

ANALISIS BERITA HOAX FACEBOOK PADA PERILAKU MASYARAKAT KELURAHAN PANIKI II KECAMATAN MAPANGET KOTA MANADO

By

Ansow F Filmon

Johny J Senduk

Grace Waleleng

Abstract

This research was conducted in Paniki II Village, Mapanget Sub-District of Manado City by focusing on Facebook hoax news in the religious and political fields with the main problems being examined are: 1) What is the message content conveyed in Facebook hoax news ?; 2) How does Paniki II kelurahan community respond to the contents of Facebook hoax news messages? And 3) What are the effects or consequences of beritahoax for the behavior of Paniki II Kelurahan?

The aim is to find out the contents of the message conveyed in Facebook hoax news; to find out how Paniki II urban community responds to the contents of Facebook hoax news messages; and to find out the effects or consequences caused by beritahoax for the behavior of Paniki II Kelurahan. The method used is a qualitative research method.

The results of this study indicate that Facebook hoax news content generally involves lies about political, religious, racial, ethnic, cultural, beauty and health products. But the most dominant in the news since 2018 until February 2019 is facebook hoax related to political and religious issues. The form of Facebook hoax is generally in the form of photos or images, vodeos and narratives or news.

The way the Paniki II Kelurahan community responds to the content of political and religious messages that appear on Facebook hoax news is by looking for similar news references from the official website; For hoaxes in the form of images, check back on authenticity on Google Image; Look at the site address; Thorough in reading information; Check facts; and Do not share articles, photos or chain messages without reading and believing the truth; Share stories with friends or neighbors, ignore the news of the hoax and check the truth of the information to other parties or on the internet; Browse carefully the source of the news; Respond naturally and not excessively; Not spreading it and taking it only as a joke and not serious; Don't believe but straighten it; and follow the demands of the government to combat hoaxes through the media by campaigning for positive news through social media.

The effect or effect of a hoax contains two elements, namely: The positive element is through hoax news or hoaxes on Facebook, people can be more careful in using social media and can also develop social relations and the presence of hoaxes helps people get provoked to communicate with each other with other people. The negative element is that the Facebook hoax news raises anxiety and worries and hatred between one person or institution with another person or institution; affect mentally, mindset and action patterns especially for children who are not mentally mature; and the existence of public deception in the realm of social networking and its effects can threaten life togetherness.

Keywords: Facebook Hoax News, Community Behavior

I. PENDAHULUAN

Hoax adalah usaha untuk menipu atau mengakali pembaca/pendengarnya untuk mempercayai sesuatu, padahal sang pencipta berita palsu tersebut tahu bahwa berita tersebut adalah palsu. Salah satu contoh pemberitaan palsu yang paling umum adalah mengklaim sesuatu barang atau kejadian dengan suatu sebutan yang berbeda dengan barang/ kejadian sejatinya. Dan hoax terbanyak beberapa tahun terakhir ini disalurkan melalui media sosial facebook. Facebook adalah salah satu aplikasi yang saat ini sangat memainkan peranan yang penting dalam kehidupan komunikasi masyarakat. Melalui facebook, orang dari berbagai belahan dunia bisa saling berkomunikasi satu dengan yang lain. Facebook merupakan salah satu jejaring sosial yang sampai saat ini digandrungi oleh semua kalangan masyarakat, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa.

Menurut data nasional yang dirilis oleh media release 01/2019 Litbang Mafindo, sepanjang tahun 2018 terdapat 997 hoax yang beredar di masyarakat. Pemetaan selama setahun memperlihatkan bahwa Facebook (FB) menjadi saluran pendistribusi hoaks yang paling dominan. Sebanyak 429 hoaks beredar melalui Facebook (43,03%).

Berdasarkan pemetaan, FB sebagai saluran penyebaran hoaks terbanyak ditemukan di bulan September dengan 62 hoaks (61,39%). Saluran kombinasi paling banyak ditemukan pada hoaks di bulan Oktober sebanyak 31 hoaks (27,93%). Sedangkan saluran berupa aplikasi chat online WhatsApp ditemukan paling banyak di bulan Maret dan Desember, masing-masing sebanyak 13 hoaks. Ini berarti, di bulan Maret proporsi hoaks yang disebar melalui WhatsApp sebanyak 16,45%, sementara di bulan Desember 2018 proporsi sejenis mencapai 14,77%. Penyebaran hoaks melalui Twitter tidak menonjol dalam pemetaan tahun 2018.

Divisi Literasi Narasi Mafindo Solo, Giri Lukmanto, menyebutkan, dari data Mafindo tahun 2018 tercatat ada 997 hoaks beredar melalui media sosial. Sementara tahun 2019 lebih dari 100 hoaks berkonten politik beredar setiap bulan. (Kompas.com "Mafindo: Tahun Ini, 100 Hoaks Politik Beredar Setiap Bulan", <https://regional.kompas.com/read/2019/08/18/11090341/mafindo-tahun-ini-100-hoaks-politik-beredar-setiap-bulan>).

Kepedulian terhadap hoax di Sulut melalui media sosial ini diungkapkan oleh Sekprov Sulawesi Utara (Edwin Silangen, SE.MS) yang mengatakan "marilah kita menghindari hoax atau berita bohong. Media massa dan pemerintah selaku pembuat kebijakan memiliki peran dalam menangkal hoax". Pernyataan itu disampaikan pada hari jumat, 15 Maret 2019. (Sumber: Sulut Update: "Sekdaprov Sulut Ajak Insan Pers Tangkal Berita Hoax", edisi 16 Maret 2019 jam 09:25).

Khusus di kelurahan Paniki II saat ini banyak beredar hoax di kalangan remaja, pemuda dan bahkan sampai pada orang dewasa tentang politik baik di Media Sosial maupun lewat ungkapan langsung dalam percakapan hari-hari. Temuan sementara dari hasil observasi lapangan bahwa hoax melalui media facebook memang belum diketahui di lingkungan Kelurahan Paniki II, namun hoax melalui percakapan harian sering sekali dijumpai. Hal ini sebagai akibat dari dukung mendukung pasangan calon menjelang Pileg dan Pilkada serta Pilpres yang telah digelar serentak bulan April 2019 di Indonesia beberapa bulan yang lalu. Juga dari hasil observasi lapangan dijumpai bahwa ada ungkapan oknum

masyarakat tertentu tentang calon presiden tertentu yang lebih pro kepada pembentukan negara islam Indonesia, padahal hal itu tidak pernah didengar oleh salah satu pasangan calon yang mengungkapkan langsung bahwa ia akan mendirikan negara islam jika terpilih.

