokan padahal hanya menipu dengan pewarna makanan.

D: baik, terima kasih atas jawabannya pak.

D: selamat malam Mas Akmal

R: ya selamat malam

D: saya akan wawancara anda mengenai berita hoaks, pertanyaan yang pertama apakah

anda tahu apa yang di maksud berita hoax tersebut?

R: yang saya ketahui tentang berita hoaks yaitu informasi atau pesan yang tidak jelas kebenarannya, dengan tujuan untuk membohongi ataupun menyesatkan si pendengar saja. ya kurang lebih seperti itulah yang saya ketahui.

D: apakah anda pernah membaca atau mengalami berita hoaks di media sosial seperti whatshapp?

R: tentu saja saya pernah membaca berita hoax tentang adanya klitih yang saat itu sedang gencar pada lingkungan masyarakat yang pada saat itu bikin heboh, dan masyarakat menjadi takut akan kejahatan tersebut padahal berita tersebut tidak benar, yang mana pada saat itu ada yang memberikan informasi di Grup WhatsApp pemuda bahwa adanya klitih, tapi disitu saya tidak langsung percaya begitu saja.

D: bagaimana cara anda mengenali berita hoaks?

R: untuk mengenalinya kita ya harus bertabayyun tidak langsung percaya begitu saja, kita perlu telusuri atau cari kebenaran dan kejelasanya, dengan begitu kita bisa memastikan bahwa itu berita hoax atau benar benar terjadi.

D: bagaimana anda menyikapi berita hoaks yang tersebar di media sosial whatsapp?

R: ya seperti yang saya katakan tadi, kita harus cari kebenarannya dulu. Dengan bertanya kepada yang menyampaikan ataupun kepada yang mengirim bahwa dari mana sumber atau informasi tersebut. Kita harus memastikan bahwa semua itu sesuai dengan fakta.

D: bagaimana upaya agar tidak terpapar berita hoaks?

R: kebetulan saya di sini sebagai humas organisasi pemuda di dusun ini, upaya yang pernah saya lakukan yaitu memberikan penyuluhan di dalam forum pemuda. Selain itu memberikan peringatan melalui whatsapp.

D: upaya untuk diri anda sendiri itu bagaimana?



R: ya, tadi itu kita memastikan bahwa semua itu sesuai dengan sumber atau informasi yang di dapat.

D: baik, terima kasih atas waktunya.

## DAFTAR PUSTAKA

Alaslan, A. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (S. Nurachma (ed.)). PT RAJAGRAFINDO PERSADA.

Alwan, M. (2021). Dampak covid-19 terhadap implementasi pembelajaran di era digital 4.0. *Jurnal Al Muta'aliyah: Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah*,

