

**STRATEGI KOMUNIKASI
DALAM MENANGGULANGI PENYEBARAN BERITA HOAKS
DI MEDIA SOSIAL**
(Studi Kasus Diskominfoantik Kalimantan Tengah)

Siti Johara¹, Desi Erawati², Heri Setiawan³
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya^{1,2,3}
sitijohara21@gmail.com¹, erawati1377@gmail.com²,
heri.setiawan@iain-palangkaraya.ac.id³

Received: 2023-11-20; Accepted: 2023-11-27; Published: 2023-12-30

Abstrak : The world is currently experiencing a significant cultural shift and is having an impact on advances in technology and information, including social media which is the main tool for spreading hoax information. The aim of this research is to determine Central Kalimantan Diskominfoantik's strategy in dealing with the spread of hoax news on social media. Using qualitative descriptive research methods and David K. Berlo's SMCR communication theory model: source, message, media channels and recipients. Based on research results, communication strategies in dealing with hoax news on social media are quite effective. Look for sources and collect information first from relevant agencies or institutions. Messages written in the news will immediately be asked whether someone has made a statement or not, that's the filter. After receiving verification or validation that the news is fact or a hoax, the news will be released with a hoax label on official news sites and social media channels. Communication strategies to increase public awareness include appeals, media literacy education seminars, outreach to all stakeholders.

Keywords : Communication Strategy, Dissemination of Hoax News, Social Media

Copyright © 2023, Author.
This is an open-access article under the CC BY-NC-SA 4.0



DOI: <https://doi.org/10.47453/>

Pendahuluan

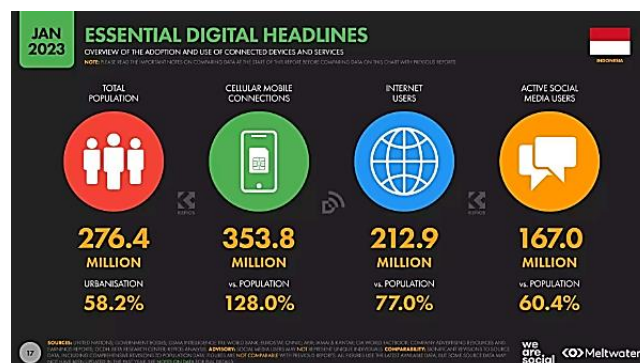
Kehidupan sehari-hari dalam penggunaan media internet dirasakan sebagai sebuah kebutuhan. Penggunaannya pun berasal dari semua lapisan masyarakat, tanpa memandang usia ataupun latar belakang sosial yang berbeda (Ayu & Devi, 2019). Penggunaan media internet dapat memberikan dampak positif maupun negatif. Perkembangan ekonomi dan sosial budaya juga dipengaruhi oleh kemajuan teknologi informasi. Indonesia salah satu negara berkembang mengalami kemajuan dalam teknologi informasi terutama dalam penyebaran informasi melalui media sosial (Fahreza Sunni dkk., 2023).

Pada era modern ini banyak akun pengguna media sosial yang tidak bertanggungjawab untuk menyebarkan informasi bohong (*hoax*) untuk kepentingannya sendiri (Askolani & Al'Munawar, 2020). Sebagai pihak penyebar informasi, tidak terlebih dahulu memverifikasi keaslian informasi atau berita yang disebarluaskan dari sumber berita yang diperoleh. Transformasi fungsi media sosial dapat membuat yang semula menguntungkan banyak pihak menjadi tidak menguntungkan dan tempat penyebaran berita hoaks (Baidawi, 2021).

Permasalahan yang kita hadapi adalah dengan derasnya arus media informasi, masyarakat bingung dengan informasi yang diperolehnya, tidak mampu menata, memilih dan memanfaatkannya (Defhany & Edlina, 2022). Selain itu, berkembangnya kemajuan teknologi informasi dan kurang minat baca dari masyarakat, tidak menelaah keaslian dan kebenaran suatu berita, masyarakat dengan sangat cepat dalam menyimpulkan suatu peristiwa yang terjadi dengan mudahnya menyebarkan informasi hoaks secara masif (Ronaning Roem, 2022).