Beberapa contoh kasus di atas menunjukkan bahwa aplikasi facebook sangat besar pengaruhnya dalam penyebaran berita hoax. Fokus penelitian ini akan diarahkan pada berita hoax facebook di bidang agama dan politik. Dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian di Kelurahan Paniki II, Kecamatan Mapanget Kota Manado. Data awal penelitian, peneliti jumpai bahwa masyarakat kelurahan Paniki II cukup terpengaruh dengan berita hoax yang beredar di dunia maya, teristimewa di facebook. Oleh karena itu, maka hal ini menjadi motivasi peneliti untuk melakukan penelitian mengenai berita analisis berita hoax facebook terhadap perilaku masyarakat, khususnya yang berada di kelurahan Paniki II, Kecamatan Mapanget, Kota Manado. Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah:

- 1) Seperti apakah isi pesan yang disampaikan dalam berita hoax facebook?
- 2) Bagaimana cara masyarakat kelurahan Paniki II menanggapi isi pesan berita hoax facebook?
- 3) Bagaimana efek atau akibat yang ditimbulkan dari berita hoax bagi perilaku masyarakat Kelurahan Paniki II?

II. TINJAUAN KEPUSTAKAAN

2.1. Konsep, Jenis Konten *Hoax* dan Sumber Penyebaran Berita Hoax

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Hoaks mengandung makna berita bohong, berita tidak bersumber. *The Museum of Hoaxes* (2002) dalam Secor dan Walsh (2004:71), Alex Boase mendefinisikan hoax sebagai tindak penipuan yang melibatkan respons publik. Boase mengatakan, hoax merupakan semacam kebohongan yang sukses menyita perhatian dan imajinasi publik. Dalam dunia jurnalistik, hoax pada dasarnya bukan sesuatu yang baru. *Oxford English Dictionary* memperkirakan istilah hoax berasal dari kata "hocus". Defenisi hoaks pertama kali muncul dalam suatu referensi yang ditulis pada 1796. Hoax merupakan kata kerja dan berarti menipu melalui rekayasa atau fiksi yang memikat dan nakal atau memainkan kepercayaan. (Gunawan & Ratmono, 2018: 7).

Menurut Silverman (2015), hoaks merupakan sebagai rangkaian informasi yang memang sengaja disesatkan, namun "dijual" sebagai kebenaran. Menurut Werme (2016) dalam Ireton, C & Julie Posetti. 2018, *Fake news* adalah berita palsu yang mengandung informasi yang sengaja menyesatkan orang dan memiliki agenda politik tertentu. Sedangkan Allcott, Hunt & Gentzkow, Matthew. (2017) mengemukakan bahwa hoaks bukan sekedar *misleading* alias menyesatkan, informasi dalam *fake news* juga tidak memiliki landasan faktual, namun disajikan seolah-olah sebagai serangkaian fakta.

Hoax bertujuan untuk membuat opini publik, menggiring opini publik, membentuk persepsi juga untuk *hufing fun* yang menguji kecerdasan dan kecermatan pengguna internet dan media sosial. Tujuan penyebaran *hoax* beragam tapi pada umumnya *hoax* disebarkan sebagai bahan lelucon atau sekedar iseng, menjatuhkan pesaing (*black campaign*), promosi dengan penipuan, ataupun

ajakan untuk berbuat amalan-amalan baik yang sebenarnya belum ada dalil yang jelas di dalamnya.

Menurut Majalah Tempo sebagaimana dikutip dalam Gunawan dan Ratmono, (2018: 4), beberapa ciri hoax, yaitu:

- 1) Berita yang disajikan itu bohong atau palsu;
- 2) Peristiwa dihadirkan berlebih-lebihan atau bagian-bagian tertentu dihilangkan;
- 3) Tulisan atau teks tidak sesuai gambar;
- 4) Judul tidak sesuai isi berita;
- 5) Memuat kembali peristiwa lama dan menjadikannya seolah-olah peristiwa aktual dengan tujuan mendukung isu yang sedang ramai diperbincangkan; dan
- 6) Sengaja memuat foto peristiwa lain yang diubah sedemikian rupa untuk mendukung isu yang sedang ramai diperbincangkan.

Semua orang berpotensi sebagai pembuat hoaks. Hoaks terkait dengan apa saja yang tidak benar adanya, namun dijual sebagai sebuah kebenaran dengan tujuan tertentu. Namun, ada beberapa kasus yang menunjukkan bahwa hoaks diproduksi oleh beberapa kalangan seperti Saracen dan *Muslim Cyber Army* dengan motif tertentu. Saracen dan *Muslim Cyber Army* merupakan organisasi-organisasi penyebar hoaks, ujaran kebencian atau *hate speech* dan SARA melalui media sosial. Berdasarkan temuan polisi, anggota sindikat ini telah memiliki beragam konten ujaran kebencian sesuai isu yang tengah berkembang. Mereka kemudian menawarkan produk itu dalam sebuah proposal. Dalam satu proposal yang ditemukan, kurang lebih setiap proposal nilainya puluhan juta rupiah. (Santoso, Audrey. "Polisi Sebut Saracen Tawarkan Proposal Jasa Kampanye Politik". *detiknews*.)

Terkait masalah pemesanan itu, polisi menemukan ada salah satu proposal yang menawarkan senilai Rp 75 juta sampai Rp 100 juta. Meskipun demikian, polisi masih belum bisa memastikan harga pasti per proposal. Apalagi polisi masih terus menggali siapa saja yang pernah membeli jasa Saracen untuk menebar kebencian dan SARA. (Liputan6.com. "Kelompok Penyebar Hoax MCA dan Saracen, Serupa tapi Tak Sama". *liputan6.com*.)

Dari pengungkapan tersebut, kita dapat menyimpulkan bahwa hoaks dipesan oleh sekelompok orang dengan beragam kepentingan didalamnya. Hoaks diproduksi oleh orang-orang yang tidak bermoral dan beretiket buruk terhadap sesama.

Jenis-jenis informasi hoax diantaranya adalah:

1. *Fake news*: Berita bohong: Berita yang berusaha menggantikan berita yang asli. Berita ini bertujuan untuk memalsukan atau memasukkan ketidakbenaran dalam suatu berita. Penulis berita bohong biasanya menambahkan hal-hal yang tidak benar dan teori persengkokolan, makin aneh, makin baik. Berita bohong bukanlah komentar humor terhadap suatu berita.
2. *Clickbait*: Tautan jebakan: Tautan yang diletakkan secara strategis di dalam suatu situs dengan tujuan untuk menarik orang masuk ke situs lainnya. Konten di dalam tautan ini sesuai fakta namun judulnya dibuat berlebihan atau dipasang gambar yang menarik untuk memancing pembaca.
3. *Confirmation bias*: Bias konfirmasi: Kecenderungan untuk menginterpretasikan kejadian yang baru terjadi sebaik bukti dari kepercayaan yang sudah ada.
4. *Misinformation*: Informasi yang salah atau tidak akurat, terutama yang ditujukan untuk menipu.

