

**PERSEPSI MAHASISWA JURUSAN KOMUNIKASI DAN  
PENYIARAN ISLAM TERHADAP PENYEBARAN  
BERITA HOAKS DI MEDIA SOSIAL**

**Musdalifah**

Email: [musdalifah@iainpalu.ac.id](mailto:musdalifah@iainpalu.ac.id)

**Nurdin Nurdin**

Email: [nnurdin@iainpalu.ac.id](mailto:nnurdin@iainpalu.ac.id)

**Fitriningsih Fitriningsih**

Email: [fitri@iainpalu.ac.id](mailto:fitri@iainpalu.ac.id)

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu

**Abstract:**

This paper discusses students' perception on hoax postings on social media sites. The focus of the study is to find out how students' of IAIN Palu perceive hoax dissemination on social media. This research is a qualitative study. In collecting data researchers used in-depth interview methods, observations, and documents. The subjects of this study are students majoring in Islamic Communication and Broadcasting starting from second semester two to the eight semester. The results of this study indicate that students have different perceptions on hoax dissemination, where some students realize that it is important to read, and examine carefully information or news received from social media sites, so that they can find out about the authenticity of the news or information, and it is not wise to share news that is not yet known to be true, and there are also some students who are actually involved in spreading hoaks due to trial and error.

**Keywords:** Hoax, students' perception, preaching students, IAIN Palu

**Abstrak:**

Tulisan ini membahas tentang Persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Palu terhadap penyebaran berita hoaks di media sosial. Adapun fokus masalah yang dibahas dalam tulisan ini adalah bagaimana persepsi mahasiswa komunikasi dan penyiaran Islam terhadap penyebaran berita hoaks di media sosial. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Dalam mengumpulkan data peneliti menggunakan metode wawancara secara mendalam (*in-dept interview*), observasi, dan dokument. Adapun sumber data penelitian ini adalah mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam mulai dari semester 2 sampai semester 8. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki persepsi yang berbeda-beda, dimana sebagian mahasiswa menyadari bahwa akan pentingnya membaca, dan meneliti suatu informasi atau berita yang diterima sehingga bisa mengetahui tentang keaslian berita ataupun informasi, dan tidak mudah menyebarkan sesuatu yang belum diketahui kebenarannya, dan ada pula sebagian mahasiswa yang justru ikut terlibat dalam melakukan penyebaran hoaks itu sendiri dengan alasan mencoba-coba, dan hanya sekedar ikut-ikutan.

**Kata Kunci:** Hoaks, Persepsi Mahasiswa, mahasiswa komunikasi dan penyiaran Islam, IAIN Palu.

**1. Pendahuluan**

Komunikasi dalam kehidupan modern tidak hanya mengandalkan komunikasi *face to face* yang bersifat dua arah, namun komunikasi yang terjadi multi arah dan bisa berlangsung secara cepat dan massif<sup>1</sup>. Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi, media massa pun juga mengalami

---

<sup>1</sup> Nurdin, N. (2012). Penggunaan Media Sosial Online dalam Berdakwah: Kemungkinan Adopsi dan Strategi Pemanfaatannya. *Al-Misbah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*, 8(1), 177-198.

perkembangan yang pesat lebih dari masa-masa sebelumnya. Hal ini ditandai dengan munculnya media baru dalam hal ini adalah media online atau biasa disebut internet.<sup>2</sup> Istilah media baru telah digunakan sejak tahun 1990-an. Pada awal mulanya media online atau internet digunakan hanya untuk keperluan *Departement of Defense America* (Departemen Pertahanan Amerika) yang bertujuan untuk mempermudah dan mempercepat pertukaran informasi intelejen mereka pada saat itu.

Jumlah pengguna media sosial semakin bertambah <sup>3</sup>, tahun ini menurut riset dari perusahaan media *we are sosial* yang juga bekerjasama dengan *Hootsuite*, menyebut ada 150 juta pengguna media sosial Indonesia. Jumlah itu naik 20 juta pengguna dibanding riset pada 2018, masih seperti tahun lalu *facebook* menjadi aplikasi media sosial yang paling banyak digemari di Indonesia, dengan penetrasi 80% meski diterpa skandal keamanan setahun belakangan.<sup>4</sup>

Berdasarkan studi yang dilakukan statistika pada kuartal 3 tahun 2018 menunjukkan whatsapp menjadi aplikasi chatting yang paling populer dibandingkan dengan lain. Aplikasi tersebut tercatat memiliki tingkat penetrasi terhadap pengguna hingga 83%. Tingkat penetrasi ini melambungkan persentase dari jumlah pengguna aplikasi chatting dan total pengguna aktif sosial media di Indonesia.<sup>5</sup>

---

<sup>2</sup>Mutmainnah, "Respon Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Alauddin Makassar terhadap Hoax di Media sosial". Skripsi tidak diterbitkan (Makassar: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Alauddin Makassar, 2018), 1

<sup>3</sup> Nurdin, N., & Rusli. (2013). Spiritualising New Media: The Use of Social Media for Da'wah Purposes within Indonesian Muslim Scholars. *Jurnal Komunikasi islam*, 3(1), 1-21.  
<http://jki.uinsby.ac.id/index.php/jki/article/view/55>

<sup>4</sup>Reska K. Nistanto, Facebook jadi paling digemari di Indonesia (online) <https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/tekno/read/2019/02/05/11080097/facebook-jadi-medsos-paling-digemari-di-indonesia> diakses pada tanggal 3 oktober 2019

<sup>5</sup> Rayfur mudassir, Whatsapp dominasi chatting di Indonesia, persentase 83 persen (online)<https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/tekno/read/20190702/84/1119199/whatsapp-dominasi-chatting-di-indonesia-penetrasinya-83-persen> diakses pada tanggal 3 oktober 2019

Berdasarkan uraian di atas bahwa banyak sekali pengguna media sosial karena kehadiran media sosial mampu membantu seseorang untuk mendapatkan informasi dari segala bidang karena sifatnya cepat diakses. Media sosial merupakan suatu sarana komunikasi yang digunakan oleh sekelompok orang untuk bertukar informasi dan dilakukan secara daring.

Namun ini menyebabkan banyak penerima hoaks terpancing untuk segera menyebarkan kepada rekan sejawatnya sehingga akhirnya hoaks ini dengan cepat tersebar luas. Kata hoaks didasarkan pada sebuah film yang berjudul *The Hoax* yang banyak mengandung kebohongan dikarenakan plot naskah tidak sesuai dengan novel aslinya. Fenomena hoaks pada era pasca kebenaran batas antara ucapan yang benar dan dusta, antara kebenaran dan keculasan, antara fiksi dan non fiksi, jadi kabur. Ditambahkannya di era pasca kebenaran kita hidup di sebuah lingkungan yang tak menyediakan cukup penangkal kecenderungan kita mengelabui orang lain.

Hoaks adalah sebuah kabar bohong atau sebuah kabar yang tidak benar seperti memanipulasi pesan. Situasi kondisi dan problematika informasi dan komunikasi publik saat ini menimbulkan hoaks atau adanya persepsi negatif bagi pemerintah, swasta, maupun perorangan sekalipun. Fenomena hoaks di media sosial adalah masalah yang serius. Akibat dari hoaks tersebut dapat menimbulkan keresahan di kalangan masyarakat. Adapun data Indonesia Indicator menyebutkan sepanjang tahun 2016 ada 7.311 berita hoaks yang diekspos media. Artinya, rata-rata sebulan ada 609 dan 20 hoaks perhari.<sup>6</sup>

Melihat isu berita hoaks yang marak beredar di masyarakat, peneliti tertarik untuk menggali lebih dalam terkait persepsi mahasiswa tentang pemberitaan hoaks. Dalam penelitian ini, Mahasiswa Komunikasi dan penyiaran

---

<sup>6</sup>Ayu Rahmawati, "*Tingkat Literasi Media Mahasiswa Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Jakarta mengenai Informasi Hoax tentang Kebijakan Registrasi Pelanggan Jasa Telekomunikasi Berdasarkan Individual Competences Framework*". Skripsi tidak diterbitkan (Jakarta: Program Studi Komunikasi dan penyiaran Islam UIN Jakarta, 2018), 5

Islam IAIN Palu dijadikan subjek penelitian, karena penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa menjadi sebuah fenomena yang menarik. Fenomena yang terlihat yaitu, kapan pun dan dimana pun berada, mahasiswa tidak pernah terlepas dari media sosialnya, baik dalam kegiatan sehari-hari di kampus, maupun di luar kampus.

