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.

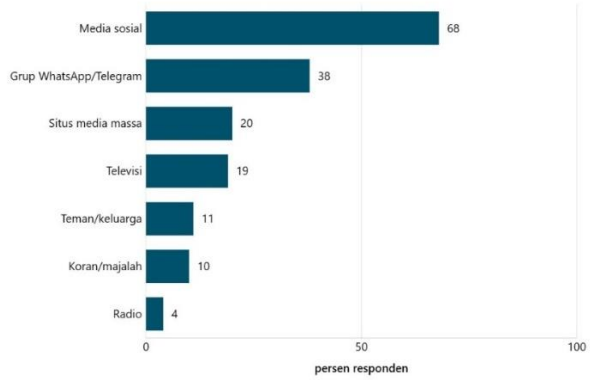
Hoaks pada umumnya diartikan sebagai sebuah informasi yang belum pasti faktanya, karena pengertian informasi itu adalah kumpulan dari beberapa data yang bersifat fakta (Rahmadhany et al., 2021). Pengguna media sosial tentu harus bijak dalam bermedia. Adanya berita palsu dapat membahayakan diri sendiri maupun orang lain. Terdapat berbagai media

sosial sebagai saluran komunikasi dan bertukar informasi. Salah satu dengan keberadaan whatshapp menjadi salah satu kebutuhan pokok masyarakat (Sahidillah et al., 2019). Whatshapp menyediakan fitur yang sederhana bagi penggunanya sehingga para pengguna dapat menggunakannya dengan mudah.

WhatsApp adalah *platform* pesan instan yang sangat populer. Dari segi fungsinya, WhatsApp memiliki kemiripan dengan aplikasi SMS yang umumnya digunakan pada ponsel generasi sebelumnya (MuttaqinTaqlisul et al., 2021). 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. Berikut survei menurut databoks platform penyebaran hoaks.

Gambar 1.1 Hasil Survei *Platform* Penyebaran Hoaks



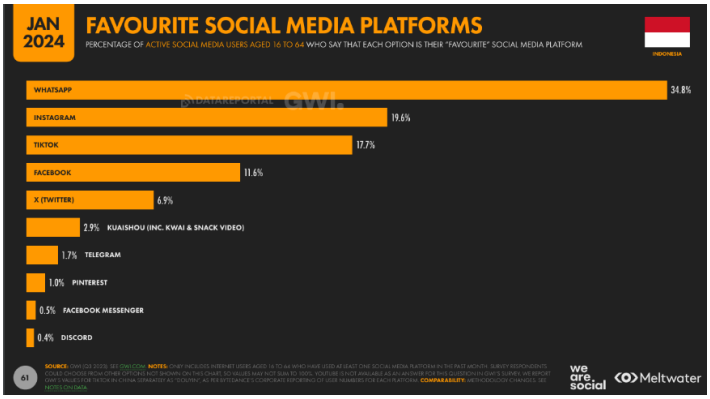
Sumber : https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/13/survei-ipsos-media-sosial-jadi-sumber-informasi-dengan-hoaks-terbanyak (Diakses pada 29 April 2024)

Berdasarkan gambar di atas, media sosial menjadi salah satu sumber informasi yang paling banyak mengandung hoaks yakni di angka 68% (Muhamad, 2023) .Salah satu faktor yang menyebabkan hal itu terjadi yakni media sosiap 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.

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 1.2 Persentase Penggunaan *Platform* Media Sosial



Sumber : https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia

(Diakses pada 25 April 2024)

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.

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 Whatshapp di Indoensia 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 Whatshapp di Indoensia merupakan aplikasi paling popular 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 whatshapp, 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 efisian dan praktis ketika menggunakan Whatshapp 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). Mudahnya 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 whatshapp.

Masyarakat Jawa Tengah khususnya Desa Keji, Dusun Wonoboyo, Kabupaten Magelang menerima berita hoaks karena kurangnya literasi digital. 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). Semua manusia dituntut untuk melek akan teknologi digital agar tidak gagap teknologi (gaptek). 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 keamanaan *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.