5. *Satire*: Sebuah tulisan yang menggunakan humor, ironi, hal yang dibesar-besarkan untuk mengomentari kejadian yang sedang hangat. Berita satir dapat dijumpai di pertunjukan televisi seperti “*Saturday Night Live*” dan “*This Hour has 22 Minutes*”.
6. *Post-truth*: Pasca-kebenaran: Kejadian di mana emosi lebih berperan daripada fakta untuk membentuk opini publik.
7. *Propaganda*: Aktifitas menyebar luaskan informasi, fakta, argumen, gosip, setengah-kebenaran, atau bahkan kebohongan untuk mempengaruhi opini publik.

Ada beberapa konten hoax yang biasanya dijumpai dalam berita hoax facebook, diantaranya:

- 1) Agama, konten yang memuat segala hal yang berkaitan dengan ajaran, sistem yang mengatur tata keimanan dan peribadatan kepada Tuhan yang maha Kuasa serta tata kaidah yang berhubungan dengan pergaulan manusia dan manusia serta lingkungannya.
- 2) Politik, konten yang memuat segala hal yang berhubungan dengan penyelenggaraan negara, pembagian kekuasaan, berupa kebijakan atau cara-cara mempertahankan kekuasaan.
- 3) Etnis, konten yang berkaitan dengan segala hal mengenai kelompok sosial dalam sistem sosial atau kebudayaan yang mempunyai arti atau kedudukan tertentu karena keturunan, adat, agama, suku, bahasa, budaya dan sebagainya.
- 4) Kesehatan, konten yang memuat segala hal yang berkaitan dengan keadaan sehat jasmani maupun rohani.
- 5) Bisnis, konten yang memuat tentang segala usaha komersial.
- 6) Penipuan, konten yang memuat segala hal yang berkaitan dengan upaya mengecoh yang mengakibatkan kerugian di pihak yang dikecoh baik berupa uang atau data pribadi.
- 7) Bencana Alam, konten yang memuat hal-hal yang terkait kejadian alam yang memakan korban
- 8) Kriminalitas, konten yang memuat hal-hal yang berkaitan dengan tindak kejahatan
- 9) Lalu Lintas, konten yang memuat hal-hal yang berkaitan dengan lalu lintas, baik itu berupa kebijakan atau insiden.
- 10) Peristiwa Ajaib, konten yang memuat kejadian yang tidak lazim dan mustahil.
- 11) Lain-lain, konten lain yang tidak termasuk dalam kesepuluh kategori tersebut.

2.2. Pengertian dan Sejarah Facebook

Menurut "Facebook Tops Billion-User Mark". *The Wall Street Journal*. Dow Jones. October 4, 2012. Dalam <https://id.wikipedia.org/wiki/Facebook> , diunduh tanggal 24 Februari 2019, Facebook adalah sebuah layanan jejaring sosial berkantor pusat di Menlo Park, California, Amerika Serikat yang diluncurkan pada bulan Februari 2004. Hingga September 2012, Facebook memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif (Sengupta, Somini (May 14, 2012)), lebih dari separuhnya menggunakan telepon genggam.

Studi Compete.com bulan Januari 2009 menempatkan Facebook sebagai layanan jejaring sosial yang paling banyak digunakan menurut jumlah pengguna aktif bulanan di seluruh dunia (Kazeniak, Andy (February 9, 2009)). *Entertainment Weekly* menempatkannya di daftar "terbaik"

akhir dasawarsa dengan komentar, "Bagaimana caranya kita menguntit mantan kekasih kita, mengingat ulang tahun rekan kerja kita, mengganggu teman kita, dan bermain Scrabulous sebelum Facebook diciptakan?" (Geier, Thom (December 11, 2009)) Quantcast memperkirakan Facebook memiliki 138,9 juta pengunjung bulanan di AS pada Mei 2011. Menurut *Social Media Today* pada April 2010, sekitar 41,6% penduduk Amerika Serikat memiliki akun Facebook. Meski begitu, pertumbuhan pasar Facebook mulai turun di sejumlah wilayah dengan hilangnya 7 juta pengguna aktif di Amerika Serikat dan Kanada pada Mei 2011.

Nama layanan ini berasal dari nama buku yang diberikan kepada mahasiswa pada tahun akademik pertama oleh beberapa pihak administrasi universitas di Amerika Serikat dengan tujuan membantu mahasiswa mengenal satu sama lain. Facebook memungkinkan setiap orang berusia minimal 13 tahun menjadi pengguna terdaftar di situs ini. (<https://id.wikipedia.org/wiki/Facebook> , diunduh tanggal 24 Februari 2019). Teman; Applications/ Aplikasi; Games/ Permainan; Notes/ Catatan; Wall/Dinding; Poke/ Colek; Gifts/ Hadiah; dan lainnya.

2.4. Konsep dan Proses Pembentukan Perilaku Masyarakat

Perilaku manusia merupakan hasil daripada segala macam pengalaman serta interaksi manusia dengan lingkungannya yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap dan tindakan. Dengan kata lain, perilaku merupakan respon/reaksi seorang individu terhadap stimulus yang berasal dari luar maupun dari dalam dirinya. Respon ini dapat bersifat pasif (tanpa tindakan : berpikir, berpendapat, bersikap) maupun aktif (melakukan tindakan). Sesuai dengan batasan ini, perilaku kesehatan dapat di rumuskan sebagai bentuk pengalaman dan interaksi individu dengan lingkungannya, khususnya yang menyangkut pengetahuan dan sikap tentang kesehatan. Perilaku aktif dapat dilihat, sedangkan perilaku pasif tidak tampak, seperti pengetahuan, persepsi, atau motivasi. Beberapa ahli membedakan bentuk-bentuk perilaku ke dalam tiga domain yaitu pengetahuan, sikap, dan tindakan atau sering kita dengar dengan istilah *knowledge, attitude, practice* (Sarwono, 2004)

Dari sudut biologis, perilaku adalah suatu kegiatan atau aktivitas organisme yang bersangkutan, yang dapat diamati secara langsung maupun tidak langsung. Perilaku manusia adalah suatu aktivitas manusia itu sendiri (Notoadmodjo, 2003). Ensiklopedi Amerika, perilaku di artikan sebagai suatu aksi-reaksi organisme terhadap lingkungannya. Perilaku baru terjadi apabila ada sesuatu yang diperlukan untuk menimbulkan reaksi, yakni yang disebut rangsangan. Berarti rangsangan tertentu akan menghasilkan reaksi atau perilaku tertentu (Notoadmodjo, 2003).

Kwick (1974), sebagaimana dikutip oleh Notoatmodjo (2003), perilaku adalah tindakan atau perilaku suatu organisme yang dapat di amati dan bahkan dapat di pelajari. Umum, perilaku manusia pada hakekatnya adalah proses interaksi individu dengan lingkungannya sebagai manifestasi hayati bahwa dia adalah makhluk hidup (Kusmiyati dan Desminiarti,1991).