Ciri informasi hoaks terlihat dari judul yang sensasional dan provokatif, membuat orang yang membaca langsung terpancing emosi atau berpikir negatif (Arifin & Fuad, 2020). Pemikiran yang negatif adalah bentuk fitnah sangat berbahaya di era modern ini dapat menyerang, menakut-nakuti, mengancam, merugikan, mencemarkan reputasi dan menimbulkan kerugian materi (Alfi dkk., 2021).

Gambar 1. Data (Tren) Pemakai Internet dan Media Sosial di Indonesia



(Hootsuite: Indonesia Digital Report 2023)

We are social melaporkan bahwa, negara Indonesia pada bulan Januari 2023 sekitar 212,9 juta, dalam pengguna internet naik dari tahun 2022. Pada tahun 2022 pengguna internet berkisar 202 juta. Artinya, naik sekitar 5% atau 10 juta dari tahun sebelumnya (2022). Pada data yang sama total populasi mencapai sekitar 276,4 juta jiwa pada Januari tahun 2023, naik 1,8 juta dari total populasi tahun 2022. Dengan kata lain 77% orang Indonesia saat ini terhubung internet, sementara 32% atau 63,5 juta orang masih belum terhubung internet.

Selain itu, sekitar 98,3 % pengguna internet di Indonesia yang mengakses menggunakan telepon seluler. Selama 7 jam 42 menit perhari pengguna yang mengakses internet. Walaupun, penetrasi belum 100% akan tetapi dari data yang sama sekitar 128% dari total populasi jumlah SIM Card aktif lebih banyak berjumlah 353,8 juta SIM Card. Maksudnya dalam satu ponsel menggunakan dua SIM Card dengan satu orang pengguna pada tahun 2023. Indonesia yang memiliki akun media sosial aktif sekitar 60,4% atau 167 juta dari total populasi (Riyanto Andi Dwi, 2023).

Gambar 2. Temuan Isu Hoaks Periode Agustus 2018 - 31 Mei 2023



Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kominfo) menemukan isu hoaks sejak periode Agustus 2018 – Mei 2023 dengan total ke seluruhan 11.642 konten dengan menggunakan mesin pengais negatif (AIS) milik Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika (DITJEN APTIKA) Kementerian Kominfo yang sudah diidentifikasi, verifikasi dan validasi. Kategori isu hoaks untuk urutan pertama paling banyak mengenai kesehatan sekitar 2.287 isu hoaks. Kedua, pemerintahan sekitar 2.111 isu hoaks. Ketiga, penipuan sekitar 1.938 isu hoaks. Ke empat, politik sekitar 1.373 isu hoaks dan masih banyak lagi.

Gambar 3. Isu Hoaks Per Kategori



Sejak Januari sampai dengan Mei 2023 total isu hoaks mengenai disinformasi dan misinformasi naik dari tahun sebelumnya (2022). Pada Januari 2018 Kementerian Kominfo membentuk Tim AIS untuk pengais, identifikasi, verifikasi dan validasi ke semua konten seperti hoaks, pornografi, perjudian, radikalisme dan konten negatif lainnya yang beredar di *cyberspace* Indonesia. Untuk saat ini mesin AIS berkerja selama 24 jam dalam 7 hari tanpa berhenti dan didukung oleh 100 personil dari Tim AIS (Siaran Pers, 2023).

Berbicara tentang meningkatnya isu hoaks, tentunya berdampak juga disejumlah daerah Indonesia, salah satunya adalah di Provinsi Kalimantan Tengah mengenai pemberitaan hoaks juga menjadi masalah. Beredar postingan pada bulan Mei 2023 di facebook berjudul "Humas Polda Kalteng Kota Palangka Raya Mendapatkan Laporan dari 2 Mahasiswa Menjadi Korban diTipu Lowongan Kerja Hoaks Starbucks" (Humas.polri.go.id, 2023). Lanjut bulan Juli 2023 beredar postingan di whatsapp yang mengaku sebagai Pejabat Pemerintah Prov. Kalteng berjudul "Menggunakan Akun Whatsapp Palsu Dengan Mengatasnamakan Kepala Dinas Perhubungan Prov. Kalimantan Tengah, Yulindra" (Diskominfosantikalteng, 2023).