Alasan peneliti mengangkat judul ini karena peneliti sangat tertarik untuk mengetahui penyebaran berita hoaks di media sosial seperti *facebook*, dan *whatsapp*. Dalam waktu sehari peneliti menggunakan media sosial lebih dari empat jam, peneliti sering menemukan paling sedikit dua sampai tiga berita hoaks, mulai dari persoalan politik maupun kenaikan BBM yang peneliti temukan tersebar di *facebook* dan *whatsapp*, kemudian peneliti ingin mengetahui persepsi mahasiswa KPI menyikapi penyebaran berita hoax di media sosial. Observasi awal kepada mahasiswa KPI dilapangan peneliti menemukan (1) ada mahasiswa ketika mendapatkan berita atau informasi dia membaca terlebih dahulu jika berita tersebut menarik maka membagikannya tanpa menyaring berita. (2) ada mahasiswa mencari tahu kebenaran berita dari mana sumbernya, apakah berita tersebut benar atau bohong kemudian membagikannya. (3) ada mahasiswa menyikapi dengan acuh terhadap berita yang beredar di media sosial. Untuk itu tulisan ini akan membahas bagaimana persepsi Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Terhadap Penyebaran Berita Hoaks di Media Sosial. Tuannya adalah untuk member pemahaman kepada kita semua terkait bagaimana mencegah penyebaran hoaks dimasa mendatang khususnya di kalangan mahasiswa.

## **2. Tinjauan Pustaka**

### **2.1 Pengertian Hoaks**

Hoaks merupakan usaha untuk menipu atau mengakali pembaca dan pendengarnya untuk mempercayai sesuatu, padahal sang pencipta hoaks

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. Definisi lain menyatakan hoaks adalah suatu tipuan yang digunakan untuk mempercayai sesuatu yang salah dan seringkali tidak masuk akal yang melalui media online.<sup>7</sup>

Kebanyakan pengguna media sosial atau sering disebut netizen banyak menggunakan kata hoaks justru tak tahu bagaimana sejarah penggunaan kata hoaks itu sendiri, Kata hoaks sebenarnya muncul pertama kali di kalangan netizen Amerika, kata hoaks didasarkan pada sebuah judul film yang berjudul *The Hoax*. *The Hoax* adalah sebuah film drama Amerika 2006 yang disutradarai oleh Lasse Hallstrom. Diskenario oleh William Wheeler, film ini dibuat berdasarkan buku dengan judul yang sama oleh Clifford Irving dan berfokus pada biografi irving sendiri, serta Howard Hughes yang dianggap dianggap membantu menulis. Banyak kejadian yang diuraikan Irving dalam bukunya yang diubah atau dihilangkan dari film. Sejak itu, film hoaks dianggap sebagai film yang banyak mengandung kebohongan, sehingga kemudian banyak kalangan terutama para netizen yang menggunakan istilah hoaks untuk menggambarkan suatu kebohongan, lambat laun, penggunaan kata hoaks di kalangan netizen makin gencar.<sup>8</sup>

Orang lebih cenderung percaya hoaks jika informasinya sesuai dengan opini atau sikap yang dimiliki. Contohnya jika seseorang penganut paham bumi datar memperoleh artikel yang membahas tentang berbagai teori konspirasi mengenai foto satelit maka secara naluri orang tersebut akan mudah percaya karena mendukung teori bumi datar yang diyakininya. Secara alami perasaan

---

<sup>7</sup>Dedi Rianti Rahadi, “*Perilaku pengguna dan Informasiboaxdi media sosial*”. Jurnal Manajemen dan kewirausahaan 5, no. 1 (2017), 61.

<sup>8</sup> Andika, Asal mula dan pengertian hoax (online) <http://www.aneh.dunia.com/2012/06/asal-mula-dan-pengertian-kata-hoax.html>. diakses pada tanggal 31 juli 2019

positif akan timbul dalam diri seseorang jika opini atau keyakinannya mendapat afirmasi sehingga cenderung tidak akan mempedulikan apakah informasi yang diterimanya benardan bahkan mudah saja bagi mereka untuk menyebarkan kembali informasi tersebut. Hal ini dapat diperparah jika si penyebar hoaks memiliki pengetahuan yang kurang dalam memanfaatkan internet guna mencari informasi lebih dalam atau sekadar untuk cek dan ricek fakta.

Terdapat empat mode dalam kegiatan penemuan informasi melalui internet, diantaranya adalah:

#### 1. *Undirected viewing*

Pada *undirected viewing*, seseorang mencari informasi tanpa tahu informasi tertentu dalam pikirannya. Tujuan keseluruhan adalah untuk mencari informasi secara luas dan sebanyak mungkin dari beragam sumber informasi yang digunakan, dan informasi yang didapatkan kemudian disaring sesuai dengan keinginannya.

#### 2. *Conditioned viewing*

Pada *conditioned viewing*, seseorang sudah mengetahui akan apa yang dicari, sudah mengetahui topik informasi yang jelas, Pencarian informasinya sudah mulai terarah.

#### 3. *Informal search*

*Mode informal search*, seseorang telah mempunyai pengetahuan tentang topik yang akan dicari. Sehingga pencarian informasi melalui internet hanya untuk menambah pengetahuan dan pemahaman tentang topik tersebut. Dalam tipe ini pencari informasi sudah mengetahui batasan-batasan sejauh mana seseorang tersebut akan melakukan penelusuran. Namun dalam penelusuran ini, seseorang membatasi pada usaha dan waktu yang ia gunakan karena pada dasarnya, penelusuran yang dilakukan hanya bertujuan untuk menentukan adanya tindakan atau respon terhadap kebutuhannya.

#### 4. *Formal search*

Pada *formal search*, seseorang mempersiapkan waktu dan usaha untuk menelusur informasi atau topik tertentu secara khusus sesuai dengan kebutuhannya. Penelusuran ini bersifat formal karena dilakukan dengan menggunakan metode-metode tertentu. Tujuan penelusuran adalah untuk memperoleh informasi secara detail guna memperoleh solusi atau keputusan dari sebuah permasalahan yang dihadapi.<sup>9</sup>

Perilaku penyebaran hoaks melalui internet sangat dipengaruhi oleh pembuat berita baik itu individu maupun berkelompok, dari yang berpendidikan rendah sampai yang tinggi, dan terstruktur rapi. menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara seseorang yang memiliki keahlian khusus dalam menggunakan search engine dengan orang yang masih baru atau awam dalam menggunakan *search engine*. Mereka dibedakan oleh pengalaman yang dimiliki. Individu yang memiliki pengalaman lebih banyak dalam memanfaatkan *search engine*, akan cenderung lebih sistematis dalam melakukan penelusuran dibandingkan dengan yang masih minim pengalaman (*novice*).

Sejarah Islam, berita bohong, fitnah, atau hoaks pernah menimpa Rasulullah dan keluarganya. Hal tersebut terjadi ketika isteri beliau, Aisyah Radliyallahu Anha, dituduh selingkuh, dan beritanya menjadi viral atau menjadi perbincangan yang hangat dikalangan masyarakat Madinah pada saat itu. Peristiwa tersebut dinamakan hadits *al-Ifki*. Berita bohong ini menimpa istri Rasulullah saw, Aisyah Radliyallahu Anha. Ummul Mu'minin, setelah perang dengan Bani Mushtaliq pada bulan Sya'ban 5 H. Peperangan ini diikuti kaum munafik, dan turut pula Aisyah dengan Nabi berdasarkan undian yang diadakan antara istri-istri beliau. Dalam perjalanan mereka kembali dari peperangan, mereka berhenti pada suatu tempat. Aisyah keluar dari sekedupnya untuk suatu

---

<sup>9</sup>Susilawati, "*Tanggapan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin Terhadap Berita Palsu (Hoax) Pada Portal Berita*". Skripsi tidak diterbitkan (Makassar: Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, 2017), 49



keperluan, kemudian kembali. Tiba-tiba dia merasa kalungnya hilang, lalu dia pergi lagi mencarinya.