2.5. Teori Stimulus Organisme Response (S-O-R)

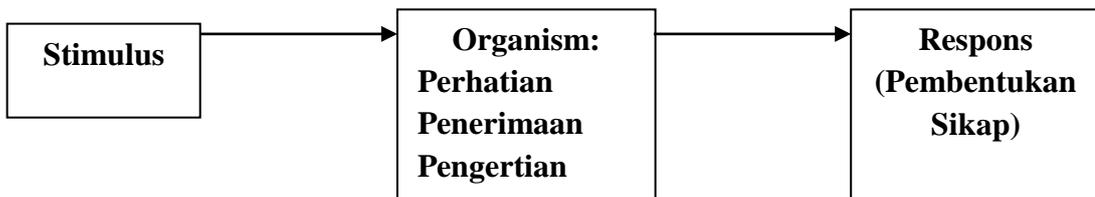
Dalam penelitian ini teori yang digunakan adalah teori S-O-R. Teori SOR sebagai singkatan dari Stimulus-Organism-Response. Teori ini memiliki tiga elemen yakni pesan (stimulus), penerima (organism), dan efek (response).

Stimulus adalah sumber rangsangan, organism adalah penerima rangsangan, dan respon adalah umpan balik yang dihasilkan.

Teori S-O-R sebagai singkatan dari Stimulus-Organism-Response ini semula berasal dari psikologi. Kalau kemudian juga menjadi teori komunikasi, tidaklah mengherankan karena objek material dari psikologi dan komunikasi adalah sama, yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen : sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi. Effendy (2003:254). Ivan Petrovich Pavlov (1849-1936) adalah seorang behavioristik terkenal dengan teori pengkondisian asosiatif stimulus-respons dan hal ini yang dikenang darinya hingga kini, kemudian DeFleur menambahkan Organisme dalam bagiannya sehingga menjadi Stimulus-Organism-Response (S-O-R). Paradigma DeFleur sangat cocok digunakan dalam mengkaji tanggapan khalayak. Menurut model ini, organisme menghasilkan perilaku tertentu jika ada kondisi stimulus tertentu pula, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi.

Pola S-O-R ini dapat berlangsung secara positif atau negatif, misalnya jika orang tersenyum akan dibalas tersenyum ini merupakan reaksi positif, namun jika tersenyum dibalas dengan palangan muka maka ini merupakan reaksi negatif. Untuk lebih jelasnya model Stimulus-Organism-Response dapat dilihat dalam bagan ini:

Gambar 2.1. Model S-O-R



Sumber : Hovland, Janis dan kelley dalam Mar'at (1982:27)

III. METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, dengan sasaran utamanya adalah mengkaji analisis berita hoax facebook pada perilaku masyarakat Kelurahan Paniki II Kecamatan Mapanget Kota Manado melalui pengecekan data dalam bentuk informasi, mengidentifikasi, mengevaluasi dan menetapkan rencana untuk perubahan ke arah yang lebih baik. Tempat penelitian ini adalah Kelurahan Paniki II Kecamatan Mapanget Kota Manado.

Fokus penelitian ini diarahkan pada berita hoax facebook khususnya dengan konten agama dan politik pada perilaku masyarakat Kelurahan Paniki II Kecamatan Mapanget Kota Manado. Beberapa aspek yang menjadi fokus penelitian adalah:

- 1) Bentuk atau isi pesan politik dan agama yang disampaikan dalam berita hoax facebook.
- 2) Cara masyarakat kelurahan Paniki II menanggapi isi pesan politik dan agama yang muncul dalam berita hoax facebook

3) Efek atau akibat yang ditimbulkan dari pesan politik dan agama dalam berita hoax facebook bagi perilaku masyarakat Kelurahan Paniki II

Informan dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *purposif sampling* yang mana peneliti menentukan kriteria mengenai informan mana saja yang dapat diambil. Kriteria tersebut dimaksudkan untuk dapat memilih informan yang benar-benar kompeten dan dapat dipercaya di kalangan masyarakat, khususnya di kelurahan Paniki II yang berjumlah 8 orang.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Maksud mengadakan wawancara, seperti ditegaskan oleh Lincoln, Yvona S, dan Egon G., Guba, (1985: 226) antara lain : mengonstruksi mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain-lain. Studi dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui arsip-arsip tertulis yang berasal dari sumber. Adapun dokumentasi yang dimaksud adalah mengumpulkan data-data seperti catatan di kantor kelurahan, foto dalam bentuk pelayanan yang dilakukan, serta dokumen-dokumen kantor kelurahan.

Dalam penelitian ini, teknik analisis data dilakukan sepanjang penelitian berlangsung. Sejak pengumpulan data dimulai, analisis data dilangsungkan secara terus menerus hingga pembuatan laporan penelitian. Laporan itu hendaknya merupakan penyajian data secara analitis dan deskriptif yang telah dikumpulkan dan ditafsirkan secara sistematis.

IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Wawancara Penelitian

Temuan hasil wawancara dilakukan terhadap delapan informan kunci dalam penelitian mengenai tiga masalah utama penelitian, ditemukan hasil yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Isi Pesan Yang Disampaikan Dalam Berita Hoax Facebook

Isi pesan yang disampaikan dalam berita hoax facebook saat ini kebanyakan adalah berita bohong dan hal yang tidak benar karena inti dari berita hoax adalah kebohongan. Dan umumnya berhubungan dengan masalah politik, golongan agama, budaya, produk kecantikan dan kesehatan dan Ras dan masih banyak lagi lewat foto, video, dan narasi. Yang terbanyak adalah isi pesan hoax facebook politik dan agama lewat foto video dan berita.

2. Cara masyarakat kelurahan Paniki II menanggapi isi pesan berita hoax facebook

Caranya adalah mencari referensi berita serupa dari situs resmi; Untuk hoax berupa gambar, dicek kembali keaslian di *Google Image*; Cermati alamat situs; Teliti dalam membaca informasi; Periksa fakta; dan Tidak *share* artikel, foto, ataupun pesan berantai tanpa membaca dan yakin akan kebenarannya; Ada juga yang berbagi cerita dengan teman atau tetangga, cuek dan ada juga yang mengecek kebenaran informasi tersebut kepada pihak lain atau di internet; Menelusuri secara seksama sumber berita tersebut; Menanggapinya secara wajar dan tidak berlebihan; Kebanyakan tidak menyebarkan atau tidak terpengaruh dan

justru ada hoax yang kami jadikan lelucon; Tidak dengan serius; Sebagai lelucon dan ada juga yang cuek dengan isi pesan berita bohong itu; dan Jangan percaya tetapi harus meluruskannya.