Pemerintah Provinsi Kalimantan Tengah mengeluarkan Peraturan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) Nomor 19 Tahun 2016 atas perubahan undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 pasal 28 ayat (1) dan (2) sanksi pidana pasal 45A ayat (1) dan (2) sebagai akibat dari berita bohong. Pasal 28 ayat (1) "Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong untuk menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE)".

Ayat (2) "Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA)". Sanksi Pasal 45A ayat (1) dan (2) dipidana dengan penjara paling lama 6 tahun dan denda paling banyak Rp 1 miliar" (Jdih.kominfo.go.id, 2016). Peraturan Gubernur Kalimantan Tengah Nomor 37 Tahun 2022 mengenai kedudukan, susunan, organisasi, tugas, fungsi, dan tata kerja perangkat daerah. Pemerintah memberikan wewenang ke Diskominfosantik Kalimantan Tengah dalam menanggulangi berita hoaks. Diskominfosantik bertanggung jawab untuk mengelola aplikasi informatika, informasi, dan komunikasi publik. Oleh karena itu, diharapkan semua informasi yang tersebar kepada masyarakat, baik informasi akurat maupun palsu, dapat difilter dan dikonsumsi oleh masyarakat (Peraturan.bpk.go.id, 2022).

Mengenai berita hoaks sudah tertera dalam Al-Qur'an pada surat An-Nur ayat 11 dan juga surat Al-Hujurat ayat 6 tentang bagaimana cara kita menerima suatu berita. Dalam surat An-Nur ayat 11 yang artinya "Sesungguhnya orang-orang yang membawa berita bohong itu adalah dari golongan kamu juga. Janganlah kamu kira bahwa berita bohong itu buruk bagi kamu bahkan ia adalah baik bagi kamu. Tiap-tiap seseorang dari mereka mendapat balasan dari dosa yang dikerjakannya. Dan siapa di antara mereka yang mengambil bahagian yang terbesar dalam

penyiaran *berita bohong itu baginya azab yang besar*". Ayat diatas menjelaskan bahwa orang-orang yang sengaja menyebarkan berita bohong sesama manusia akan mendapatkan balasan sesuai kadar dosa yang telah diperbuatnya dan apabila orang tersebut selalu menyebarkan berita bohong maka akan mendapatkan azab yang sangat perih di akhirat kelak.

Sedangkan dalam surat Al-Hujurat ayat 6 yang artinya :

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti, agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu”.

Ayat diatas menjelaskan bahwa berkomunikasi verbal, tulisan di media sosial dan bersikap *tabayyun* dalam kehidupan sehari-hari harus diutamakan sebelum bertindak serta mengambil kesimpulan (Shihab, 2002). Kontekstualisasi kedua ayat tersebut dalam kehidupan sehari-hari mengenai fenomena hoaks yang sedang terjadi di masyarakat. Contoh studi kasus kerusuhan di Manokwari Papua Barat salah satu penyebabnya beredar konten di media sosial oleh oknum tidak bertanggungjawab memicu provokasi masyarakat Papua Barat mengenai diskriminasi (Masfufah, 2020).

Fenomena *post-truth* dijelaskan sebagai situasi kondisi yang mana fakta aktual suatu berita diganti oleh daya tarik emosi dan prasangka pribadi dalam upaya mempengaruhi opini publik. Sekarang masyarakat hanya mau mendengarkan menurut sepemikiran, menaruh kepercayaan pada suatu yang mereka anggap dapat dipercaya (Wulansari & Suhaeb, 2023). Selain itu, banyak pengguna media sosial bahkan kaum pelajar tidak bisa membedakan mana berita faktual atau hoaks. Berita hoaks kerap sangat cepat tersebarnya karena tingkat popularitas berita sangat tinggi apalagi berita tersebut sering muncul dan membuat perhatian orang banyak maka menjadi *booming* (Diego & Saju, 2022).