1(01), 1–18. <https://doi.org/10.51700/jie.v7i01.150>

- Amanda, D. (2024). The Influence of Facebook Social Media on The Spread of Hoax Information on Generation X in Setu Sari Village Cileungsi Subdistrict. *Bina: Jurnal Pembangunan Daerah*, 2(2), 144–153. <https://doi.org/10.62389/bina.v2i2.67>
- Annur, C. M. (2024). *10 Aplikasi Media Sosial yang Paling Banyak Dipakai Pengguna Internet\* di Indonesia (Januari 2024)*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-palin-g-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>
- Arifa Rachma Febriyani, & Rintulebda Anggung Kaloka. (2022). Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Batang dalam Menangkal Hoaks. *SOSIOHUMANIORA: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 8(1), 33–45. <https://doi.org/10.30738/sosio.v8i1.11853>
- ASRANDA, M. R. (2022). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH DESA KUALA TOLAM DALAM PENANGGULANGAN BERITA HOAX DI MEDIA SOSIAL*. 8.5.2017, 2003–2005. [www.aging-us.com](http://www.aging-us.com)
- Asse Nino, A. (2021). Analisis Pemberitaan Hoax Pada Media Sosial di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Kota Parepare). *Skripsi*, 5(3), 248–253.
- Bahri, A. S. (2022). Memproteksi Peserta Didik dari Bahaya Hoaks Dengan Literasi Kritis. *Lentera : Jurnal Kajian Bidang Pendidikan Dan Pembelajaran*, 2(2), 39–44. <https://doi.org/10.56393/lentera.v2i2.435>
- Borobudurnews.com. (2019). *HOAX !!! Rombongan 60 Motor Bersajam Menuju Muntilan Semalam*. Borobudurnews.Com.
- BorobudurNews. (2019). *HOAX !!! Rombongan 60 Motor Bersajam Menuju Muntilan Semalam*. Borobudurnews.Com. <https://borobudurnews.com/hoax-rombongan-60-motor-bersajam-menuju-muntilan-semalam/>
- Brier, J., & Jayanti, L. D. (2020). *LITERASI MEDIA: CERDAS DAN BIJAK MENIKMATI KONTEN MEDIA BARU*. 21(1), 1–9. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>
- Bustomi, A. R., & Yuliana, N. (2023). Peran Aplikasi Whatsapp Dalam Dinamika Ilmu Komunikasi. *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 2(4), 2023–2054.
- Danuri, M. (2019). Development and transformation of digital technology. *Infokam*, XV(II), 116–123.
- desakeji.magelangkab.go.id. (n.d.). *Grafik Data Demografi Berdasar Pekerjaan*. Desakeji.Magelangkab.Go.Id/. <https://desakeji.magelangkab.go.id/First/statistik/1/1>
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT REMAJA

## ROSDAKARYA.

- Fuadi, A., Muti'ah, T., & Hartosujono, H. (2019). Faktor-Faktor Determinasi Perilaku Klitih. *Jurnal Spirits*, 9(2), 88. <https://doi.org/10.30738/spirits.v9i2.6324>
- Gergely, S. (2024). *MENCIPTAKAN PERDAMAIAN MELALUI ETIKA BERMEDIA SOSIAL*. 2(February), 4–6. <https://jurnal.kolibi.org/index.php/kultura/article/view/699/664>
- Gunawan, R., Aulia, S., Supeno, H., Wijanarko, A., Uwiringiyimana, J. P., & Mahayana, D. (2021). Adiksi Media Sosial dan Gadget bagi Pengguna Internet di Indonesia. *Techno-Socio Ekonomika*, 14(1), 1. <https://doi.org/10.32897/techno.2021.14.1.544>
- Hanna. (2023). *Pria Mengaku Korban Klitih di Magelang Hoaks*. Rri.Co.Id. <https://www.rri.co.id/index.php/sulawesi-tengah/cek-fakta/230037/pria-mengaku-korban-klitih-di-magelang-hoaks>
- Ilahi, H. N. (2019). Women and Hoax News Processing on WhatsApp. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 22(2), 98. <https://doi.org/10.22146/jsp.31865>
- Kemp, S. (2024). Digital 2024: Indonesia. *Datareportal*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- KOMINFO. (2019). *[HOAKS] 60 Motor Bersenjata Tajam Menuju Muntilan*. Kominfo.Go.Id. [https://www.kominfo.go.id/content/detail/19402/hoaks-60-motor-bersenjata-tajam-menuju-muntilan/0/laporan\\_isu\\_hoaks](https://www.kominfo.go.id/content/detail/19402/hoaks-60-motor-bersenjata-tajam-menuju-muntilan/0/laporan_isu_hoaks)
- KOMINFO. (2023). *[HOAKS] Kurir Galon di Magelang Jadi Korban Klitih*. Kominfo.Go.Id. *[HOAKS] Kurir Galon di Magelang Jadi Korban Klitih*
- Kurnia, N., & Astuti, S. I. (2017). Peta Gerakan Literasi Digital Di Indonesia : *Kajian Ilmu Komunikasi*, 47(2), 149–166.
- Kurnianingsih, I., Rosini, & Ismayati, N. (2017). (literacy)Upaya Peningkatan Kemampuan Literasi Digital bagi Tenaga. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 61–76. <http://jurnal.ugm.ac.id/jpkm>
- Lestari, S. T., & Satriani, A. (2022). Model Terpaan Berita Terhadap Tingkat Kecemasan Khalayak. *Bandung Conference Series: Journalism*, 2(2), 151–157. <https://doi.org/10.29313/bcsj.v2i2.4577>
- Magdalena, I., Hidayah, Nur, D. A., Agustina, & Kurnia, D. (2024). Cendikia pendidikan. *Cendekia Pendidikan*, 3(1), 1–13. <https://ejournal.warunayama.org/index.php/sindorocendikiapendidikan/article/view/769>
- Mardjianto, F. L. D., Wedhaswary, I. D., Monggilo, Z. M. Z., Ningtyas, I., Budiarto, & Nurfahmi, M. (2022). *Modul Literasi Digital* (I. Ningtyas (ed.)). Aliansi Jurnalis Independent.