Sementara itu, rombongan berangkat dengan persangkaan bahwa Aisyah masih ada dalam sekedup. Setelah Aisyah mengetahui, sekedupnya sudah berangkat dia duduk di tempatnya dan mengaharapkan sekedup itu akan kembali menjemputnya. Kebetulan, lewat ditempat itu seorang sahabat Nabi, Shafwan bin Mu'aththal, diketemukannya seseorang sedang tidur sendirian dan dia terkejut seraya mengucapkan *Inna lillahi wa innailaihi raji'un*, isteri Rasul, Aisyah terbangun. Lalu dia dipersilahkan oleh Shafwan mengendarai untanya. Syafwan berjalan menuntun unta sampai mereka tiba diMadinah. Orang-orang yang melihat mereka membicarakannya menurut pendapat masing-masing. Mulailah timbul desas-desus. Kemudian kaum munafik membesarkannya, maka fitnahan atas Aisyah *Radliyallahu Anha*. itu pun bertambah luas, sehingga menimbulkan kegoncangan di kalangan kaum Muslimin.<sup>10</sup>

Dalam Al-Qur'an, berita bohong atau hoak dilarang dan menyebabkan dosa, seperti difirmankan Allah dalam QS. An-Nur: 11-12 yang terjemahannya sebagai berikut:

(11)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. (12) Mengapa di waktu kamu mendengar berita bohon itu orang-orang mukminin dan mukminat tidak bersangka baik terhadap diri mereka sendiri, dan

---

<sup>10</sup>Mutmainnah, "Respon Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Alauddin Makassar terhadap Hoax di Media sosial"...28

(mengapa tidak) berkata: Ini adalah suatu berita bohong yang nyata. (QS. An-Nur: 11-12)<sup>11</sup>

Berdasarkan ayat tersebut di atas peneliti menyimpulkan bahwa hoaks bukanlah hal yang baru terjadi di masa ini, di masa rasulpun hoaks telah menjadi salah satu penyebab pemecah belah persatuan umat. Sehingga Allah swt telah mewanti-wanti umat Islam agar tidak ceroboh ataupun gegabah dalam membenarkan sebuah berita yang disampaikan oleh orang fasik, apalagi berita tersebut belum terbukti kebenarannya.

Namun, menurut filologis Inggris, Robert Narez istilah *hoax* atau berita bohong, merupakan istilah dalam bahasa Inggris yang masuk sejak era industri. Diperkirakan pertama kali muncul pada 1808. asal kata hoax diyakini ada sejak ratusan tahun sebelumnya, yakni *hocus* dari mantra *hocus pocus*. Frasa yang kerap disebut oleh pesulap, serupa 'sim salabim'. Alexander Boese dalam bukunya, *Museum of Hoaxes*, mencatat hoax pertama yang dipublikasikan adalah almanak atau penanggalan palsu yang dibuat oleh Isaac Bickerstaff alias Jonathan Swift pada 1709. Saat itu, ia meramalkan kematian astrolog John Partridge. Agar meyakinkan publik, ia bahkan membuat obituari palsu tentang Partridge pada hari yang diramal sebagai hari kematiannya. Swift mengarang informasi tersebut untuk mempermalukan Partridge di mata publik. Partridge pun berhenti membuat almanak astrologi hingga enam tahun setelah hoaks beredar.<sup>12</sup>

Hoaks bertujuan untuk membuat opini publik, menggiring opini publik, membentuk persepsi juga untuk *having fun* yang menguji kecerdasan dan kecermatan pengguna internet dan media sosial. Tujuan penyebaran hoax

---

<sup>11</sup>Kemenag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: PT.Sigma Exa media Arkanleema, 2010), 353.

<sup>12</sup>Safira, Darimana asal-usul hoax (online)<http://news.liputan6.com/read/2820443/darimana-asal-usul-hoax>, diakses pada tanggal 31 Juli 2019

beragam tapi pada umumnya hoaks disebarakan 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.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Masyarakat Telematika (Mastel)

pada 13 februari 2017 menyatakan bahwa bentuk hoaks yang diterima, 62,10% tulisan, 37,50% gambar, dan selebihnya video.<sup>13</sup> Menurut David Harley dalam buku *Common Hoaxes and Chain Letter*, ada beberapa aturan praktis yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi hoax secara umum, yaitu:

- a. Informasi hoaks biasanya memiliki karakteristik surat berantai dengan menyertakan kalimat seperti Sebarkan ini ke semua orang yang Anda tahu, jika tidak, sesuatu yang tidak menyenangkan akan terjadi. Tidak ada situs sungguhan yang mengharuskan *user* untuk melakukan itu.
- b. Informasi hoaks biasanya tidak menyertakan tanggal kejadian atau tidak memiliki tanggal yang realistis atau bisa diverifikasi, misalnya kemarin atau dikeluarkan, pernyataan-pernyataan yang tidak menunjukkan sebuah kejelasan.
- c. Tidak diberitakan di media massa seperti tv, surat kabar dan lainnya.
- d. Tidak ada organisasi yang dapat diidentifikasi yang dikutip sebagai sumber informasi atau menyertakan organisasi tetapi biasanya tidak terkait dengan informasi. Siapapun bisa mengatakan: saya mendengarnya dari seseorang yang bekerja di *microsoft* (atau perusahaan terkenal lainnya).<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup>Masyarakat Telematika Indonesia (MASTEL). "Hasil Survey MASTEL tentang Wabah Hoax Nasional" situs resmi bkkbn. (online) [https://www.bkkbn.go.id/pocontent/uploads/Infografis\\_Hasil\\_Survey\\_MASTEL\\_tentang\\_Wabah\\_Hoax\\_Nasional.pdf](https://www.bkkbn.go.id/pocontent/uploads/Infografis_Hasil_Survey_MASTEL_tentang_Wabah_Hoax_Nasional.pdf). diakses pada tanggal 31 juli 2019

<sup>14</sup>Mutmainnah, "Respon Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Alauddin Makassar terhadap Hoax di Media sosial". Skripsi tidak diterbitkan...,25

# 1. Jenis-jenis hoaks

- a. (*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.
- b. *Clickbait* (Tautan jebakan) Tautan yang diletakkan secara strategis didalam 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.
- c. *Confirmation bias* (Bias konfirmasi) Kecenderungan untuk menginterpretasikan kejadian yang baru terjadi sebaik bukti dari kepercayaan yang sudah ada.
- d. *Misinformation* Informasi yang salah atau tidak akurat, terutama yang ditujukan untuk menipu.
- e. *Satire* Sebuah tulisan yang menggunakan humor, ironi, hal yang dibesar-besarkan.
- f. Untuk mengomentari kejadian yang sedang hangat.
- g. *Post-truth* (Pasca-kebenaran) kejadian di mana emosi lebih berperan daripada fakta untuk membentuk opini publik.
- h. Propaganda, Aktifitas menyebarluaskan informasi, fakta, argumen, gosip, setengah sebenarnya, atau bahkan kebohongan untuk mempengaruhi opini publik.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup>Ibid., 27

Ciri berita hoaks yang di paparkan dewan pers dalam bukunya Etika Menjaga dan Melindungi Dewan Pers yaitu:

1. Begitu disebar, berita hoax dapat mengakibatkan kecemasan, permusuhan dan kebencian pada masyarakat yang terpapar. Masyarakat yang terpapar berita hoax biasanya akan terpancing perdebatan. Jika sudah berdebat, mereka akan saling benci dan bermusuhan.
2. Ketidakjelasan sumber berita biasanya berasal dari pemberitaan yang tidak atau sulit terverifikasi.
3. Isi pemberitaan tidak berimbang dan cenderung menyudutkan pihak tertentu.
4. Sering bermuatan fanatisme atas nama ideologi. Judul dan pengantarnya provokatif, memberikan penghakiman bahkan penghukuman tetapi menyembunyikan fakta dan data. Biasanya juga mencatut tokoh tertentu.<sup>16</sup>

Berdasarkan uraian di atas peneliti menyimpulkan bahwa beredar berita hoax akan memberikan dampak negatif bagi masyarakat luas, sehingga menimbulkan permusuhan

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

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, penggunaan memiliki artiproses, cara perbuatan memakai sesuatu, atau pemakaian.<sup>17</sup> Penggunaan merupakan kegiatan dalam menggunakan atau memakai sesuatu seperti sarana atau barang. Menurut Ardianto dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Massa, tingkat penggunaan media dapat dilihat dari frekuensi dan durasi dari penggunaan media tersebut.<sup>18</sup> Menurut Lometti, Reeves, dan Bybee penggunaan media oleh individu dapat dilihat dari tiga hal, yaitu:

---

<sup>16</sup>Susilawati, “*Tanggapan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin Terhadap Berita Palsu (Hoax) Pada Portal Berita*”. Skripsi tidak diterbitkan...,48

<sup>17</sup>Depdiknas RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta : Balai Pustaka, 2002), 852

<sup>18</sup>Ardianto Elvinaro, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004), 125

- a. Jumlah waktu, hal ini berkaitan dengan frekuensi, intensitas, dan durasi yang digunakan dalam mengakses situs
- b. Isi media, yaitu memilih media dan cara yang tepat agar pesan yang ingin disampaikan dapat dikomunikasikan dengan baik.
- c. Hubungan media dengan individu dalam penelitian ini adalah keterkaitan pengguna dengan media sosial.<sup>19</sup>

Media sosial sendiri didefinisikan sebuah media online<sup>20</sup>, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Sosial media menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain Blog, *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, *Path*, dan *Wikipedia*.

Definisi lain dari sosial media juga di jelaskan oleh Van Dijk media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.<sup>21</sup> Menurut Shirky media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to co-operate*) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar

---

<sup>19</sup>Thea Rahmani, “*Penggunaan Media Sosial Sebagai Penguasaan Dasar-Dasar Fotografi Ponsel*”. Skripsi tidak diterbitkan (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016), 22

<sup>20</sup> Nurdin, N. (2014). To Dakwah Online or not to Dakwah Online. Da'i Dilemma in Internet Age. *Al-Mishbah : Jurnal Ilmu Komunikasi dan Dakwah*, 10(1), 21-33.