Penelitian sebelumnya yang dijadikan rujukan menggunakan strategi komunikasi seperti sosialisasi, seminar edukasi literasi media, program khusus untuk guna menangkal berita hoaks, *cyber crime* polri dan bekerjasama dengan *stakeholders*. Sedangkan penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya dimana lebih menekankan kepada bagaimana strategi komunikasi yang digunakan dan tata cara melaporkan konten negatif melalui *website* diskominfo.kalteng.go.id (Diskominfosantik Prov. Kalimantan Tengah), www.lapor.go.id (SP4N LAPOR!) dan <https://aduankonten.id> (Kemenkominfo RI).

Diskominfosantik dengan menggunakan via online terkait adanya potensi konten-konten negatif bisa langsung *submit* ke *website* tersebut, hal ini diperlukan adanya kesadaran dari masyarakat berperan penuh untuk melakukan sosialisasi bersama. Salah satu strategi Diskominfosantik melakukan sosialisasi dan himbauan jelang pemilu 2024, untuk menangkal hoaks. Mengajak kerjasama dan dukungan berbagai elemen masyarakat dari Kabupaten Kapuas, Kotawaringin Barat, Kotawaringin Timur, Kota Palangka Raya, Partai-Partai Peserta Pemilu dan lain-lain.

Mengingat sebentar lagi akan dilaksanakan pemilihan umum untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden, anggota DPR, DPRD (Provinsi dan Kabupaten/Kota) dan DPD secara serentak.

Metodologi Penelitian

Menurut Kim, Sefcik, dan Bradway (2017), metode kualitatif deskriptif adalah metode penelitian yang berfokus pada apa, siapa, dimana peristiwa terjadi dengan menjawab pertanyaan peneliti, serta mendapat data secara langsung dari informan tentang peristiwa yang kurang dipahami. Teknik pengumpulan data adalah observasi, wawancara dan dokumentasi (Fauzi dkk., 2022). Model penelitian menggunakan teori komunikasi SMCR dikemukakan David K. Berlo menjadi empat bagian: sumber (*source*), pesan (*massage*), saluran media (*channel*) dan penerima (*receiver*) (Muhamad & Yusuf, 2021).

Analisis data yang akan digunakan model interaktif oleh Miles dan Huberman adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Penentuan informan memakai teknik *purposive sampling* yang mana merujuk kepada informan dianggap paling tahu dan memudahkan dalam menggali objek/situasi sosial yang akan diteliti (Abdussamad, 2021). Data primer penelitian ini berjumlah 4 informan dengan kriteria aktif dengan lamanya bekerja 10-25 tahun dengan rerata lulusan dari berbagai jurusan seperti pemerintahan, sosial dan komunikasi.

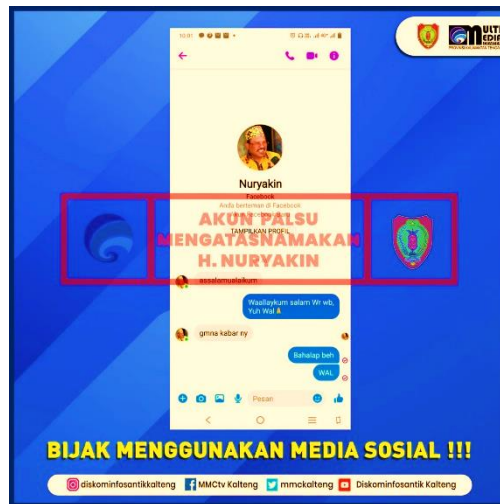
Data sekunder adalah UU ITE Nomor 19 Tahun 2016 atas perubahan UU Nomor 11 Tahun 2008 pasal 28 ayat (1) dan (2) dan sanksi pidana pasal 45A ayat (1) dan (2), *website*, *facebook*, *instagram* dan lain sebagainya. Teknik keabsahan yang digunakan adalah triangulasi sumber yang mana memfokuskan pengumpulan data dari beragam sumber, karena data yang diambil dari sumber yang berbeda akan lebih mantap (Nugrahani, 2014).

Pembahasan

Strategi Komunikasi

Menurut Stephanie K. Marrus, strategi komunikasi adalah cara untuk mengatur proses penyampaian/pengirim pesan kepada penerima pesan melalui media agar terjadi *feedback* untuk mencapai tujuan komunikasi (Meisyarly, 2023). Setelah melakukan penelitian berupa observasi, wawancara, dokumentasi serta menggunakan model teori komunikasi SMCR oleh David K. Berlo dalam penelitian ini ditemukan bahwa strategi komunikasi Diskominfoantik di Bidang Informasi dan Komunikasi Publik sudah melakukan penanggulangan berita hoaks.