3. Efek atau akibat yang ditimbulkan dari berita hoax bagi perilaku masyarakat Kelurahan Paniki II

Efek yang ditimbulkan sesuai hasil wawancara adalah: biasa saja karena selama ini umumnya masyarakat kelurahan di sini tidak terpengaruh dengan pemberitaan atau informasi tidak benar yang disebar di facebook; Memunculkan kecemasan dan kekhawatiran serta kebencian antar satu orang atau lembaga dengan orang atau lembaga lain; Tergantung jenis hoax. Secara khusus di kelurahan paniki dua ini efek hoax itu kurang mengena di masyarakat karena peran media; Efek positif masyarakat bisa lebih hati-hati dalam melihat berita dan menyebarkan berita media sosial facebook. efek negatif bagi anak-anak yang belum matang secara mental; Hoax kadang mendatangkan efek positif. lewat berita bohong, kami bisa saling berjumpa dengan tetangga atau teman; Membuat masyarakat lebih hati-hati dalam melihat berita dan juga dalam menggunakan media sosial; Pembohongan publik dan efeknya bisa mengancam kebersamaan hidup; dan Adanya pembodohan publik di ranah jejaring sosial.

4.2. Hasil Observasi dan Studi Dokumentasi

1. Isi Pesan Yang Disampaikan Dalam Berita Hoax Facebook

Hasil observasi di lapangan dan studi dokumentasi mengenai berita hoax di wilayah kelurahan Paniki Dua diketahui bahwa hoax pada prinsipnya merupakan sebuah kebohongan yang dibuat sedemikian rupa sehingga hal tersebut seolah-olah adalah sebuah kebenaran. Berdasarkan data terbaru hasil observasi dan studi dokumentasi ditemukan bahwa di tahun 2018-2019 ini banyak sekali berita bohong yang beredar di lingkungan masyarakat. Secara khusus penyebaran berita hoax melalui facebook menduduki tempat tertinggi dibandingkan dengan penyebaran melalui media sosial lain seperti whatsapp dan twitter atau instagram. Sedangkan konten berita hoax yang paling dominan adalah konten politik. Hal ini sebagaimana hasil studi dokumentasi yang diperoleh dari *Media Realise* Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo) sebagaimana terdapat dalam grafik sebagai berikut:

Konten berita politik menduduki tempat tertinggi pada bulan september 2018 dengan 69%. Sedangkan pemanfaatan facebook sebagai sarana penyalur berita hoax menempati posisi tertinggi dalam daftar dengan 429 hoaks beredar melalui Facebook (43,03%), disusul oleh kombinasi berbagai saluran sebanyak 137 hoaks (13,74%) dan WhatsApp sebanyak 114 hoaks (11,43%). Saluran peredaran ini diidentifikasi melalui laporan publik mengenai hoaks. Berdasarkan pemetaan, FB sebagai saluran penyebaran hoaks terbanyak ditemukan di bulan September dengan 62 hoaks (61,39%). Saluran kombinasi paling banyak ditemukan pada hoaks di bulan Oktober sebanyak 31 hoaks (27,93%). Sedangkan saluran berupa aplikasi chat online WhatsApp ditemukan paling banyak di bulan Maret dan Desember, masing-masing sebanyak 13 hoaks. Ini berarti, di bulan Maret proporsi hoaks yang disebar di WhatsApp sebanyak 16,45%, sementara di bulan Desember 2018 proporsi sejenis mencapai 14,77%.

2. Cara masyarakat Kelurahan Paniki II menanggapi isi pesan berita hoax facebook

Menghadapi isi pesan dalam berita hoax facebook tersebut, Kelurahan Paniki Dua melalui pemerintah Kecamatan dan Kelurahan yang di bawah pimpinan Walikota Manado selalu menyerukan seruan untuk memerangi hoax di tengah masyarakat. Hal yang sama juga mendapat dukungan dari pemerintah provinsi, melalui Sekretaris Provinsi Sulawesi Utara yang menghimbau kepada seluruh masyarakat untuk memerangi hoax. Beliau menyatakan “marilah kita menghindari hoax dan berita bohong. Media massa dan pemerintah selaku pembuat kebijakan memiliki peran dalam menangkal hoax.” Cara yang ditempuh adalah melalui pencitraan pada tingkat media yang berafiliasi di wilayah provinsi Sulut dan juga kebijakan pemerintah. Selain media lokal seperti Manadopost, Tribun Manado, Metro, Komentar dan media lainnya yang ada, seruan memerangi hoax juga disampaikan oleh semua lembaga pemerintahan pada tingkat provinsi sampai pada tingkat kelurahan dan lingkungan. Selain hal tersebut, peran masyarakat melalui media sosial sangat penting. Pemanfaatan media sosial secara baik dan positif sangat diharapkan demi menghindari beredarnya berita hoax yang berpotensi menimbulkan permusuhan dan perselisihan.

Peran masyarakat dalam memerangi berita bohong atau hoax sangat penting karena jika dilihat dari cara bekerjanya hoax sampai kepada masyarakat, dimulai dari tiga elemen kunci, yakni Persepsi, Mindset, dan kesehatan mental (*mental health*). Ketiga elemen kunci ini akan menghasilkan perilaku (Ratih Ibrahim, 2019: 24).

Secara khusus mengenai hoax di bidang politik, ditemukan data sebagai berikut:

Sumber: Ratih Ibrahim, M.M. (2019). Ancaman Hoax Jelang Pemilu 2019
Sedangkan platform media sosial untuk penyebaran hoax antara lain adalah Facebook, Twitter dan Whatsapp. Dari ketiga media sosial ini, yang paling menonjol adalah facebook. Hal ini dapat dilihat dalam diagram penyebaran hoax politik sejak Januari 2018 sampai Februari 2019 sebagai berikut:

Sumber: Ratih Ibrahim, (2019). Ancaman Hoax Jelang Pemilu 2019

3. Efek atau akibat yang ditimbulkan dari berita hoax bagi perilaku masyarakat Kelurahan Paniki II

Berdasarkan data hasil studi dokumentasi dan observasi, ditemukan bahwa dampak pemberitaan hoax melalui media sosial facebook di bidang politik cukup besar. Hal ini sebagaimana dikemukakan Ratih Ibrahim sebagai berikut:

Gambar tersebut menunjukkan bahwa dampak yang ditimbulkan adalah meningkatnya *Hatred, Suspicion, Resentment, Hostility, dan Violence*. Atau dengan kata lain, meningkatnya kebencian, kecurigaan, kebencian, permusuhan, dan kekerasan. Sedangkan dampak lainnya adalah menurunnya *Trust, Respect, Appreciation, Openness, Honesty, Compassion, Understanding, dan Common ground and goals*. Atau dengan kata lain, menurunnya kepercayaan, kehormatan, apresiasi, keterbukaan, kejujuran, kasih sayang, pengertian dan kesamaan dan tujuan.