<sup>21</sup>Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), 11

kerangka institusional maupun organisasi. Media sosial adalah mengenai menjadi manusia biasa. Manusia biasa yang saling membagi ide, bekerjasama, dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berpikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan, dan membangun sebuah komunitas. Intinya, menggunakan media sosial menjadikan kita sebagai diri sendiri.<sup>22</sup>

Beberapa pengertian diatas tentang penggunaan media sosial maka dapat disimpulkan penggunaan media sosial adalah proses atau kegiatan yang dilakukan seseorang dengan sebuah media yang dapat digunakan untuk berbagi informasi, berbagi ide, berkreasi, berfikir, berdebat, menemukan teman baru dengan sebuah aplikasi online yang dapat digunakan melalui *smartphone* (telepon genggam).

Merebaknya situs media sosial yang muncul menguntungkan banyak orang dari berbagai belahan dunia untuk berinteraksi dengan mudah dan dengan ongkos yang murah ketimbang memakai telepon. Dampak positif yang lain dari adanya situs jejaring sosial adalah percepatan penyebaran informasi. Akan tetapi ada pula dampak negatif dari media sosial, yakni berkurangnya interaksi interpersonal secara langsung atau tatap muka, munculnya kecanduan yang melebihi dosis, serta persoalan etika dan hukum karena kontennya yang melanggar moral, privasi serta peraturan. Pada dasarnya media sosial dapat dibagi menjadi enam jenis, yaitu:

1. Proyek kolaborasi website, di mana user-nya diizinkan untuk dapat mengubah, menambah, atau pun membuang konten-konten yang termuat di website tersebut, seperti Wikipedia.
2. Blog dan microblog, di mana user mendapat kebebasan dalam mengungkapkan suatu hal di blog itu, seperti perasaan, pengalaman, pernyataan, sampai kritikan terhadap suatu hal, seperti Twitter.

---

<sup>22</sup>Ibid.,

3. Konten atau isi, di mana para user di website ini saling membagikan konten-konten multimedia, seperti-book, video, foto, gambar, dan lain-lain seperti *Instagram* dan *Youtube*.
4. Situs jejaring sosial, di mana user memperoleh izin untuk terkoneksi dengan cara membuat informasi yang bersifat pribadi, kelompok atau sosial sehingga dapat terhubung atau diakses oleh orang lain, seperti misalnya *Facebook*.
5. *Virtual game world*, di mana pengguna melalui aplikasi 3D dapat muncul dalam wujud avatar-avatars sesuai keinginan dan kemudian berinteraksi dengan orang lain yang mengambil wujud avatar juga layaknya di dunia nyata, seperti online game.
6. *Virtual sosial world*, merupakan aplikasi berwujud dunia virtual yang memberi kesempatan pada penggunanya berada dan hidup di dunia virtual untuk berinteraksi dengan yang lain. *Virtual sosial world* ini tidak jauh berbeda dengan virtual game world, namun lebih bebas terkait dengan berbagai aspek kehidupan, seperti *Second Life*.<sup>23</sup>

Muatan tentang media sosial diatas maka ciri-ciri media sosial adalah sebagai berikut:

1. Konten yang disampaikan dibagikan kepada banyak orang dan tidak terbatas pada satu orang tertentu
2. Isi pesan muncul tanpa melalui suatu gatekeeper dan tidak ada gerbang penghambat
3. Isi disampaikan secara online dan langsung
4. Konten dapat diterima secara online dalam waktu lebih cepat dan bisa juga tertunda penerimaannya tergantung pada waktu interaksi yang ditentukan sendiri oleh pengguna

---

<sup>23</sup>Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kemanterian Perdagangan RI (Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014), 26



5. Media sosial menjadikan penggunaanya sebagai creator dan aktor yang memungkinkan dirinya untuk beraktualisasi diri
6. Dalam konten media sosial terdapat sejumlah aspek fungsional seperti identitas, percakapan (interaksi), berbagi (sharing), kehadiran (eksis), hubungan (relasi), reputasi (status) dan kelompok (group).<sup>24</sup>

Berdasarkan uraian di atas bahwa tak bisa dipungkiri, media sosial dalam perkembangan media telah mengambil bentuk yang menandingi media-media konvensional atau tradisional, seperti televisi, radio, atau media cetak. Keunggulan itu dapat terjadi karena media sosial tidak membutuhkan tenaga kerja yang banyak, modal yang besar, dan tidak terikat oleh fasilitas infrastruktur produksi yang massif seperti kantor, gedung dan perangkat peliputan yang lain.

Ada beberapa jenis Media Sosial dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Aplikasi Media Sosial Berbagi Video (*Video Sharing*)

Aplikasi berbagi video tentu sangat efektif untuk menyebarkan beragam program pemerintah. Program tersebut dapat berupa kunjungan atau pertemuan di lapangan, keterangan pemerintah, diskusi publik tentang suatu kebijakan, serta berbagai usaha dan perjuangan pemerintah melaksanakan program-program perdagangan. Selain itu, tentu saja sebelum penyebaran, suatu video memerlukan tahap verifikasi sesuai standar berlaku.

Sebaliknya, pemerintah juga perlu memeriksa, membina serta mengawasi video yang tersebar dimasyarakat yang terkait dengan program perdagangan pemerintah. Sejauh ini, dari beragam aplikasi video sharing yang beredar setidaknya ada tiga program yang perlu diperhatikan, terkait dengan jumlah *user* dan komunitas yang telah diciptakan oleh mereka yakni YouTube, *Vimeo* dan *Daily Motion*.

b. Aplikasi Media Sosial Mikroblog

---

<sup>24</sup>Ibid., 27

Aplikasi mikroblog tergolong yang paling gampang digunakan di antara program-program media sosial lainnya. Peranti pendukungnya tak perlu repot menggunakan telepon pintar, cukup dengan menginstal aplikasinya dan jaringan internet. Aplikasi ini menjadi yang paling tenar di Indonesia setelah *Facebook*. Ada dua aplikasi yang cukup menonjol dalam masyarakat Indonesia, yakni Twitter dan *Tumblr*.

#### c. Aplikasi Media Sosial Berbagi Jaringan Sosial

Setidaknya ada tiga aplikasi berbagi jaringan sosial yang menonjol dan banyak penggunanya di Indonesia, khususnya untuk tipe ini. Yakni *Facebook*, Google Plus, serta Path. Masing-masing memang memiliki kelebihan dan kekurangan tersendiri. Namun pada umumnya, banyak pakar media sosial menganjurkan agar tidak menggunakan aplikasi berbagi aktivitas sosial ini jika menyangkut urusan pekerjaan atau hal-hal yang terkait profesi (pekerjaan). Aplikasi ini menurut mereka lebih tepat digunakan untuk urusan yang lebih bersifat santai dan pribadi, keluarga, teman, sanak saudara, kumpul-kumpul hingga arisan.

Namun karena penggunaannya yang luas, banyak organisasi dan bahkan lembaga pemerintah membuat akun aplikasi ini untuk meluncurkan program, misi dan visinya. Walau begitu, agar lebih kenal dengan segmentasi pengguna dan karakter aplikasi ini, maka penerapan bahasa dan tampilan konten yang akan disebarkan juga harus lebih santai, akrab, disertai contoh kejadian lapangan. Lebih baik lagi jika disertai dengan foto atau infografis.

#### d. Aplikasi Berbagi Jaringan Profesional

Para pengguna aplikasi berbagi jaringan profesional umumnya terdiri atas kalangan akademi, mahasiswa para peneliti, pegawai pemerintah dan pengamat. Dengan kata lain, mereka adalah kalangan kelas menengah Indonesia yang sangat berpengaruh dalam membentuk opini masyarakat. Sebab itu, jenis aplikasi ini sangat cocok untuk mempopulerkan dan menyebarkan misi perdagangan yang

banyak memerlukan telaah materi serta hal-hal yang memerlukan perincian data. Juga efektif untuk menyebarkan dan mensosialisasikan perundang-undangan atau peraturan-peraturan lainnya. Sejumlah aplikasi jaringan profesional yang cukup populer di Indonesia antara lain *LinkedIn*, *Scribd* dan *Slide share*.

e. Aplikasi Berbagi Foto

Aplikasi jaringan berbagi foto sangat populer bagi masyarakat Indonesia. Sesuai karakternya, aplikasi ini lebih banyak menyebarkan materi komunikasi sosial yang lebih santai, tidak serius, kadang-kadang banyak mengandung unsur-unsur aneh, eksotik, lucu, bahkan menyeramkan. Sebab itulah, penyebaran program pemerintah juga efektif dilakukan lewat aplikasi ini. Tentu saja, materi yang disebarkan juga harus menyesuaikan karakter aplikasi ini. Materi itu dapat berupa kunjungan misi perdagangan ke daerah yang unik, eksotik, pasar atau komunitas perdagangan tertentu. Beberapa aplikasi yang cukup populer di Indonesia antara lain *Pinterest*, *Picasa*, *Flicker* dan *Instagram*.<sup>25</sup>

Media sosial memiliki beberapa fungsi dapat dilihat sebagai berikut :

- a. Mediasosialadalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teknologi web.
- b. Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak *audience (one to many)* menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak *audience (many to many)*.
- c. Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup>Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kemantrian Perdagangan RI...,65-68

<sup>26</sup>Ibid.,

Media sosial merupakan bagian dari sistem relasi, koneksi dan komunikasi. Berikut ini sikap yang harus kita kembangkan terkait dengan peran, dan manfaat media sosial:

a. Sarana belajar, mendengarkan, dan menyampaikan.