Misalnya, masyarakat Prov. Kalimantan Tengah banyak menjumpai berita hoaks dari media sosial, seperti *whatsapp*, *facebook*, *instagram* dan lain-lain. Contoh berita hoaks akun *facebook* palsu menggunakan foto profil dan nama Sekretaris Daerah Prov. Kalteng, H. Nuryakin dengan motif penipuan.

Gambar 4. Verifikasi Berita Hoaks di Akun Instagram

Bahkan ada yang mengatasnamakan Kepala Dinas Diskominfo Prov. Kalteng. Maka Bidang Informasi dan Komunikasi Publik perlu mencari sumber (*source*) dan menyusun informasi terlebih dahulu dari dinas-dinas terkait, untuk pesan (*message*) yang tertulis di berita tersebut akan langsung ditanyakan benar atau tidak lembaga atau instansi mengeluarkan *statement* tersebut, seperti itulah filter yang dilakukan.

Media Sosial

Menurut Sally Falkow, media sosial adalah *platform* atau *website* online bagi siapapun untuk ikut berpartisipasi aktif dan interaktif dalam *feedback* pesan, memungkinkan siapa saja sebagai penerima atau pengguna untuk ikut secara kreatif dalam komunitas melalui isi media menggunakan perangkat (Nurlatun dkk., 2021). Media sosial memiliki peran yang sangat dibutuhkan pemerintah misal membantu dalam meningkatkan keikutsertaan masyarakat pada pengawasan pelayanan publik dan memperlancar penyelesaian pengaduan atau laporan pelayanan publik (Rahman & Taufiq, 2020).

Bidang Informasi dan Komunikasi Publik menyediakan layanan aduan langsung atau aduan lewat kanal *website* berita dan media sosial resmi. Tidak hanya itu, Diskominfoantik juga menawarkan bisa melapor ke *website* Diskominfoantik, Sp4n Lapo! atau langsung ke laman Kemenkominfo RI. Tata cara melaporkannya adalah berita di lengkapi link serta keterangan melalui media apa tersebarnya berita hoaks tersebut dan jika ingin masuk daftar hoaks nasional melalui Diskominfoantik untuk tata caranya sama saja. Berbedanya Diskominfoantik perlu mengirim surat kepada Direktorat Pengendalian Aplikasi Informatika Kementerian Kominfo RI.

Setelah mendapatkan verifikasi dan validasi bahwa berita itu fakta atau hoaks baru dirilis berita tersebut dengan di labeli hoaks di saluran media (*channel*) *website* berita atau media sosial resmi milik Diskominfoantik Prov. Kalteng dan untuk daftar berita hoaks nasional masuk dalam rilis kanal resmi Kemenkominfo RI. Apabila ingin

mengetahui berita hoaks *update* setiap hari, dapat membuka kanal Kemenkominfo RI dan pilih menu publikasi lanjut klik menu laporan isu hoaks.

Gambar 5. Berita Hoaks Nasional di Website



(Akun Resmi Kemenkominfo RI)

Penyebaran Berita Hoaks

Berita bohong adalah tipuan yang digunakan seseorang untuk membuat orang percaya akan sesuatu yang salah atau tidak benar lalu didistribusikan melalui media internet (Wahyuni dkk., 2021). Ciri-ciri agar kita dapat mengenali berita hoaks di media sosial adalah judul yang mengandung bahasa emosional dan provokatif, cermati alamat situs apakah sudah benar, periksa fakta informasi dengan membandingkan dengan informasi lainnya, cek keaslian foto, menekankan pada isu SARA, dan ikut partisipasi di grup diskusi anti hoaks baik *whatsapp*, *facebook* dan media sosial lainnya.