4.3. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Bentuk Atau Isi Pesan Politik Dan Agama Yang Disampaikan Dalam Berita Hoax Facebook

Berdasarkan temuan penelitian yang diperoleh di atas melalui wawancara, studi dokumentasi dan observasi, diketahui bahwa masyarakat Kelurahan Paniki Dua memahami berita hoax dan penyebarannya baik di tingkat kelurahan sampai pada tingkat nasional. Hal ini bisa dilihat dalam temuan penelitian. Berdasarkan temuan penelitian tersebut, dapat dikemukakan bahwa bentuk atau isi pesan politik dan agama yang paling dominan dalam pemberitaan hoax sejak tahun 2018 sampai tahun 2019. Di antara kedua jenis berita hoax ini, yang paling dominan adalah berita hoax politik. Agar lebih jelasnya, berikut ini adalah pemaparan hasil penelitian mengenai bentuk atau isi pesan politik dan agama yang disampaikan dalam berita hoax facebook.

1. Isi pesan dalam berita hoax facebook saat ini kebanyakan adalah masalah politik, agama dan Ras. Bentuk pesan adalah foto, video, dan narasi
2. Isi pesan dalam berita hoax ada yang isinya tentang politik, agama, ras, budaya, produk kecantikan dan kesehatan, dan masih banyak lagi. Yang terbanyak adalah isi pesan hoax facebook politik dan agama lewat foto video dan berita.
3. Ada yang bernuansa politik, agama, budaya, golongan, dan ras atau suku yang disampaikan dalam bentuk foto atau video.
4. Berita bohong politik dan berita agama dalam bentuk foto dan video
5. Hal yang tidak benar karena inti dari berita hoax adalah kebohongan.
6. konten-konten yang berbau politik dan agama dan semuanya adalah pesan bohong atau tidak benar.
7. kebohongan yang terdiri dari konten politik, konten agama, konten budaya, konten ras, konten produk dan lain sebagainya.
8. Berisi kebohongan.

Dari kesimpulan jawaban informan tentang isi dan bentuk berita bohong facebook tersebut, dapat disimpulkan bahwa bentuk atau isi pesan politik dan agama yang disampaikan dalam berita hoax facebook antara lain:

- a) Isi berita hoax facebook umumnya menyangkut kebohongan tentang masalah politik, agama, ras, suku, budaya, produk kecantikan dan kesehatan.

Berdasarkan kategori isi berita tersebut, konten berita politik menduduki tempat tertinggi pada bulan september 2018 dengan 69%. Sedangkan pemanfaatan facebook sebagai sarana penyalur berita hoax menempati posisi tertinggi dalam daftar dengan 429 hoaks beredar melalui Facebook (43,03%). Konten agama menduduki posisi kedua dengan posisi tertinggi pada bulan oktober dengan presentase 19%. Isi berita yang paling banyak dijadikan hoax dalam bidang politik adalah mengenai pasangan calon presiden nomor 01 dengan hoax terbanyak sejak januari sampai dengan desember 2018 adalah sebanyak 75 hoax (28,96%) menyusul pemerintah 60 hoax (23,16%). Sedangkan pada bulan januari 2019, jumlah hoax terbanyak adalah Paslon 02 dengan jumlah hoax 21 (36,20%), menyusul hoax 01 dengan jumlah hoax 19 (32,75%). Pada bulan februari 2019, jumlah hoax terbanyak adalah Paslon 01 dengan 28 hoax (39,43%) dan menyusul figur terkemuka sebanyak 20 hoax (28,17%).

b. Bentuk berita bohong facebook umumnya berbentuk foto atau gambar, video dan narasi atau berita.

Bentuk berita bohong facebook yang terdiri dari foto, video dan narasi ini dapat dilihat dalam beberapa contoh sebagai berikut:

1. Hoax bidang politik di facebook:

Hoax tentang kebangkitan PKI pada awal 2018. Kasus pemukulan terhadap seorang kyai atau tokoh agama. Setelah tertangkap pelakunya ternyata adalah orang gila. Beberapa oknum yang tidak bertanggung jawab menarasikan kejadian tersebut sebagai tanda-tanda kebangkitan PKI. Isu ini menjadi makin viral pada 2018, seiring dengan dinamika politik Indonesia.

2. *Hoax* bidang agama di facebook antara lain:

a. Setelah Kementerian Agama resmi menerbitkan kartu nikah bagi pasangan suami-istri untuk efisiensi dan akurasi data, beredar viral di media sosial sebuah gambar kartu nikah berwarna kuning dengan logo Kementerian Agama. Dalam kartu tersebut tercantum empat kolom istri dan satu kolom suami lengkap dengan kolom nama dan tanggal pernikahan di masing-masing kolom istri. Informasi ini *hoax*.

b. Hoax penangkapan UAS.

Diberitakan bahwa Ustad Abdul Somas sudah ditangkap oleh pihak kepolisian yang nyatanya adalah merupakan sebuah *hoax* karena yang bersangkutan tidak ditangkap. Isu mengenai berita bohong ini semakin hangat dibicarakan di media sosial seiring dengan maraknya pemberitaan mengenai ceramah yang dilakukan oleh UAS beberapa tahun yang lalu dan sedang viral sekarang karena ada sebagian warga masyarakat yang melakukan laporan terhadap insiden ini. Isu penangkapan ini adalah sebuah berita bohong sebagaimana terlihat dalam gambar dan berita di bawah ini:

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa isi pesan dan bentuk berita bohong yang beredar dimasyarakat melalui media sosial facebook kebanyakan berbentuk berita bohong dalam beberapa aspek, antara lain di bidang agama, politik, etnis, kesehatan, bisnis, penipuan, bencana alam, kriminalitas, lalu lintas, dan peristiwa ajaib. Namun yang paling mendominasi penyebarannya adalah berita bohong politik dan agama. Hoax etnik merupakan konten yang berkaitan dengan segala hal mengenai kelompok sosial dalam sistem sosial atau kebudayaan yang mempunyai arti atau kedudukan tertentu karena keturunan, adat, agama, suku, bahasa, budaya dan sebagainya; Hoax Kesehatan memuat konten yang berkaitan dengan keadaan sehat jasmani maupun rohani; hoax bisnis merupakan konten yang memuat tentang segala usaha komersial; hoax penipuan memuat konten yang berkaitan dengan upaya menipu yang mengakibatkan kerugian di pihak yang ditipu baik berupa uang atau data pribadi; hoax bencana alam memuat konten yang terkait kejadian alam yang memakan korban; hoax kriminal memuat konten yang berkaitan dengan tindak kejahatan; hoax lalu lintas memuat konten yang berkaitan dengan lalu lintas, baik

itu berupa kebijakan atau insiden; dan hoax peristiwa ajaib memuat konten yang tidak lazim dan mustahil.

Hoax bidang agama adalah konten yang memuat segala hal yang berkaitan dengan ajaran, sistem yang mengatur tata keimanan dan peribadatan kepada Tuhan yang maha Kuasa serta tata kaidah yang berhubungan dengan pergaulan manusia dan manusia serta lingkungannya. Sedangkan hoax bidang politik adalah konten yang memuat segala hal yang berhubungan dengan penyelenggaraan negara, pembagian kekuasaan, berupa kebijakan atau cara-cara mempertahankan kekuasaan.