Berbagai aplikasi media sosial dapat dimanfaatkan untuk belajar melalui beragam informasi, data dan isu yang termuat di dalamnya. Pada aspek lain, media sosial juga menjadi sarana untuk menyampaikan berbagai informasi kepada pihak lain. Konten-konten di dalam media sosial berasal dari berbagai belahan dunia dengan beragam latar belakang budaya, sosial, ekonomi, keyakinan, tradisi dan tendensi. Oleh karena itu, benar jika dalam arti positif, media sosial adalah sebuah ensiklopedi global yang tumbuh dengan cepat. Dalam konteks ini, pengguna media sosial perlu sekali membekali diri dengan kekritisian, pisau analisa yang tajam, perenungan yang mendalam, kebijaksanaan dalam penggunaan dan emosi yang terkontrol.

b. Sarana dokumentasi, administrasi dan integrasi.

Berbagai aplikasi media sosial pada dasarnya merupakan gudang dan dokumentasi beragam konten, dari yang berupa profil, informasi, reportase kejadian, rekaman peristiwa, sampai pada hasil-hasil riset kajian. Dalam konteks ini, organisasi, lembaga dan perorangan dapat memanfaatkannya dengan cara membentuk kebijakan penggunaan media sosial dan pelatihannya bagi segenap karyawan, dalam rangka memaksimalkan fungsi media sosial sesuai dengan target-target yang telah dicanangkan. Beberapa hal yang bisa dilakukan dengan media sosial, antara lain membuat blog organisasi, mengintegrasikan berbagai lini di perusahaan, menyebarkan konten yang relevan sesuai target di masyarakat, atau memanfaatkan media sosial sesuai kepentingan, visi, misi, tujuan, efisiensi, dan efektifitas operasional organisasi.

c. Sarana perencanaan, strategi dan manajemen.

Akan diarahkan dan dibawa ke mana media sosial, merupakan domain dari penggunaannya. Oleh sebab itu, media sosial di tangan para pakar manajemen dan marketing dapat menjadi senjata yang dahsyat untuk melancarkan perencanaan dan strateginya. Misalnya saja untuk melakukan promosi, menggaet pelanggan setia, menghimpun loyalitas customer, menjajaki market, mendidik publik, sampai menghimpun respon masyarakat.<sup>27</sup>

Berdasarkan uraian di atas peneliti menyimpulkan bahwa media sosial berfaedah untuk melakukan kontrol organisasi dan juga mengevaluasi berbagai perencanaan dan strategi yang telah dilakukan. Ingat, respons publik dan pasar menjadi alat ukur, kalibrasi dan parameter untuk evaluasi. Sejauh mana masyarakat memahami suatu isu atau persoalan, bagaimana prosedur-prosedur ditaati atau dilanggar publik, dan seperti apa keinginan dari masyarakat, akan bisa dilihat langsung melalui media sosial. Pergerakan keinginan, ekspektasi, tendensi, opsi dan posisi pemahaman publik akan dapat terekam dengan baik di dalam media sosial. Oleh sebab itu, media sosial juga dapat digunakan sebagai sarana preventif yang ampuh dalam memblok atau memengaruhi pemahaman publik.

### 3. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan merupakan asumsi yang mendasari dalam menggunakan pola pikir yang digunakan untuk membahas objek penelitian<sup>28</sup>. Dalam Penelitian karya ilmiah ini, peneliti menggunakan metode pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian dilakukan di IAIN dengan narasumber mahasiswa jurusan komunikasi dan Penyiaran Islam semester dua sampai semester delapan.

---

<sup>27</sup>Ibid.,37

<sup>28</sup> Nurdin, N. (2017a). Research in Online Space: The Use of Social Media for Research Setting *Jurnal Sistem Informasi (Journal of Information System)*, 13(1), 67-77.

Data penelitian ini dikumpul melalui observasi lapangan, wawancara mendalam (in-Dept interview), dan data dari dokumen tertulis. Peneliti juga menggunakan data yang bersumber dari pengamatan berbagai posting yang ada distatus akun media sosial mahasiswa tersebut<sup>29</sup>. Sedangkan data di analisa dengan menggunakan pendekatan grounded theory dari Corbin dan Strauss (2003)<sup>30</sup>. Hasil transkrip wawancara di analisa untuk membangun tema-tema yang didapat dalam hasil wawancara.

#### **4. Hasil dan Pembahasan**

##### ***A. Persepsi Terhadap Penyebaran Berita Hoaks***

Pada kemajuan teknologi informasi pada saat ini tidak hanya memberikan dampak yang positif akan tetapi juga memberikan dampak negatif, dengan penyampaian informasi dari berbagai sumber, tanpa mencari tahu akan informasi yang di dapatkan benar atau tidak benar, salah satunya adalah penyebaran berita hoaks.

Hoaks merupakan berita yang tidak benar atau berita bohong, namun hoaks sering kali kita temukan di aplikasi yang berbasis *online* baik *Facebook* ataupun *Whatsapp*, di kalangan mahasiswa sendiri hoaks bukanlah suatu hal yang baru khususnya mahasiswa KPI, karena mahasiswa KPI adalah pengguna *gadget* aktif.

Hasil wawancara dengan saudara Muhaimin Ramadhan salah satu mahasiswa KPI semester 8 mengatakan bahwa:

---

<sup>29</sup> Nurdin, N. (2017a). Research in Online Space: The Use of Social Media for Research Setting *Jurnal Sistem Informasi (Journal of Information System)*, 13(1), 67-77.

<sup>30</sup> Nurdin, N., Stockdale, R., & Scheepers, H. (2013). The Use of Social Media to Gather Qualitative Data: A Case of Government E-Procurement Implementation and Use. 24th Australasian Conference on Information Systems (ACIS)

Berita hoaks sangat tidak ada manfaatnya dan dapat menimbulkan ketakutan pada seseorang maupun kecemasan pada seseorang padahal berita yang di sebarkan tidak benar.<sup>31</sup>

Hoaks dalah berita yang tidak bermanfaat yang di mana akan menimbulkan ke khawatiran bagi si penerima hoaks, terlebih lagi informasi yang disebarkan adalah informasi yang tidak benar atau hoaks.

Adanya pemberitaan hoaks di media sosial tentu akan berpengaruh besar. Jangan sampai mereka menulis apalagi menyebarkan kembali informasi yang salah kepada *audience* lainnya karena dampaknya bisa fatal. Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam juga telah mempelajari segala unsur komunikasi mulai dari komunikator, komunikan, pesan, media, dan efek termaksud kemampuan dalam literasi media. Sudah sepatutnya mereka dapat memberikan contoh kepada mahaiswa lainnya tentang sehat bermedia termaksud dari segi menyikapi berita hoaks. Namun, tidak mungkin ternyata sebagian dari mahasiswa khususnya mahasiswa KPI masih ada yang belum bisa mem filter pesan yang di terima dan membedakan antara hoaks dan tidak.

Seperti wawancara salah satu mahasiswa KPI semester 8 saudari Yulianti Ningsi yang mengatakan:

Baru bulan kemarin itu menyebarkan hoaks tentang internet 30 gb itu Dari telkomsel dan setelah saya kirimkan ke group teman saya langsung mengirim foto potongan Koran itu mengenai hoaks untuk data internet tersebut.<sup>32</sup>

Lebih teliti lagi dalam memilih informasi yang akan di sebarkan telebih lagi informasi yang meng iming-imingkan sesuatu yang gratis seperti kuota internet

---

<sup>31</sup>Wawancara pribadi via *whatsapp* dengan Muhaimin Ramadhan Mahasiwa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Wawancara pada Tanggal 19 April 2020

<sup>32</sup>Yulianti Ningsi, Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Wawancara pada Tanggal 20 April 2020

30 gb yang pada kenyataannya informasi tersebut adalah informasi yang tidak benar.

