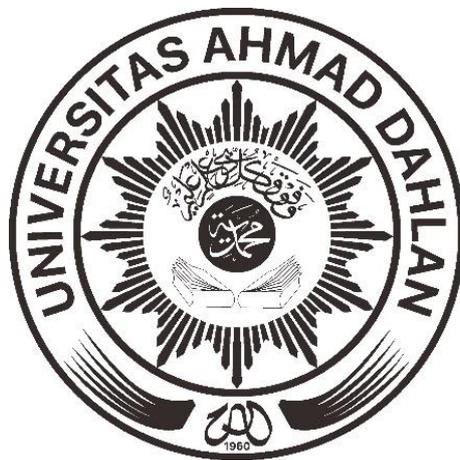


**STRATEGI KOMUNIKASI DESA KEJI DALAM MENGATASI BERITA HOAKS DI
MEDIA SOSIAL**

NASKAH PUBLIKASI

Diajukan Pada Program Studi 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, DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN

2024

STRATEGI KOMUNIKASI DESA KEJI DALAM MENGATASI BERITA HOAKS DI MEDIA SOSIAL

Yadira Agustina, Vani Dias Adiprabowo, S.Sn., M.Sn.

Universitas Ahmad Dahlan

Jl. Ringroad Selatan, Kragilan, Kec. Banguntapan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta

Email: yadira2000030047@webmail.com

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, mengandalkan organisasi dusun untuk membantu dalam mengatasi hoaks. 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 bekerjasama dengan pemerintah kabupaten dan kepolisian untuk mendukung adanya upaya pencegahan hoaks. Peran pemerintah Desa Keji dalam mengatasi hoaks dengan bekerja sama bersama kelembagaan maupun organisasi dusun berhasil dilakukan. Perilaku dan Tindakan masyarakat berubah sesuai dengan tujuan komunikasi.

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 spread, relying on hamlet organizations to assist in overcoming hoaxes. Determining prevention methods, such as regular meetings and disseminating anti-hoax messages through institutions. Selection of media, such as direct meetings and the use of WhatsApp social media. Keji village government cooperates with the district government and the police to support hoax prevention efforts. The role of the village government

Keywords: *Hoax, Communication, Strategy*

A. PENDAHULUAN

Internet memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kehidupan kita. 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).

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. Banyaknya pengguna internet aktif yang bahkan bisa disebut sebagai penggemar media sosial di Indonesia memberikan kemudahan bagi para penyebar hoaks untuk melancarkan tindakan mereka (Amanda, 2024). Apalagi tersedia berbagai platform media sosial yang mudah digunakan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari, salah satunya media sosial Whatsapp.

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. 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). Terlebih jumlah pengguna Whatsapp di Indonesia banyak 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 sehari 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.

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”. 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 sebarakan oleh seseorang tidak bertanggung jawab dengan sengaja merekayasa suatu kejadian.

Berkaitan dengan berita bohong yang menimpa masyarakat Kabupaten Magelang khususnya Desa Keji salah satunya adalah berita seorang tukang galon yang menjadi korban kejahatan dengan gambar kepala yang bersimbah darah. 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. Kejadian pembacokan tersebut telah menjadi keresahan masyarakat di Magelang, terutama di Desa Keji. Akibatnya, berita hoaks seputar kejadian (klitih) menyebar melalui pesan WhatsApp dalam bentuk gambar maupun video yang direkayasa. 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. Namun, menurut klarifikasi yang diberikan oleh pihak Kasat Reskrim Polres Magelang Kota, informasi tentang kejadian tersebut ternyata tidak benar dan merupakan hoaks. Akhirnya, pria tersebut mengakui bahwa dia sengaja melakukan perbuatan tersebut dan meminta maaf atas penyebaran informasi palsu tersebut.

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 kemampuan yang dibutuhkan setiap orang di era modern untuk menyaring berbagai informasi secara cermat. Saat ini, masih banyak masyarakat yang belum mampu membedakan informasi akurat dan tidak akurat. Hal ini terjadi karena meluasnya penyebaran informasi yang tidak benar, yang sering disebut hoaks. Literasi digital mencakup pemahaman tentang keamanan online, kesadaran akan dampak sosial, serta etika dalam penggunaan teknologi digital. Masyarakat harus siap menghadapi perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang terus terjadi. Salah satu

faktor yang menyebabkan masyarakat Desa Keji mudah terpengaruh dan percaya pada berita yang belum tentu kebenarannya adalah kurangnya literasi digital. Oleh karena itu, pemerintah Desa Keji harus berperan aktif dalam menyikapi masyarakat yang kurang memiliki literasi digital dalam menerima informasi. Upaya meningkatkan literasi media bagi masyarakat merupakan tugas dan tanggung jawab pemerintah, serta hak rakyat untuk menerima program-program literasi media guna mencegah dampak negatif di era digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti “Strategi Komunikasi Desa Keji Dalam Mengatasi Berita Hoaks Di Media Sosial”.