2. Cara Masyarakat Kelurahan Paniki II Menanggapi Isi Pesan Politik Dan Agama Yang Muncul Dalam Berita Hoax Facebook

Berdasarkan data penelitian di atas, diketahui bahwa cara masyarakat Kelurahan Paniki II menanggapi isi pesan politik dan agama yang muncul dalam berita hoax facebook adalah:

1. Mencari referensi berita serupa dari situs resmi; Untuk hoax berupa gambar, dicek kembali keaslian di *Google Image*; Cermati alamat situs; Teliti dalam membaca informasi; Periksa fakta; dan Tidak *share* artikel, foto, ataupun pesan berantai tanpa membaca dan yakin akan kebenarannya.
2. Berbagi cerita dengan teman atau tetangga, cuek dan ada juga yang mengecek kebenaran informasi tersebut kepada pihak lain atau di internet.
3. Menelusuri secara seksama sumber berita tersebut.
4. Menanggapinya secara wajar dan tidak berlebihan
5. Kebanyakan tidak menyebarkan atau tidak terpengaruh dan justru ada hoax yang kami jadikan lelucon.
6. Menanggapi tidak dengan serius
7. Sebagai lelucon dan ada juga yang cuek dengan isi pesan berita bohong itu.
8. Tidak percaya tetapi meluruskannya.

Kedelapan cara ini adalah sebuah kenyataan yang disampaikan oleh warga masyarakat kelurahan Paniki Dua. Berdasarkan hasil studi dokumentasi dan observasi, diketahui juga bahwa apa yang disampaikan oleh para narasumber tersebut juga sangat berhubungan dan sejalan dengan kehendak pemerintah Provinsi Sulawesi Utara. Pemprov melalui Sekretaris Provinsi Sulawesi Utara menghimbau kepada seluruh masyarakat untuk memerangi hoax. Beliau menyatakan “marilah kita menghindari hoax dan berita bohong. Media massa dan pemerintah selaku pembuat kebijakan memiliki peran dalam menangkal hoax.” Cara yang ditempuh adalah melalui pencitraan pada tingkat media yang berafiliasi di wilayah provinsi Sulut dan juga kebijakan pemerintah. Selain media lokal, seruan memerangi hoax juga disampaikan oleh semua lembaga pemerintahan pada tingkat provinsi sampai pada tingkat kelurahan dan lingkungan. Selain hal tersebut, peran masyarakat melalui media sosial sangat penting. Pemanfaatan media sosial secara baik dan positif sangat diharapkan demi menghindari beredarnya berita hoax yang berpotensi menimbulkan permusuhan dan perselisihan. Memerangi hoax di facebook bisa dilakukan dengan mengkampanyekan kebaikan dan hal-hal positif sesuai fakta melalui media sosial facebook.

Peran masyarakat dalam memerangi berita bohong atau hoax sangat penting karena jika dilihat dari cara bekerjanya hoax sampai kepada masyarakat, dimulai

dari tiga elemen kunci, yakni Persepsi, Mindset, dan kesehatan mental (*mental health*). Ketiga elemen kunci ini akan menghasilkan perilaku (Ratih Ibrahim, 2019: 24). Jadi kuncinya adalah cara memerangi hoax adalah dengan pembentukan pola pikir yang baik dan sehat yang akan menimbulkan persepsi yang positif dan akhirnya menghasilkan masyarakat yang memiliki mental yang sehat dan kuat untuk berkembang.

Oleh karena itu, maka dapat disimpulkan bahwa cara masyarakat Kelurahan Paniki II menanggapi isi pesan politik dan agama yang muncul dalam berita hoax facebook adalah dengan:

Pertama: mencari referensi berita serupa dari situs resmi; Untuk hoax berupa gambar, dicek kembali keaslian di *Google Image*; Cermati alamat situs; Teliti dalam membaca informasi; Periksa fakta; dan Tidak *share* artikel, foto, ataupun pesan berantai tanpa membaca dan yakin akan kebenarannya; Kedua, berbagi cerita dengan teman atau tetangga, cuek dengan berita hoax tersebut dan ada juga yang mengecek kebenaran informasi tersebut kepada pihak lain atau di internet; Ketiga, Menelusuri secara seksama sumber berita tersebut; Keempat, Menanggapinya secara wajar dan tidak berlebihan; Kelima, Tidak menyebarkannya dan menanggapinya hanya sebagai lelucon dan tidak serius; Keenam, Tidak percaya tetapi meluruskannya; Ketujuh, mengikuti himpauan pemerintah untuk memerangi hoax melalui media dengan mengkampanyekan berita positif melalui media sosial.

3. *Efek* atau Akibat Yang Ditimbulkan Dari Pesan Politik Dan Agama Dalam Berita *Hoax* Facebook Bagi Perilaku Masyarakat Kelurahan Paniki II

Berdasarkan hasil penelitian yang disampaikan di atas, diketahui bahwa efek atau akibat yang ditimbulkan dari berita hoax di facebook cukup besar, namun bagi masyarakat di kelurahan Paniki Dua, hal ini tidak menjadi sebuah persoalan yang cukup berat. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efek atau akibat yang ditimbulkan dari berita hoax bagi perilaku masyarakat Kelurahan Paniki II:

1. Efeknya biasa saja karena selama ini masyarakat kelurahan di sini tidak terpengaruh dengan pemberitaan atau informasi tidak benar yang disebar di facebook.
2. Memunculkan kecemasan dan kekhawatiran serta kebencian antar satu orang atau lembaga dengan orang atau lembaga lain.
3. Tergantung jenis hoax. Secara khusus di kelurahan paniki dua ini efek hoax itu kurang mengena di masyarakat karena peran media.
4. Mendatangkan efek positif karena masyarakat bisa lebih hati-hati dalam melihat berita dan menyebarkan berita media sosial facebook. Lewat berita bohong, kami bisa saling berjumpa dengan tetangga atau teman
5. Bisa mendatangkan efek negatif bagi anak-anak yang belum matang secara mental.
6. Membuat masyarakat lebih hati-hati dalam melihat berita dan juga dalam menggunakan media sosial.
7. Efeknya adalah adanya pembohongan publik di ranah jejaring sosial dan efeknya bisa mengancam kebersamaan hidup.

Berdasarkan ketujuh point efek tersebut, kita mengetahui bahwa efek atau akibat hoax mengandung dua unsur penting, yakni unsur positif dan unsur negatif.

Unsur positifnya adalah bahwa melalui berita bohong atau hoax di facebook, masyarakat bisa lebih hati-hati dalam menggunakan media sosial dan juga bisa berkembang dalam hal relasi sosial karena salah satu unsur yang menjadi kendala pemanfaatan media adalah semakin individualnya manusia dan berkurangnya relasi sosial, namun melalui kehadiran hoax, orang bisa terpancing untuk saling berkomunikasi dengan orang lain.