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. Pemerintah Desa Keji menekankan kepada organisasi di dusun untuk membantu mengatasi berita hoaks yang dapat meresahkan warga. Masyarakat Desa Keji saling kerjasama untuk menyadarkan antar warga pentingnya memeriksa informasi baru sebelum menyebarkan.

Berita hoaks di Desa Keji pada bulan Juni 2019, muncul informasi yang tidak benar mengenai kejahatan jalanan. Informasi ini menyebar melalui cerita dan grup WhatsApp yang mengklaim bahwa sekitar 60 rombongan sepeda motor membawa senjata tajam 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.

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 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. Seseorang 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. Upaya untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memahami dan menggunakan media secara cerdas merupakan tugas dan kewajiban pemerintah, serta masyarakat berhak untuk menerima tentang pengetahuan literasi media sebagai bentuk perlindungan terhadap pengaruh buruk media yang semakin maju. Maka pemerintah Desa Keji lebih menekankan untuk upaya mengatasi hoaks perlu adanya strategi yang harus dilakukan. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti ingin melakukan penelitian tentang "Strategi Komunikasi Desa Keji dalam Mengatasi Berita Hoaks di Media Sosial".

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

1. Manfaat Teoritis

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

b. Penelitian ini dapat membuka peluang bagi penelitian lanjutan untuk melakukan penelitian lebih dalam mengenai strategi komunikasi masyarakat dan hoaks.

2. Manfaat Praktis

a. Penelitian ini dapat mengembangkan konsep-konsep dan model-model strategis dalam komunikasi publik yang dapat digunakan oleh pemerintah desa untuk meningkatkan ketahanan masyarakat terhadap informasi hoaks.

b. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan khususnya bagi masyarakat maupun instansi-instansi agar dapat menjadi

pedoman bagi pembaca tentang strategi komunikasi dalam mengatasi berita hoaks di media sosial.

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 mengenai Penelitian tentang Strategi Komunikasi dalam mengatasi hoaks belum banyak ditemukan, tetapi ada beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, diantaranya:

Tabel 1.1 Penelitian sebelumnya

Nama Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
(Febriyani & Kaloka, 2022)	Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Batang dalam Menangkal Hoaks	Menggunakan strategi komunikasi proaktif dan reaktif dalam menangkal hoaks.	Komunikasi massa dalam penyebaran berita	Subjek Penelitian, Waktu Penelitian, Tempat Penelitian
(ASRANDA, 2022)	Strategi komunikasi pemerintahan desa kuala tolam dalam penanggulangan berita hoax di media sosial	Strategi Komunikasi yaitu berdasarkan Indikator mengenal khalayak, menyusun pesan, menentukan metode, dan penggunaan media	Membahas strategi komunikasi dalam pencegahan berita hoaks di lingkup desa	Subjek Penelitian, Waktu Penelitian, Tempat Penelitian
(Asse Nino, 2021)	Analisis pemberitaan hoax pada media sosial di tengah pandemi covid-19 (Studi Kasus di Kota Parepare)	Strategi yang dilakukan oleh media diantaranya; Melakukan filtrasi, melakukan trckking berita, uji kompetensi serta merumuskan judul yang menarik.	Membahas mengenai strategi komunikasi media sosial dalam meminimalisir penyebaran berita hoaks	Subjek Penelitian, Waktu Penelitian, Tempat Penelitian

Sumber : Olahan Peneliti

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:

a. *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.

b. *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.

c. *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) Mengenal 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 probadi 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) Peranan 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. 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:

a. Komunikasi massa berlangsung dalam satu arah, di mana pesan disampaikan oleh komunikator kepada audiens tanpa adanya tanggapan langsung dari audiens.
b. Komunikator dalam komunikasi massa memiliki posisi dan kelembagaan yang kuat, seperti media perusahaan atau organisasi media yang mengatur dan mengendalikan aliran informasi.
c. Pesan dalam komunikasi massa bersifat umum, ditujukan untuk mencapai banyak orang dengan latar belakang dan kepentingan yang berbeda.
d. Media komunikasi massa cenderung menciptakan keseragaman dalam persepsi dan pemahaman, karena banyak orang menerima pesan yang serupa melalui media yang sama.
e. 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:

a. Desentralisasi pengadaan dan pemilihan berita, di mana tidak hanya pemasok komunikasi yang memiliki kontrol penuh.
b. Kemampuan pengiriman yang tinggi melalui kabel dan satelit, sehingga dapat mengatasi hambatan komunikasi yang disebabkan oleh pemancar siaran lainnya.
c. Adanya komunikasi timbal balik (interaktif), di mana penerima dapat memilih, memberi respons, menukar informasi, dan terhubung langsung dengan penerima lainnya.
d. 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.

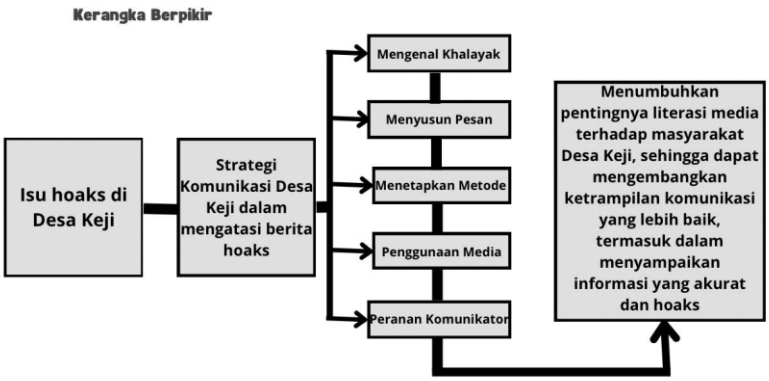
Merebaknya media sosial di era saat ini, berdampak pada kemudahan seseorang dalam mendapatkan dan menyebarkan informasi dengan cepat dan biaya yang rendah (Simarmata et al., n.d.:50). Hal ini karena salah satu tujuan utama media sosial adalah untuk mempermudah aktivitas sehari-hari manusia. Namun, isu 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

memperkukuh 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 1.3 Bagian Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Peneliti

I. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan harapan untuk mendapatkan deskripsi yang jelas tentang data serta informasi yang dibutuhkan agar tetap faktual, sesuai

dengan fakta yang ada, bukan rekaan semata. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan penelitian kualitatif karena pendekatan ini diharapkan mampu menghasilkan suatu uraian mendalam mengenai perilaku, sikap, opini, tanggapan serta dapat menggambarkan permasalahan yang sedang diteliti dengan cermat, yaitu menggambarkan suatu strategi Komunikasi Desa Keji dalam Mengatasi Hoaks di Media Sosial. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan terjun langsung mengamati dan menganalisis fenomena yang terjadi.

Jenis penelitian kualitatif deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk meneliti bagaimana strategi komunikasi pemerintah Desa Keji dalam Mengatasi Berita Hoaks. Pada penelitian deskriptif kualitatif tidak menjelaskan hubungan, tidak mengkaji hipotesis atau membuat prediksi dalam hasil penelitiannya, karena dalam proses penelitian lebih mengfokuskan pada strategi komunikasi yang dilakukan pemerintah Desa Keji dalam Mengatasi Berita Hoaks di Media Sosial.

2. Subjek dan Objek (Lokasi) Penelitian

a. Subjek

Subjek penelitian pada umumnya dipilih berdasarkan tujuan penelitian, pertanyaan penelitian, atau

populasi yang relevan dengan topik penelitian yang sedang dilakukan. Subjek penelitian ialah Perangkat Desa Keji dan Masyarakat**.**

b. Objek

Sementara objek dalam konteks penelitian merujuk pada hal yang menjadi fokus oleh peneliti. Objek penelitian ini adalah Pemerintahan Desa Keji, Kec. Muntilan, Kab. Magelang, Provinsi Jawa Tengah yang berkenaan dengan perspektif dan strategi komunikasi.