- Mastel. (2019). *Hasil Survey Wabah Hoax Nasional (Masyarakat Telematika Indonesia)*. <https://mastel.id/hasil-survey-wabah-hoax-nasional-2019/>
- Mohammad, W., & Maulidiyah, N. R. (2023). Pengaruh Akses Internet Terhadap Aspek Kualitas Kehidupan Masyarakat Indonesia. *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 01(02), 30–45.
- Monografi, B. (2023). *Semester 1 Buku Monografi*.
- Muhamad, N. (2023). survei ipsos: Media Sosial Jadi Sumber Informasi dengan Hoaks Terbanyak. *Kata Data Media Network*, 2023–2024. [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id)
- Mulyana, D. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT.REMAJA ROSDAKARYA.
- Muslihah, N. N., Mutaqin, E. J., Asy, L., Suhada, I., & Ahmalia, R. P. (n.d.). *Bijak Bermedia sebagai Upaya Penguatan Kehidupan Sosial Ekonomi dan Pendidikan Masyarakat 2014 pengguna internet aktif di Indonesia*. 46–51.
- Mutia Annur, C. (2022). Ada 185 Juta Pengguna Internet di Indonesia pada Januari 2024. *Databoks.Katadata.Co.Id*, 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/27/ada-185-juta-pengguna-internet-di-indonesia-pada-januari-2024>
- Muttaqin Taqlisul, Kurniawan, & Khoiruzzaim. (2021). Pemanfaatan Media Sosial WhatsApp sebagai Media Pembelajaran Kelas VI A dan B di MI Miftahul Huda Jatisari Krenceng Kepung Kediri Tahun Pelajaran 2020/2021. *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 2(1), 97–125. <http://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/salimiya/article/view/284>
- Nasrullah, R. (2019). *Teori dan Riset Khalayak Media (Pertama)*. Prenadamedia Group.
- Plikasi, K. O. D. A. N. A., Widjajanto, E. K., & Sos, S. (n.d.). *Perencanaan komunikasi k*.
- Pratama, H. S. (2019). *Menghadapi berita palsu*.
- Pratiwi, M. R., & Herdiningsih, W. (2018). Literasi Media: Melahirkan Pengguna Media Berpengetahuan. *Pengajian Media Malaysia*, 2005, 41–64.
- Qorib, F. (2020). Persepsi Hoax Politik Caleg Perempuan pada Pemilihan Umum Legislatif 2019 di Kota Malang. *Warta ISKI*, 3(01), 13–22. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v3i01.51>
- Rahadi, D. R. (2012). *Perilaku pengguna dan informasi*. 58–70.
- Rahmadhany, A., Aldila Safitri, A., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penyebaran Hoax dan Hate Speech pada Media Sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 30–43. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.182>