Diskominfosantik juga mendapat tanggapan dari masyarakat (*receiver*) mengenai berita hoaks yang diterima berbeda-beda, ada yang mengetahui itu hanya berita hoaks dan ada yang langsung percaya tanpa ada mencari kejelasannya. Maka perlu strategi komunikasi untuk meningkatkan *awareness* masyarakat adalah pertama, himbuan. Kepala Dinas Diskominfosantik selalu memberitahu atau menghimbau masyarakat melalui media *press* agar waspada dan selektif dalam bermedia sosial karena maraknya berita hoaks dengan motif penipuan dan sebentar lagi menjelang pemilu 2024.

Kedua, melakukan seminar edukasi literasi media ke sekolah-sekolah, kampus untuk kaum pelajar di tingkat Kabupaten/Kota. Rahadi (2017) mengatakan bahwa untuk mencegah informasi hoaks meningkatkan literasi media dan mengenai pengetahuan bagaimana menggunakan internet yang sehat kepada kaum pelajar atau masyarakat agar dapat mengenali ciri-ciri berita hoaks (Atika dkk., 2021).

Ketiga, sosialisasi. Diskominfoantik melakukan sosialisasi di instansi atau lembaga yang berkerja di Bidang Informasi dan Komunikasi Publik, bagi masyarakat juga perlu mengenal bahaya berita hoaks yang tersebar. Tidak hanya itu, Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik juga membagikan rilis isu hoaks setiap hari di grup *whatsapp* khusus kepegawaian.

Keempat, bekerjasama dengan seluruh *stakeholders*. Pemerintah juga menyampaikan tugas bersama baik instansi atau lembaga yang berkerja di Bidang Informasi dan Komunikasi Publik serta seluruh masyarakat dalam menanggulangi penyebaran berita hoaks. Sangat diperlu juga memasang *banner*, spanduk, baliho pada tempat strategis mengenai waspada bahaya berita hoaks atau ancaman UU ITE dan menyebarkan selebaran (*leaflet*) pentingnya bermedia sosial yang baik dan bijak. Melalui strategi ini untuk menarik *awareness* masyarakat sebagai penerima berita atau informasi hoaks agar dapat memilah dan memfilter informasi lebih dahulu.

Faktor Penghambat Dalam Menanggulangi Penyebaran Berita Hoaks

Pertama, keterbukaan informasi membuat berita hoaks mudah tersebar sangat luas. Dengan mudahnya setiap orang menyebarkan informasi tanpa mengetahui kejelasan dari isi informasi tersebut. Kedua, kurangnya sumber daya manusia (SDM) yang memiliki tenaga khusus ahli Kehumasan di Bidang Informasi dan Komunikasi Publik karena jumlah terbatas. Ketiga, kurangnya *awareness* masyarakat sendiri untuk ikut berpartisipasi dalam menanggulangi penyebaran berita hoaks masih sangat minim.

Kesimpulan

Strategi komunikasi dalam menanggulangi penyebaran berita hoaks di media sosial oleh Diskominfoantik Kalimantan Tengah sudah cukup efektif, walaupun berita hoaks masih banyak terlihat bertebaran di media sosial yang mengatasmakan pejabat dan lain sebagainya. Apalagi menjelang pemilu tahun 2024 nanti pastinya berita hoaks akan terus bermunculan untuk kepentingan diri sendiri atau dari sisi ekonomi, politik dan bisnis.

Maka perlu memaksimalkan kinerja Diskominfoantik Kalimantan Tengah untuk menanggulangi penyebaran berita hoaks di media sosial karena berdampak sangat cepat terhadap masyarakat. Diskominfoantik juga bekerjasama dengan instansi atau lembaga seperti KPID, TVRI, RRI, Humas Polda Kalteng, KPU dan seluruh masyarakat Kalimantan Tengah yang berfokus untuk memerangi penyebaran berita hoaks adalah langkah ke arah memaksimalkan kerja sesuai strategi yang diterapkan.

Strategi komunikasi Diskominfoantik dalam menghimbau, seminar edukasi literasi media, sosialisasi dan bekerjasama dengan instansi atau lembaga serta

masyarakat juga terlihat adanya progress yang cukup memuaskan. Maksimalnya Diskominfoantik dalam menggunakan sarana media informasi secara online seperti *website, facebook, instagram* dan lain sebagainya terbilang sangat efektif dan praktis mempengaruhi semua elemen masyarakat Prov. Kalimantan Tengah untuk bersedia berperan aktif dalam menanggulangi penyebaran berita hoaks.