Unsur negatifnya adalah bahwa berita hoax facebook memunculkan kecemasan dan kekhawatiran serta kebencian antar satu orang atau lembaga dengan orang atau lembaga lain; mempengaruhi mental, pola pikir dan pola tindak khususnya bagi anak-anak yang belum matang secara mental; dan adanya pembohongan publik di ranah jejaring sosial dan efeknya bisa mengancam kebersamaan hidup.

Beberapa unsur efek berita bohong tersebut jika dihubungkan dengan hasil studi dokumentasi, maka sangat berhubungan dengan pendapat Ibrahim Ratih (2019) yang mengatakan, dampak yang ditimbulkan adalah meningkatnya kebencian, kecurigaan, kebencian, permusuhan, dan kekerasan. Dan juga menurunnya kepercayaan, kehormatan, apresiasi, keterbukaan, kejujuran, kasih sayang, pengertian dan kesamaan dan tujuan.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Isi berita hoax facebook umumnya menyangkut kebohongan tentang masalah politik, agama, ras, suku, budaya, produk kecantikan dan kesehatan. Namun yang paling dominan dalam pemberitaan sejak tahun 2018 sampai dengan februari 2019 adalah berita bohong facebook yang berkaitan dengan masalah politik dan agama. Adapun bentuk berita bohong facebook umumnya berbentuk foto atau gambar, video dan narasi atau berita.
2. Cara masyarakat Kelurahan Paniki II menanggapi isi pesan politik dan agama yang muncul dalam berita hoax facebook adalah dengan: Mencari referensi berita serupa dari situs resmi; Untuk hoax berupa gambar, dicek kembali keaslian di *Google Image*; Cermati alamat situs; Teliti dalam membaca informasi; Periksa fakta; dan Tidak *share* artikel, foto, ataupun pesan berantai tanpa membaca dan yakin akan kebenarannya; Kedua, berbagi cerita dengan teman atau tetangga, cuek dengan berita hoax tersebut dan mengecek kebenaran informasi tersebut kepada pihak lain atau di internet; Ketiga, Menelusuri secara seksama sumber berita tersebut; Keempat, Menanggapinya secara wajar dan tidak berlebihan; Kelima, Tidak menyebarkannya dan menanggapinya hanya sebagai lelucon dan tidak serius; Keenam, Tidak percaya tetapi meluruskannya; Ketujuh, mengikuti himpauan pemerintah untuk memerangi hoax melalui media dengan mengkampanyekan berita positif melalui media sosial.
3. Efek atau akibat hoax mengandung dua unsur penting, yakni unsur positif dan unsur negatif. Unsur positifnya adalah bahwa melalui berita bohong atau hoax di facebook, masyarakat bisa lebih hati-hati dalam menggunakan media sosial dan juga bisa berkembang dalam hal relasi sosial karena salah satu unsur yang menjadi kendala pemanfaatan media adalah semakin individualnya manusia dan berkurangnya relasi sosial, namun melalui kehadiran hoax, orang bisa terpancing untuk saling berkomunikasi dengan orang lain. Sedangkan unsur

negatifnya adalah bahwa berita hoax facebook memunculkan kecemasan dan kekhawatiran serta kebencian antar satu orang atau lembaga dengan orang atau lembaga lain; mempengaruhi mental, pola pikir dan pola tindak khususnya bagi anak-anak yang belum matang secara mental; dan adanya pembohongan publik di ranah jejaring sosial dan efeknya bisa mengancam kebersamaan hidup.

DAFTAR PUSTAKA

- Broersma, Marcel, (2013). *A Refracted Paradigm: Journalism, Hoaks and the Challenge of Trust*. Dalam Chris Peters & M.J. Broersma (eds) *Rethinking Journalism: Trust and Participation in a Transformed News Landscape*. (London: Routledge).
- Davies Alex. (2013). *Native Speaker and Native Users: Loss and Gain*, (Cambridge UK: Cambridge University Press).
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Cetakan kesembilanbelas. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya).
- Gunawan, Budi dan Barito Mulyo Ratmono, (2018). *Kebohongan di Dunia Maya*. (Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia).
- Hanson, Ward. (2000). *Pemasaran Internet*. (Jakarta: Penerbit Salemba Empat).
- Ibrahim, Ratih. (2019). *Ancaman Hoax Jelang Pemilu 2019*. (Jakarta: *The Indonesian Institute*, Selasa, 19 Maret).
- Kotler dan Armstrong (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran edisi keduabelas, Jilid I*. (Jakarta: Erlangga).
- Kusmiati dan Desminiarti. (1990). *Dasar-Dasar Perilaku*. Edisi I. (Jakarta : Pusdiknakes).
- Lincoln, Yvona S, dan Egon G., Guba. (1985). *Naturalistic Inquiry*, (Beverly Hills: Sage Publications).
- Mar'at, (1984). *Sikap Manusia, Perubahan Serta Pengukuran*. (Jakarta: Ghalia Indonesia).
- Moelong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya).
- Notoadmojo S. (2003). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. (Jakarta : CV Rineka Cipta).
- Sarwono, W. Sarlito, (2004). *Psikologi Remaja*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada).
- Silverman, Craig. (2015). *Journalism: A Tow/Knight Report. "Lies, Damn Lies, and Viral Content"*. Columbia Journalism Review (dalam bahasa Inggris).
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta)

Majalah, Jurnal dan Internet:

- Allcott, Hunt & Gentzkow, Matthew. (2017). *Social Media and Fake News in the 2016 Election*. *Journal of Economic Perspectives* Vol 31, No. 2, Spring 2017.
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Facebook> , diunduh tanggal 24 Februari 2019
- Ireton, C & Julie Posetti. 2018. *Jurnalism, 'Fake News' & Disinformation: Handbook for Jurnalism Education and Training*. France:

UNESCO <http://unesdoc.unesco.org/images/0026/002655/265552E.pdf>

Liputan6.com. "Kelompok Penyebar Hoax MCA dan Saracen, Serupa tapi Tak Sama". *liputan6.com*.

Robinson, dkk. *Riset di Brigham Young University, Mirror*, Jumat (7/7/2017).

Santoso, Audrey. "Polisi Sebut Saracen Tawarkan Proposal Jasa Kampanye Politik". *detiknews*.

Secor Marie dan Walsh, Linda (2004). *A Rhetorical Perspective on the Sokal Hoax: Genre, Style and Context*. Dalam *Written Communication* Vol.21.No.1, 2004 hlm. 69-91.

Sulut Update: "Sekdaprov Sulut Ajak Insan Pers Tangkal Berita Hoax", edisi 16 Maret 2019 jam 09:25

Tempo, *Wabah Hoax*, 8 Januari 2017.

Wijayanti, Sri. "Arti kata Hoax - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online". *www.kbbionline.com*.