Berbeda dengan mahasiswa KPI semester 8 atas nama Rizky kartika yang sama sekali belum pernah menyebarkan berita hoaks dalam wawancaranya ia mengatakan bahwa:

Saya belum pernah menyebarkan berita hoaks karena memanag saya jarang meng *update* status atau story.<sup>33</sup>

Tidak hanya Rizky kartika mahasiswa KPI lainnya semester 6 atas nama Yusril dalam hasil wawancaranya ia mengatakan bahwa:

Jadi sejauh ini saya belum pernah membagikan posting-postingan yang memang ternyata usul dari berita tersebut ataupun keaslian berita tersebut itu memang bersifat hoaks.<sup>34</sup>

Dari 2 penjelasan mahasiswa KPI di atas, mereka sangatlah bijak dalam melihat berita atau informasi, di mana mereka tidak pernah menyebarkan berita yang belum jelas keaslian berita tersebut.

Hoaks biasanya disebarkan lewat *broadcasting* via *whatsapp* atau berita-berita dari laman yang kurang jelas sumbernya. Hal terbaik yang dapat kamu lakukan adalah mengkonfirmasi ulang berita tersebut dengan menanyakan kebenarannya kepada orang-orang yang menyebarkan berita. jika kamu menemukan berita hoaks dari laman berita, cobalah untuk mengoogling apakah hal tersebut benar adanya.

Dalam melihat maraknya penyebaran hoaks di media sosial ada langkah sederhana yang dapat membantu dalam menghadapi berita hoaks di media sosial berikut langkahnya:

---

<sup>33</sup>Wawancara pribadi via *whatsapp*,denagn Rizky Kartika Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Wawancara pada Tanggal 23 April 2020

<sup>34</sup>Wawancara pribadi via *whatsapp*,dengan Yusril Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Wawancara pada Tanggal 23 April 2020



1. Ikut serta dalam sebuah *group* diskusi anti hoaks. Di media sosial misalnya *facebook* dan *whatsapp*, kita dapat aktif bertanya ke *group* tersebut mengenai *hoax*, dan seluruh anggota *group* ikut berkontribusi sehingga jadilah sebuah forum diskusi yang memuat banyak pendapat.
2. Teliti dalam melihat situs. Apabila ada situs yang belum resmi misalnya menggunakan blog, maka sebuah informasi bisa dikatakan tidak benar.
3. Mencari tau keaslian foto. Tidak hanya berupa teks yang dapat di manipulasi tetapi foto juga dapat di edit untuk memprovokasi si pembaca, cara agar dapat mengetahui foto asli atau tidak bisa mencari tahu menggunakan mesin pencari *google*.

Penyebaran berita hoaks dapat dilakukan dimanapun, melalui media apapun, dan oleh siapapun. Salah satu alat penyebaran berita hoaks yaitu *handphone*, laptop, namun yang paling sering digunakan untuk kalangan mahasiswa adalah *handphone* karena *handphone* adalah salah satu *gadget* yang paling sering digunakan, dimana hampir seluruh mahasiswa menggunakan *handphone* dalam mengakses berita, dan menggunakan akun media sosialnya masing-masing. Dan beberapa media sosial menjadi sasaran empuk penyebaran berita hoaks baik di *facebook* ataupun *whatsapp*, penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa setiap harinya bisa memakan waktu yang cukup lama.

Hasil wawancara dari mahasiswa KPI semester 8 saudari Nur Anisa ia mengatakan:

Kurang lebih 7, 8 Hingga 9 jam kurang lebih begitu dalam sehari dan diakses menggunakan *handphone* dan laptop tapi yang paling sering *handphone*.<sup>35</sup>

Lain halnya dengan Muhaimin Ramadhan Mahasiswa KPI semester 8 dalam wawancaranya ia mengatakan:

---

<sup>35</sup>Nur Anisa, Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Wawancara pada Tanggal 20 April 2020

Saya menggunakan *whatsapp* atau *facebook* itu paling lama 6 jam paling cepat 4 jam, dan saya sering mengakses media sosial menggunakan *handphone*, karena menurut saya *handphone* lebih praktis di bawa kemanapun baik di bawa ke kampus ataupun tempat umum lainnya.<sup>36</sup>

Dari penjelasan 2 narasumber di atas dapat di ketahui bahwa pengguna media sosial di kalangan mahasiswa khususnya mahasiswa KPI itu rata-rata penggunaan bersosial media di atas dari 1 jam, dan lebih sering mengakses menggunakan *handphone* dari pada laptop ataupun komputer. Tidak menuntut kemungkinan dalam waktu penggunaan yang cukup lama di pastikan bahwa mahasiswa akan sering mendapatkan informasi dari berbagai sumber baik dari aplikasi *whatsapp* ataupun *facebook*, baik informasi hoax maupun yang fakta.

Tidak hanya itu penyebar hoaks khususnya di kalangan mahasiswa semakin dimudahkan karena kurangnya memebaca, meneliti, mencari tahu dan menyaring berita di media sosial, sehingga berita atau informasi apapun yang diterima dengan mudah di *share* atau diposting baik itu melalui *facebook* ataupun *whatsapp*.

Latar belakang mahasiswa melakukan penyebaran berita hoaks sangat beragam. Ada mahasiswa yang hanya iseng saja, ada mahasiswa yang sengaja menyebarkan berita untuk sharing dengan temannya, ada pula yang menyebarkan karena menganggap bahwa mungkin saja orang di luar sana membutuhkan berita tersebut dan berita tersebut sangat penting.

Terlihat dari wawancara mahasiswa KPI semester 8 saudari Rita Ratna Sari mengatakan:

---

<sup>36</sup>Wawancara pribadi via *whatsapp* dengan Muhaimin Ramadhan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Wawancara pada Tanggal 19 April 2020

Yang pertama ikut-ikutan sih, terus yang kedua soalnya saya lihat yang membagikan itu seperti orang yang bisa di percaya tapi ternyata beritanya hoaks.<sup>37</sup>

Bijakalah dalam ber media sosial, ikut andil dalam melakukan penyebaran *hoax* adalah suatu hal yang salah, tanpa mengecek suatu keaslian berita.

Dalam menerima sebuah informasi, alangkah baiknya kita tidak langsung percaya apalagi terprovokasi oleh informasi tersebut. Kita harus melihat dan mengecek serta meneliti akan keaslian berita dari sumber sumber tertentu, kemudian melihat dari berbagai perspektif dan sudut pandang agar tidak mudah terprovokasi oleh suatu informasi secara mentah.

Mahasiswa harus bijak dalam memilih setiap informasi yang ia terima agar dapat menjadi generasi penerus bangsa yang cerdas dalam bersikap dan bertindak. Dengan kata lain mahasiswa harus bisa memfilter dalam menerima setiap informasi yang diterima, generasi yang lebih matang mungkin sudah bisa mulai berpikir secara kritis dan bisa memilah informasi, lebih selektif dalam mengkonsumsi data atau pesan tertentu. Akan tetapi generasi muda yang masih mencari jati diri, dapat mempercayai apa yang mereka anggap benar tanpa adanya panduan lebih lanjut sehingga otak mereka mudah terucui dengan berita hoaks.

Namun tidak semua orang dapat menyikapi suatu berita secara bijak jika berbohong ini tersebar dari pembaca satu ke pembaca yang lainnya, berikut dampak buruk yang di hasilkan.

1. Menimbulkan kepanikan publik saat ada sebuah isu penting yang terjadi di masyarakat.
2. Berpotensi mengalami gangguan mental, seperti stres, sehingga menimbulkan perilaku kecemasan

---

<sup>37</sup>Wawancara pribadi via *whatsapp*, dengan Rita Ratna Sari Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Wawancara pada Tanggal 19 April 2020

3. Kerugian material, beberapa tahun belakangan ini sudah banyak kasus penipuan berkedok donasi, hal ini juga perlu di waspadai.

Mengingat media sosial adalah media yang paling banyak digunakan saat ini sehingga peluang penyebaran berita bohong atau hoaks sangat meningkat, persoalan lainnya penyebaran berita hoaks semakin sulit di kendalikan, kebiasaan mahasiswa yang cenderung ingin cepat membagikan informasi tanpa mengetahui terlebih dahulu akan keaslian berita, tanpa mengetahui sumber berita sehingga enggan untuk mengecek ulang sumber berita yang di bagikan.