Daftar Pustaka

- Abdussamad, Z. (2021). *Buku-Metode-Penelitian-Kualitatif*. Syakir Media Press.
- Alfi, I., Halwati, U., & Kuswanto. (2021). PENCEGAHAN PERILAKU UJARAN KEBENCIAN (HOAX) DI MASYARAKAT (Studi Kasus di Desa Cinangsi Kecamatan Gandrungmagu Kabupaten Cilacap Jawa Tengah). *Al-Idaroh: Media Pemikiran Manajemen Dakwah*, 1(2), 24–35. <https://doi.org/10.53888/alidaroh.v1i2.457>
- Arifin, N. F., & Fuad, A. J. (2020). Dampak Post-Truth di Media Sosial. *Jurnal Intelektual: Jurnal Pendidikan dan Studi Keislaman*, 10(3), 376–378. <https://doi.org/10.33367/ji.v10i3.1430>
- Askolani, M., & Al'Munawar, P. I. (2020). Penerapan Literasi Media Di Era Digital Pada Generasi Zaman Now. *COMMUNICATIVE JURNAL ILMU KOMUNIKASI DAN DAKWAH*, 1(2), 78–82.
- Atika, Ayu Hidayatur Rafiqoh, P., & Muthahhari Ramadhani, M. (2021). Peningkatan Pengetahuan Masyarakat dalam Pengenalan dan Pencegahan Penyebaran Informasi Hoax tentang Covid-19. *Pegabdian Ilung Inovasi Lahan Basah Unggul*, 1(1), 86–94. <https://doi.org/10.20527/ilung.v1i1.3489>
- Ayu, N., & Devi, R. (2019). UPAYA DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA (DISKOMINFO) DALAM MENGURANGI PENYEBARAN BERITA BOHONG (HOAX) PADA MEDIA ONLINE DI SAMARINDA. *eJournal Ilmu Pemerintahan*, 7(4), 1553–1566.
- Baidawi, I. (2021). PERANAN PEMERINTAH KABUPATEN SITUBONDO DALAM MENANGGULANGI INFORMASI HOAX (STUDI KASUS DINAS KOMUNIKASI INFORMATIKA. *Nusantara Journal of Community Engagement P*, 2(1), 18–24. <https://doi.org/10.54471/njis.2021.2.1.18-24>
- Defhany, & Edlina, R. (2022). MANAJEMEN KOMUNIKASI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA SUMATERA BARAT DALAM MENGATASI HOAX DI MEDIA SOSIAL. *jurnal ranah komunikasi*, 6(2), 135–145. <https://doi.org/10.25077/rk.6.2.135-145.2022>
- Diego, A., & Saju, A. D. (2022). STRATEGI PEMBERANTASAN HOAX PADA MEDIA SOSIAL OLEH DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA KUPANG [Thesis (Diploma)]. *Pemerintahan Dalam Negeri*.
- Diskominfoantikalteng. (2023). Sebuah Akun Whatsapp Palsu Mengatasnamakan Kepala Dinas Perhubungan Provinsi Kalimantan Tengah, Yulindra. *Diskominfoantik Kalteng*.