3. Waktu Penelitian

Durasi Penelitian dimulai dari Bulan Januari 2024 hingga selesai, yaitu selama 5 Bulan Penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dalam penelitian yang melibatkan pengamatan langsung terhadap objek penelitian untuk melihat dari dekat bagaimana respon masyarakat Desa Keji ketika mendapat berita yang belum tentu valid. Melakukan pengamatan secara langsung di lingkungan masyarakat desa Keji mengenai bagaimana reaksi ketika berita hoaks kejahatan jalan menjadi viral. Dengan melihat sikap keresahan warga ketika menerima berita hoaks kejahatan jalan.

Mengamati interaksi dan perilaku warga terkait penyebaran berita hoaks. Peneliti mengamati masyarakat di Dusun Ngaglik, Jomboran, Wonoboyo, dan Mediyunan. Peneliti melakukan pengamatan dengan Observasi Tak Berstruktur bahwa peneliti dalam pengumpulan data dilakukan dengan cara pencatatan, perekaman, atau dokumentasi secara apa adanya. Fokus observasi akan berkembang selama kegiatan observasi berlangsung (Sugiyono, 2017:228). Oleh karena itu peneliti dapat melakukan pengamatan bebas dengan mencatat apa yang tertarik, melakukan analisis, dan dibuat kesimpulan.

b. Wawancara

Peneliti memilih metode wawancara karena metode ini memungkinkan mereka untuk memperoleh informasi yang valid dan langsung dari sumber utamanya. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data ketika peneliti ingin melakukan studi untuk menemukan permasalahan yang perlu diteliti dan peneliti mengetahui informasi secara mendalam dari informan (Sugiyono, 2017:231). Untuk mendapatkan informasi yang mendalam, wawancara dilakukan oleh peneliti untuk menggali pemahaman tentang hoaks termasuk strategi mengatasi hoaks di Desa Keji, perspektif, dan pengalaman warga Desa Keji secara lebih

mendalam. Pertanyaan-pertanyaan terbuka dapat memicu responden untuk memberikan penjelasan yang lebih rinci.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara semi terstruktur. Dimana pendekatan ini, peneliti menggunakan instrumen penelitian sebagai panduan wawancara, tetapi juga memiliki fleksibilitas untuk menambahkan pertanyaan-pertanyaan tambahan. Hal ini bertujuan agar peneliti dapat menggali jawaban-jawaban yang lebih mendalam dari partisipan selama proses wawancara berlangsung. Peneliti menekankan pada strategi komunikasi Desa Keji dalam mengatasi hoaks dan pengalaman masyarakat menerima hoaks.

Peneliti menentukan informan yang akan diwawancara dengan penentuan kriteria. Purposive sampling memberikan fleksibilitas bagi peneliti dalam memilih sampel yang dianggap paling sesuai untuk menjawab pertanyaan penelitian. Penggunaan teknik sampling nonprobabilitas merupakan pendekatan yang umum digunakan dalam penelitian kualitatif untuk menemukan informan yang relevan (Mulyana, 2021:233).Tujuan utama dari purposive sampling adalah untuk mendapatkan sampel yang mampu memberikan informasi mendalam dan rinci

sesuai dengan tujuan penelitian. Peneliti menentukan kriteria informan yakni:

1) Usia produktif (15-64 tahun)
2) Pejabat Desa Keji
3) Penduduk asli desa Keji
4) Pengguna media sosial
5) Masyarakat yang pernah menerima berita hoaks

Wawancara dilakukan secara langsung oleh peneliti dengan Perangkat Desa Keji. Hal ini dikarenakan Kepala Desa dan Staff Desa Keji memiliki tanggung jawab terhadap masyarakat desa dan penyebaran berita di kalangan masyarakat desa tersebut. Selain itu, peneliti juga mewawancarai salah satu Kepala Dusun di Desa Keji, tokoh masyarakat, serta anggota masyarakat yang menerima berita hoaks. Selama proses wawancara berlangsung, percakapan dengan narasumber direkam menggunakan alat perekam suara.

c. Dokumentasi

Melalui teknik dokumentasi, peneliti dapat memperoleh informasi-informasi penting yang tercatat dalam berbagai bentuk dokumen, sebagai data pendukung atau data tambahan bagi penelitian yang dilakukan. Dokumentasi dalam penelitian ini diperoleh dari

dokumentasi kebijakan dan regulasi dengan mengidentifikasi upaya-upaya yang telah dilakukan oleh pihak berwenang yaitu Desa Keji. Peneliti melakukan analisis dokumentasi media sosial yaitu mengumpulkan dan menganalisis berita, memetakan topik, frekuensi, dan kecenderungan pemberitaan terkait berita hoaks.