Berikut hasil wawancara dari Moh Saugi semester 4 selaku Ketua Himpunan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam ia mengatakan bahwa:

Postingan tersebut terakhir kali di bagikan 2017 dan itu juga mungkin yang pertama dan terakhir karena saya sudah tahu bahwa hoaks itu betul-betul dapat meresahkan orang-orang yang menerimanya karena kenyataan dari berita tersebut tidak benar adanya.<sup>38</sup>

Lebih lanjut Moh Sauqi mengatakan:

Mungkin karena kurangnya pembelajaran dan juga pemahaman tentang dunia luar itu seperti apa jadi bagi teman-teman yang belum mngetahui tentang berita hoaks perlu kiranya untuk mempelajari buku-buku terlebih dahulu dan juga wawasannya lebih di perluas agar tidak mudah menyebarkan berita *hoax* tersebut.<sup>39</sup>

Dari penjelasan narasumber di atas, bahwasannya mahasiwapun bisa dengan mudah menyebarkan hoaks, dengan membaca postingan-postingan yang meraka anggap menarik untuk disebarkan, namun mereka juga memiliki kesadaran bahwa pentingnya untuk mencari tahu terlebih dahulu akan informasi yang di sebarakan agar tidak menimbulkan keresahan terhadap si penerima berita.

---

<sup>38</sup> Wawancara pribadi via *whatsapp*, dengan Moh Syauqi Ketua Himpunan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Wawancara pada Tanggal 25 April 2020

<sup>39</sup>Ibid

Mahasiswa sangat sering menerima berita hoaks yang mereka dapatkan dari berbagai media sosial. Bahkan hampir setiap hari mereka mengonsumsi berita hoaks dan setiap media sosial memberikan berita yang berbeda baik gaya penulisan maupun bahasanya. Hal ini membuktikan bahwa ruang publik, atau dalam konteks ini dicontohkan media sosial sudah tidak digunakan sebagaimana mestinya. Media sosial yang awalnya difungsikan untuk menumbuhkan sikap demokrasi, justru saat ini banyak digunakan untuk menyebarkan berita hoaks yang pada dasarnya dibuat untuk menjatuhkan citra seseorang.

Dengan berbagai macam informasi atau berita yang sering kita temukan di media sosial, patutlah kita sebagai mahasiswa lebih teliti dalam melihat berita agar tidak terpancing untuk membagikan informasi hoaks, guna mencegah terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan kepada si penerima berita, untuk itu bijaklah dalam menggunakan media sosial.

Berikut jenis berita hoaks berdasarkan modus atau tujuannya yang kerap beredar di kalangan mahasiswa:

#### 1. Hoaks Pesan Berantai

Hoaks jenis ini sangat sering kita temui di kehidupan sehari-hari. Dimana kita sering menemukan pesan baik melalui pesan *whatsapp* maupun pesan sms, isi pesan yang tersebar pun bermacam-macam mulai dari mendapatkan hadiah tertentu, ataupun sebaliknya jika tidak disebarkan akan mengalami hal buruk, dan masih banyak lagi.

Terlihat dari salah satu mahasiswa KPI semester 6 saudara Nur Indah Sari dalam hasil wawancaranya ia mengatakan:

Berita *hoax* yang sering saya lihat seperti berita gratis pulsa, gratis kuota, atau mungkin berita hoaks artis, selebriti atau berita hoaks mengenai perpolitikan saya sering lihat itu.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup>Wawancara pribadi via *whatsapp*, dengan Nur Indah Sari Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Wawancara pada Tanggal 21 April 2020

Berbagai macam jenis berita di temukan di media sosial, baik berita hoaks tentang pesan kouta gratis, perpolitikan, dan masih banyak lagi jenis-jenis berita lainnya.

Berbeda pula dengan Yusril mahasiswa KPI semester 6 yang mengatakan;

Jadi untuk kondisi saat ini itu adalah berita mengenai penangkal dari wabah *covid* 19 ini yang memang itu tidak sesuai ataupun tidak di anjurkan dari tim kesehatan sendiri yang dalam hal ini menangani *covid* 19 ini, dan juga dengan adanya kebijakan kuliah daring ini sangat banyak sekali beredar berita-berita kuota internet gratis padahal sebenarnya kita d telusuri kembali ternyata itu memerlukan banyak proses yang sebenarnya itu merupakan berita hoaks.<sup>41</sup>

Melihat ada banyak informasi tentang hoaks yang beredar dari berbagai sumber, kita sebagai mahasiswa perlu melakukan cek tentang keaslian berita, mencari tahu tentang sumber keaslian dari berita, agar tidak mudah menyebarkan postingan yang berisikan pesan hoaks.

Hal ini tentu saja dapat dengan mudah membentuk persepsi mahasiswa tentang suatu topik tertentu melalui isi bertinya. Kebiasaan mahasiswa yang terlalu mudah menerima informasi tanpa klarifikasi sumber dan momok. Mengapa karena kebiasaan ini pada akhirnya bisa menciptakan opini publik, tersebar secara masal dan tidak terkontrol. Mungkin saja hal ini tidak seberapa karena hanya berisikan pesan yang tidak terlalu membahayakan, akan tetapi untuk topik-topik vital boleh jadi dapat menimbulkan perpecahan antar sesama.

## 2. Hoaks Virus

Hoaks ini sering kita temukan di perangkat *handphone* ataupun komputer, dimana hoaks ini jauh lebih canggih dan berkembang oleh *hacker* yang tersebar melalui email, aplikasi *chatting*. Dan jenis hoaks ini berisi peringatan virus

---

<sup>41</sup>Wawancara pribadi via *whatsapp*, dengan Yusril Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Wawancara pada Tanggal 23 April 2020

berbahaya baik di *handphone* ataupun komputer, yang di mana padahal pengguna yang sebenarnya tidak terinfeksi.

Jenis hoaks ini juga harus di waspadei khususnya mahasiswa yang dimana mahasiswa sangat sering menggunakan *handphone* dan komputer, untuk menghindari kerusakan pada *software* atau *hardware*.

### 3. Hoaks Pencemaran Nama

Hoaks jenis ini sangat berbahaya di bandingkan dengan hoaks lainnya. Sebab ketika sepenggal kabar palsu bisa dengan mudah tersebar di media sosial dan mampu menghancurkan karir seseorang dalam kurun waktu sekejap.

Berikut hasil wawancara dari mahasiswa KPI semester 6 saudari Nur Indah Sari yang menyebutkan:

Berita hoaks yang berbahaya yang merugikan orang lain, yang mencemarkan nama baik orang itu sangat ber bahaya.<sup>42</sup>

Pentingnya kesadaran diri dalam melihat berbagai informasi atau berita *hoax* yang bisa saja merusak kehidupan orang lain.

### 4. Hoaks Kisah Pilu

Hoaks jenis ini juga paling sering kita temukan, hoaks ini biasanya berupa surat atau berita tentang seseorang yang tengah mengalami sakit dan membutuhkan biaya untuk pengobatan. Tujuan hoaks ini apalagi kalau bukan bertujuan untuk mendapatkan sejumlah uang.

Melihat dari berbagai jenis berita hoaks berdasarkan modus atau tujuannya yang kerap beredar di kalangan mahasiswa patut adanya kewaspadaan dalam menerima informasi. Terkait dengan itu ada beberapa hal yang perlu di lakukan mahasiswa adalah sebagai berikut.

1. Bijaklah dalam memanfaatkan internet, gunakan internet secukupnya saja, melihat bagaimana media sosial saat ini menjadi ladang subur tumbuhnya

---

<sup>42</sup>Wawancara pribadi via *whatsapp*, dengan Nur Indah Sari Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Wawancara pada Tanggal 21 April 2020

hoaks, maka untuk mencegah peluang besar kita terpengaruh sebaiknya membatasi dengan kegiatan yang lebih positif, seperti membaca buku dan sebagainya.

2. Membudayakan membaca yang baik dan bendar, agar tidak mudah terkecoh dalam melihat informasi yang tersebar di media sosial, dan di tuntut teliti dalam memahami keseluruhan teks tersebut. Maka janganlah membaca sepenggal bacalah suatu beritan secara utuh mulai dari judul sampai kalimat akhir. Guna mencegah hal-hal yang tidak di inginkan terjadi.
3. Jangan menyebarkan berita hoaks. Jangan mudah terpedaya untuk membagikan tautan. Saat ini pemerintah telah mengeluarkan UU ITE pasal 28 ayat 1 yang bisa menjerat siapa saja yang ikut melakukan penyebaran hoaks.

Dari berbagai persepi di atas yang telah di sampaikan oleh para mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, kita dapat melihat bahwa ada banyak persepsi yang berbeda yang di sampaikan, melihat dari berbagai persepi ada sebagian mahasiswa yang hanya ikut-ikutan dalam melakukan penyebaran hoaks, tidak hanya itu, kurangnya membaca dan meneliti keaslian berita, dan tidak ada rasa ingin mencari tahu tentang berita atau informasi yang mereka sebar berasal dari sumber sumber yang resmi atau tidak, dan kurangnya mencermati alamat situs, sehingga, ada sebagian yang memilih untuk ikut menyebarkan hoaks ada pula sebagian memilih untuk tidak menyebarkan hoaks.