https://www.instagram.com/p/CvKRCK_SO3d/?igshid=MTc4MmM1YmI2Ng
==

- Fahreza Sunni, M., Nashih Ulwan, M., Arya Ferdian, D., & Istofik, R. (2023). Komunikasi Sosial Dalam Media Sosial. *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Dakwah*, 4(1), 12–22. <https://doi.org/10.19105/meyarsa.v4i1.6644>
- Fauzi, A., Nisa, B., Napitupulu, D., Abdillah, F., Gde Satia Utama, A. A., Zonyfar, C., Nuraini, R., Silvi Purnia, D., Setyawati, I., Evi, T., Dian Handy Permana, S., & Susila Sumartiningsih, M. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN*. Pena Persada.
- Humas.polri.go.id. (2023, Mei 9). Ditipu Loker Hoaks Starbucks, 2 Mahasiswi di Palangka Raya Curhat ke Humas Polda Kalteng – DIVISI HUMAS POLRI. *humas polri*. <https://humas.polri.go.id/2023/05/09/ditipu-loker-hoaks-starbucks-2-mahasiswi-di-palangka-raja-curhat-ke-humas-polda-kalteng/>
- Jdih.kominfo.go.id. (2016). Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. https://jdih.kominfo.go.id/produk_hukum/view/id/555/t/undangundang+nomor+19+tahun+2016+tanggal+25+november+2016
- Masfufah, A. (2020). KONTEKSTUALISASI AYAT AL-QUR'AN DALAM MENGHADAPI FENOMENA HOAX. *Komunike: jurnal komunikasi penyiaran islam*, 12(1), 99–113. <https://doi.org/10.20414/jurkom.v12i1.2246>
- Meisyarly, C. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI POLRES KOTA LUBUKLINGGAU MENANGANI BERITA BOHONG (HOAX) DI MEDIA SOSIAL. *Demokrasi: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 3(1), 2775–8389. <https://doi.org/10.36269/dmkr.v3i1.1438>
- Muhamad, F., & Yusuf, M. A. (2021). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pustaka Ilmu.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Cakra Books.
- Nurlatun, R., Nayoan, H., & Pangemanan, F. (2021). Upaya Pemerintah Dalam Mengatasi Penyebaran Berita Palsu (Hoax) di Media Sosial (Studi Kasus Dinas Kominfo Kota Manado). *JURNAL GOVERNANCE*, 1(2), 1–8.
- Peraturan.bpk.go.id. (2022). Peraturan Gubernur (PERGUB) Provinsi Kalimantan Tengah Nomor 37 Tahun 2022 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Perangkat Daerah. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/249807/pergub-prov-kalimantan-tengah-no-37-tahun-2022#:~:text=Peraturan%20Gubernur%20%28PERGUB%29%20Provinsi%20Kalimantan%20Tengah%20Nomor%2037,Organisasi%2C%20Tugas%2C%20Fungsi%20dan%20Tata%20Kerja%20Perangkat%20Daerah>
- Rahman, K., & Taufiq, M. (2020). PERANAN PEMERINTAH KABUPATEN SITUBONDO DALAM MENANGGULANGI INFORMASI HOAX (Studi

- Kasus Dinas Komunikasi Informatika dan Persandian). Mukammil: Jurnal Kajian Keislaman, 3(1), 77–106.
- Riyanto Andi Dwi. (2023). Data (Tren) Pengguna Internet dan Media sosial di Indonesia Tahun 2023. Hootsuite: Indonesia Digital Report 2023. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>
- Ronaning Roem, E. (2022). PERAN SOSIAL MEDIA DALAM PENYEBARAN MISINFORMASI TENTANG VAKSINASI COVID19. jurnal ranah komunikasi, 6(1), 64–75. <https://doi.org/10.25077/rk.6.1.64-75.2022>
- Shihab, M. Q. (2002). Tafsir Al-Mishbah Jilid 13: Pesan, Kesan dan Keserasian al-Qur'an. Lentera Hati.
- Siaran Pers. (2023). Sampai Mei 2023, Kominfo Identifikasi 11.642 Konten Hoaks. Kementerian Kominfo. https://www.kominfo.go.id/content/detail/49914/siaran-pers-no123hmkominfo062023-tentang-sampai-mei-2023-kominfo-identifikasi-11642-konten-hoaks/0/siaran_pers
- Wahyuni, W. S., Fithri, B. S., Harahap, D. A., & Kartika, A. (2021). Sosialisasi Sanksi Penyebaran Berita Bohong (Hoax) berdasarkan Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Jurnal ABDIMAS Budi Darma, 2(1), 42–45. <https://doi.org/10.30865/pengabdian.v2i1.3115>
- Wulansari, S. U., & Suhaeb, F. W. (2023). Fenomena Post-Truth Sebagai Alat Gerakan Sosial Politik Pada Pemilihan Presiden 2019 (Studi Perubahan Sosial). EQUILIBRIUM: JURNAL PENDIDIKAN, 11(3), 304–311. <https://doi.org/10.26618/equilibrium.v11i3.11090>