- Rini, R., Suryadinata, N., & Efendi, U. (2022). Literasi digital mahasiswa dan faktor-faktor yang berpengaruh. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, 10(2), 171–179. <https://doi.org/10.21831/jamp.v10i2.48774>
- Riwukore, J. R. (2023). Peningkatan sumber daya manusia melalui literasi media sosial dalam menghadapi hoaks (HR improvement through social media literacy in dealing with hoaxes). *Jurnal Abdimas (Journal of Community Service) : Sasambo*, 5(3), 548–561. [https://journal-center.litpam.com/index.php/Sasambo\\_Abdimas/article/view/1336](https://journal-center.litpam.com/index.php/Sasambo_Abdimas/article/view/1336)
- Sahid, M. (2021). Hambatan Komunikasi pada Proses Pembelajaran Menggunakan Media Whatsapp Group. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 5(1), 299–308. <https://doi.org/10.58258/jisip.v5i1.1673>
- Sahidillah, Wildan, M., Miftahurrisqi, & Prarasto. (2019). Whatsapp sebagai Media Literasi Digital Siswa. *Jurnal VARIDIKA*, 31(1), 52–57. <https://doi.org/10.23917/varidika.v1i1.8904>
- Saputra, H. (2023). *Tukang Galon yang Ngaku Jadi Korban Klitih Bisa Dipenjara 6 Tahun*. Magelangekspres.Com. <https://magelangekspres.disway.id/read/650356/tukang-galon-yang-ngaku-jadi-korban-klitih-bisa-dipenjara-6-tahun>
- SATU DATA Kab.Magelang. (2023). *Jumlah Penduduk Berdasarkan Pendidikan*. Pusaka.Magelangkab.Go.Id. <https://pusaka.magelangkab.go.id/penduduk/agregat/pendudukByPendidikan>
- Simarmata, J., Iqbal, M., Hasibuan, M. S., Limbong, T., Albra, W., Yayasan, P., & Menulis, K. (n.d.). *Hoaks dan Media Sosial : Saring sebelum Sharing*.
- statista.com. (2024). *Social media users in Indonesia 2020-2029*. J. Degenhard. <https://www.statista.com/forecasts/1144743/social-media-users-in-indonesia>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistyarini, W., & Fatonah, S. (2022). Pengaruh Pemahaman Literasi Digital Dan Pemanfaatan Media Pembelajaran Terhadap Kompetensi Pedagogik Guru Era Digital Learning. *Journal of Educational Learning and Innovation (ELIA)*, 2(1), 42–72. <https://doi.org/10.46229/elia.v2i1.383>
- Syah, R., Darmawan, D., Purnawan, A., Ekonomi, F., Bisnis, I., Asmi, M., Masyarakat, P., Ilmu Pendidikan, F., & Negeri Jakarta, U. (2019). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kemampuan Literasi Digital. *Jurnal AKRAB*, 10(2), 60–69. <https://jurnalakrab.kemdikbud.go.id/index.php/jurnalakrab/article/view/290>
- Syawal, M. F., Muslim, & Aminah, R. S. (2023). Strategi Komunikasi Anggota Pemberdayaan Dan Kesejahteraan Keluarga Dalam Kegiatan Penyuluhan Penanganan Stunting Di Kelurahan Baranangsiang. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 7(1), 21–28. <https://journal.unpak.ac.id/index.php/apik>

- Tosepu, Y. A. (2021). *Literasi Informasi Media*. Oase Pustaka.
- Tsaniyah, N., & Juliana, K. A. (2019). Literasi Digital Sebagai Upaya Menangkal Hoaks Di Era Disrupsi. *Al-Balagh : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 4(1), 121–140. <https://doi.org/10.22515/balagh.v4i1.1555>
- Yuliana. (2021). Pentingnya Strategi Komunikasi Dalam Berkomunikasi. *Journal: Sudut Pandang*, 2(1), 1–5.
- Yuniarto, T. (2019). Masa Depan Jaringan 5G dan Perilaku Komunikasi Digital. *Warta ISKI*, 2(01), 1–7. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v2i01.22>
- Zabrina, A., & Darmawan, S. (2021). JURNAL E-KOMUNIKASI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS KRISTEN PETRA, SURABAYA Strategi Komunikasi Amerta Land Dalam Mengimplementasikan Program “Member Get Member.” *Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra, Surabaya*.

## LAMPIRAN