Peneliti menganalisis karakteristik, dampak, dan upaya penanganan yang telah dilakukan pemerintah Desa Keji. Terkait dokumentasi karakteristik demografis, peneliti mengumpulkan data berupa data statistik kependudukan, ekonomi, sejarah dan profil pemerintah Desa Keji.

5. Sumber Data

Pelaksanaan penelitian ini mencakup studi tentang Strategi Komunikasi untuk menangani berita bohong (hoaks) di media sosial. Sumber data yang digunakan dalam penelitian kualitatif terdiri dari dua jenis data, yaitu:

a. Data primer

Data primer adalah jenis data utama atau data asli yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber pertama untuk keperluan penelitian ini. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dan observasi langsung terhadap narasumber. Selain itu, peneliti juga dapat memilih informan yang memenuhi kriteria tertentu dan dianggap

mampu memberikan informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, informan yang terpilih adalah:

1) Kepala Desa Keji yaitu Siti Rahayuningsih
2) Staf Desa Keji yaitu Supriyono
3) Kepala Dusun yaitu Heru
4) Tokoh masyarakat yaitu Muh Kodir
5) Masyarakat Desa Keji yaitu Akmal

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah jenis data pendukung atau tambahan yang diperoleh peneliti dari sumber-sumber tidak langsung, seperti dokumen, literatur, atau sumber lain yang terkait dengan topik penelitian, untuk melengkapi data primer. Dalam penelitian ini, sumber data yang diperoleh berupa arsip atau dokumen yang menjadi bukti adanya informasi tertentu. Smber data sekunder yang diperoleh dari penelitian ini meliputi:

1) Sejarah Desa Keji
2) Profil Desa Keji

6. Teknis Analisis Data

Analisis data kualitatif dilaksanakan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus hingga data yang diperoleh dirasa jenuh. Proses analisis data tersebut mencakup empat tahapan, yaitu

tahap pengumpulan data, tahap reduksi data, tahap penyaj ian data, dan pena rikan kesimpulan (Miles dalam Sugiyono, 2017). Adapun empat tahap dalam analisis data yaitu sebagai berikut:

a. Pengumpulan Data

Analisis data dilakukan selama dan setelah proses pengumpulan data. Data diperoleh dari observasi, wawancara, dan studi kepustakaan terkait strategi komunikasi Desa Keji. Pengumpulan data dilakukan dalam bentuk catatan deskriptif berupa apa yang dilihat, didengar, dirasakan, dan dialami, tanpa adanya pendapat atau tafsiran peneliti. Maka, proses analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara bertahap, dengan memanfaatkan berbagai sumber data yang dikumpulkan dalam bentuk catatan deskriptif yang objektif.

b. Reduksi Data

Reduksi data merupakan suatu langkah yang dilakukan untuk memilih, memfokuskan, menyederhanakan, dan mentransformasi data mentah yang diperoleh dari catatan-catatan di lapangan. Proses reduksi data dapat diartikan sebagai kegiatan merangkum dan memilih hal-hal pokok atau fokus pada hal-hal penting dari keseluruhan data yang terkumpul.