B. KERANGKA TEORI

Strategi Komunikasi

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 (Arifin, 1984):

a. Mengenal khalayak

Langkah awal yang penting adalah untuk memahami audiens sebagai upaya menciptakan komunikasi yang efektif. Komunikator dan audiens memiliki kepentingan yang sama dalam proses komunikasi. Pada dasarnya, manusia melakukan komunikasi untuk memenuhi berbagai kebutuhan sosial dan personal.

b. 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.

c. 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.

d. 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.

e. 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.

C. METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bersifat interpretif, menggunakan penafsiran, dan melibatkan beragam metode dalam mengkaji masalah penelitiannya (Mulyana, 2021). Metode ini sering melibatkan pengumpulan data melalui 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. Subjek penelitian ini adalah kepala Desa Keji, salah satu kepala dusun, tokoh masyarakat, dan masyarakat Desa Keji. Objek dalam penelitian ini adalah Pemerintah Desa Keji, Kecamatan Muntilan, Kabupaten Magelang, Provinsi Jawa Tengah, yang berkaitan dengan strategi komunikasi.

Teknik pengumpulan data menggunakan Wawancara semistruktur. Wawancara merupakan 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. Menggunakan pendekatan wawancara semistruktur, di mana peneliti mempersiapkan beberapa pertanyaan terstruktur tetapi juga memberikan kebebasan kepada responden untuk memberikan tanggapan yang lebih luas dan mendalam. Teknik analisis data penelitian kualitatif yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan keterangan yang diperoleh dari hasil wawancara dengan narasumber, strategi komunikasi yang digunakan didasarkan pada teori Strategi Komunikasi menurut Drs. Anwar Arifin. Teori tersebut membagi strategi komunikasi dalam lima aspek, yaitu mengenal khalayak, menyusun pesan, penetapan metode, pemilihan media, dan peranan komunikator, dengan mempertimbangkan aspek-aspek tersebut.

1. Mengetahui Khalayak

Mengetahui khalayak 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 mengetahui 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. Pihak pemerintah Desa Keji mengetahui khalayak dengan melakukan sosialisasi melalui kelembagaan dan ditujukan kepada warga. 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 kepadaarganya.” (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 kepadaarganya terkait penanggulangan berita hoaks di media sosial maupun secara langsung.

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 penanggulangan berita hoaks di media sosial yakni meningkatkan kesadaran warga. Melalui kepala dusun, pesan-pesan tentang penanggulangan 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.

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.

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. 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. 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 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 himbuan 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 penanggulangan 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)

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 dalam tentang berita hoaks dengan menggunakan saluran media sosial whatsapp.

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. 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)

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)

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 (Arifin, 1984:78). Bahwa pemilihan media yang tepat memungkinkan pesan disampaikan kepada audiens yang diinginkan. Pemerintah Desa Keji dalam pemilihan media yang digunakan, sementara masih menggunakan media sosial whatsapp. Melakukan sosialisasi kepada beberapa lembaga dengan harapan suatu lembaga tersebut meneruskan pesan kepada warganya masing- masing baik secara langsung maupaun melalui saluran media sosial.

5. Peranan Komunikator

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.

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 kejelasannya, 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)

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 penanggulangan 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. 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*).

E. KESIMPULAN DAN SARAN

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 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. Himbauan 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, himbauan tentang berita hoaks disampaikan melalui grup 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.

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 poster menarik. 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.

DAFTAR PUSTAKA

- 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>
- Arifin, A. (1984). *Strategi Komunikasi*. CV. ARMICO Bandung.
- 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. (2019). *HOAX!!! Rombongan 60 Motor Bersajam Menuju Muntilan Semalam*. Borobudurnews.Com. <https://borobudurnews.com/hoax-rombongan-60-motor-bersajam-menuju-muntilan-semalam/>
- Bustomi, A. R., & Yuliana, N. (2023). Peran Aplikasi Whatsapp Dalam Dinamika Ilmu Komunikasi. *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 2(4), 2023–2054.
- 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
- 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.
- Mulyana, D. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT.REMAJA ROSDAKARYA.
- 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>
- 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>