Dalam penelitian ini, data mengenai strategi komunikasi masyarakat Desa Keji yang diperoleh melalui observasi dan wawancara masih belum sistematis dan perlu dirapikan. Oleh karena itu, peneliti melakukan penyederhanaan data dengan memilih data yang relevan, memfokuskan pada data yang penting, serta mengarahkan pada pemecahan masalah penelitian dan menjawab pertanyaan penelitian. Proses reduksi data berlangsung secara terus-menerus selama penelitian berlangsung, hingga laporan akhir disusun secara lengkap. Dengan dilakukannya reduksi data, diharapkan gambaran yang lebih jelas dapat diperoleh, serta memudahkan peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencari tambahan data jika diperlukan.

c. Penyajian Data

Penyajian data merupakan upaya untuk menyusun sekumpulan informasi yang diperoleh dalam penelitian ke dalam suatu bentuk yang terorganisir dan padu. Dalam penelitian ini, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat. Jika tidak dilakukan penyajian data, banyaknya data yang diperoleh akan menyulitkan peneliti untuk melihat gambaran hasil penelitian secara keseluruhan dan menarik kesimpulan. Hal ini karena hasil penelitian masih berupa

data-data yang berdiri sendiri tanpa adanya pengorganisasian. Penyajian data yang baik diharapkan dapat memudahkan pemahaman tentang apa yang terjadi dalam penelitian, serta membantu peneliti untuk merencanakan tahap selanjutnya dalam proses penelitian. Dalam penelitian ini, penyajian data dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif, di mana data disajikan apa adanya tanpa ada perubahan dari hasil penelitian yang diperoleh. Penyajian data deskriptif ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas yang dibuat apa adanya tanpa mengubah hasil penelitian yang diperoleh.

b. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan tahap terakhir dalam proses analisis data penelitian. Pada tahap ini, peneliti berupaya untuk mencari makna di balik data yang telah diperoleh selama proses penelitian. Selain itu, peneliti juga melakukan analisis data dan menarik kesimpulan dari temuan-temuan yang ada. Dalam tahap penarikan kesimpulan, dibutuhkan kecermatan dan ketelitian yang tinggi dari peneliti. Hal ini karena proses menyimpulkan atau menafsirkan data memerlukan pemahaman yang mendalam agar dapat menghasilkan kesimpulan yang akurat. Penarikan kesimpulan sendiri merupakan upaya untuk mencari atau

memahami makna, pola, keteraturan, dan hubungan sebab-akibat dari data yang telah diperoleh. Setelah menarik kesimpulan, peneliti perlu melakukan verifikasi dengan cara memeriksa kembali catatan lapangan dan diskusikan temuan tersebut dengan pihak lain. Proses verifikasi ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih kuat dan valid terhadap kesimpulan yang telah ditarik. Cara lain yang dapat dilakukan adalah dengan mendiskusikan temuan dan interpretasi data dengan rekan-rekan peneliti atau pihak-pihak terkait. Diskusi ini dilakukan agar kesimpulan yang ditarik memiliki validasi yang kuat dan kokoh.

7. Teknik Validasi Data

Teknik triangulasi dalam pengumpulan data merupakan metode yang menggabungkan teknik pengumpulan data dan sumber data yang sudah ada. Pada dasarnya, triangulasi adalah teknik untuk memeriksa dan menguji data dengan cara membandingkannya dengan data atau sumber lain. Teknik triangulasi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi sumber. Triangulasi dengan sumber dapat ditempuh dengan jalan sebagai berikut:

a. Membandingkan data observasi dengan hasil wawancara.
b. Membandingkan apa yang dikatakan sewaktu diteliti dengan sepanjang waktu.

c. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah teknik pengumpulan data dengan mendapatkan informasi tertentu menggunakan teknik yang sama, namun dengan narasumber yang berbeda (Sugiyono, 2017:274). Penelitian ini termasuk ke dalam triangulasi sumber karena peneliti menggunakan narasumber yang berbeda-beda. Dengan demikian, peneliti tidak akan kesulitan dalam mencari informasi, karena triangulasi sumber memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data dari beragam narasumber.

Triangulasi sumber data dilakukan dengan cara mengecek ulang atau membandingkan hasil data yang diperoleh melalui berbagai metode, seperti observasi, wawancara, arsip, dan dokumentasi. Tujuannya adalah untuk menggali kebenaran informasi dan memastikan validitas data yang dikumpulkan. Melalui proses triangulasi sumber data, peneliti dapat memperoleh data yang lebih komprehensif, akurat, dan dapat dipercaya. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan gambaran yang lebih utuh dan menyeluruh mengenai fenomena yang sedang diteliti.