Tindakan manusia selalu memiliki nilai, yaitu nilai baik dan nilai buruk. Ketika manusia yang selama ini terus membeberkan informasi hoax dan kerap kali berbohong maka ia akan di cap sebagai seorang pembohong. Berikut pandangan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam terhadap orang yang melakukan penyebaran berita hoaks.



Hasil wawancara mahasiswa KPI semester 8 Nur Anisa mengatakan bahwa:

Pandangan saya kepada mereka yang suka mengirim berita hoaks sepertinya mereka kurang kerjaan sampai mereka harus, tapi saya tau mereka punya alasan tersendiri kenapa mereka membuat berita hoaks itu mungkin mereka sedang merencanakan sesuatu, ada proyek baru, intinya menurut pandangan saya terserah mereka lah intinya jangan terlalu banyaklah merugikan masyarakat yang banyak.<sup>43</sup>

Memanfaatkan media soisal untuk mendapatkan keuntungan, melakukan pembohongan publik, dan merugikan orang lain.

Dalam menganalisis sebuah berita sebagian besar orang sebenarnya telah mengetahui apa itu berita hoaks, ciri-cirinya dll. Ada seseorang yang menyertakan pengetahuan mereka dalam menganalisis keterpercayaan berita, ada pula yang meskipun tahu benar tetap menyebarkannya. Pengetahuan yang mereka dapat mengenai hoax biasanya diperoleh dari internet dan media sosial lainnya

Lain halnya dengan mahasiswa KPI semester 6 Yusril mengatakan bahwa;

Jadi menurut pandangan saya tentang orang yang menyebarkan hoaks, ya di Indonesia sendiri kurang sekali kesadaran ataupun minat untuk membaca, ataupun menelusuri kembali kebenaran berita tersebut<sup>44</sup>

Pentingnya akan kesadaran dalam bermedia sosial, seringnya membaca adalah salah satu hal yang baik agar terhindar dari suatu informasi yang tidak

---

<sup>43</sup>Nur Anisa, Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Wawancara pada Tanggal 20 April 2020

<sup>44</sup>Wawancara pribadi via *whatsapp*, dengan Yusril Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Wawancara pada Tanggal 23 April 2020

benar, dan sangat perlu dalam menelusuri suatu kebenaran berita, agar tidak mudah terkecoh.

Mahasiswa sebagai generasi yang di anggap memiliki kecerdasan intelektual tinggi, serta pemikiran yang terbuka. Sudah seharusnya menjadi promotor terdepan dalam menangkal tersebar luasnya hoaks.

Hal ini seharusnya menjadi peluang besar bagi mahasiswa untuk saling bergandengan tangan, serta melakukan komitmen dalam memerangi penyebaran berita hoaks yang merugikan banyak pihak. Permasalahan yang sudah sering terjadi sehingga menjadi perbincangan internasional, permasalahan ini tidak bisa di selesaikan oleh satu pihak untuk itulah perlunya peran mahasiswa sebagai agen pencegahan berita hoaks.

## **5. Kesimpulan**

Tulisan ini menyimpulkan bahwa mahasiswa memiliki persepsi yang berbeda-beda terhadap hoaks, dimana sebagian mahasiswa menyadari bahwa akan pentingnya membaca, dan meneliti suatu informasi atau berita yang diterima sehingga bisa mengetahui tentang keaslian berita ataupun informasi, dan tidak mudah menyebarkan sesuatu yang belum diketahui kebenarannya, dan ada pula sebagian mahasiswa yang justru ikut terlibat dalam melakukan penyebaran hoaks itu sendiri, yang dimana mereka melakukan hal itu hanya untuk mencoba-coba, dan hanya sekedar ikut-ikutan. Untuk itu penulis memberikan saran agar sebagai mahasiswa patutlah berhati-hati dalam melihat suatu berita atau informasi yang ingin di *share* baik itu melalui *facebook* ataupun *whatsapp*, dan jadilah pengguna media sosial yang bijak dalam menggunakan media sosial, agar tidak mudah terprovokasi.

## Daftar Pustaka

- Achmadi, Abu dan Cholid Narbuko *Metodologi Penelitian*. Cet. IV; Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2002.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Ilmiah, Suatu Pendekatan Praktek*, Ed. II. Cet. IX; Jakarta: Rineka Cipta, 1993.
- Ayu Rahmawati, “*Tingkat Literasi Media Mahasiswa Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Jakarta mengenai Informasi Hoaxtentang Kebijakan RegistrasiPelanggan Jasa Telekomunikasi Berdasarkan Individual Competences Framework*”. Proposal skripsi tidak diterbitkan. Jakarta: Program Studi Komunikasi dan penyiaran Islam UIN Jakarta, 2018.
- Andika, Asal mula dan pengertian hoax (online) [http://www. aneh didunia.com/2012/06/asal-mula-dan-pengertian-kata-hoax.html](http://www.anehdidunia.com/2012/06/asal-mula-dan-pengertian-kata-hoax.html). diakses pada tanggal 31 juli 2019
- Boeree, C. George, *General Psychology: Psikologi Kepribadian, Persepsi, Kognisi, Emosi, & Perilaku*. Jogjakarta: PrismaSophie, 2016.
- Dahlan Thamrin, *Bukan Hoax* (Jakarta: Peniti Media, 2016), hal. 11.
- Depdiknas RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka, 2002.
- Elvinaro, Ardianto, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004.
- <https://kumparan.com/@kumparantech/sejarah-hoaks-dan-andilnya-dari-masa-ke-masa> diakses pada tanggal 29 April 2020.
- Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam “tentang KPI” *Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (online)* <http://kpi.iain.palu.ac.id/indes.php.tentang-kpi/> diakses pada tanggal 25 April 2020
- Sutopo, HB, *Metode kualitatif*. Surakarta: UNS Press, 2006.

- Safira, Darimana asal-usul hoax (online) <http://news.liputan6.com/read/2820443/darimana-asal-usul-hoax>. diakses pada tanggal 31 Juli 2019
- Septiana, KBBI Daring tentang pengertian Hoaks (online) <https://kbbi.kemdikbud.go.id>. diakses pada tanggal 30 juli 2019
- May Rudy, T. *Komunikasi & Hubungan Masyarakat International* (Bandung : PT. RefikaAditama, 2005), hal. 1.
- Kemenag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: PT.Sygma Exa media Arkanleema, 2010.
- M. Romli, Asep syamsul, *Jurnalistik Online*. Bandung: Nuansa Cendekia, 2012.
- Masyarakat Telematika Indonesia (MASTEL). “Hasil Survey MASTEL tentang Wabah Hoax Nasional” situs resmi bkkbn. [https://www.bkkbn.go.id/pocontent/uploads/Infografis\\_Hasil\\_Survey\\_MASTEL\\_tentang\\_Wabah\\_Hoax\\_Nasional.pdf](https://www.bkkbn.go.id/pocontent/uploads/Infografis_Hasil_Survey_MASTEL_tentang_Wabah_Hoax_Nasional.pdf).diakses pada tanggal 31 juli 2019
- Milles, et.al, Matthew B, *Qualitative Data Analisis*, diterjemahkan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi dengan judul *Analisis DataKualitatif*, buku Sumber tentang Metode-metode Baru. Cet.I; Jakarta: UI-Press, 1992.
- Moleong, Lexy J, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remajaa Rosdakarya, 2000
- Mutmainnah, “*Respon Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Alauddin Makassar terhadap Hoax di Media sosial*”. Proposal skripsi tidak diterbitkan. Makassar: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Alauddin Makassar, 2018.
- \_\_\_\_\_, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017
- Nasution, S, *Metode Research Penelitian Ilmiah*. Cet. VII; Jakarta: Bumi Aksara, 2004

- Nurdin, N. (2012). Penggunaan Media Sosial Online dalam Berdakwah: Kemungkinan Adopsi dan Strategi Pemanfaatannya. *Al-Mishbah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*, 8(1), 177-198.
- Nurdin, N. (2014). To Dakwah Online or not to Dakwah Online. Da'i Dilemma in Internet Age. *Al-Mishbah : Jurnal Ilmu Komunikasi dan Dakwah*, 10(1), 21-33.
- Nurdin, N. (2017a). Research in Online Space: The Use of Social Media for Research Setting *Jurnal Sistem Informasi (Journal of Information System)*, 13(1), 67-77.
- Nurdin, N. (2017b). To Research Online or Not to Research Online: Using Internet-Based Research in Islamic Studies Context. *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies*, 7(1), 31-54.
- Nurdin, N., & Rusli. (2013). Spiritualising New Media: The Use of Social Media for Da'wah Purposes within Indonesian Muslim Scholars. *Jurnal Komunikasi islam*, 3(1), 1-21. <http://jki.uinsby.ac.id/index.php/jki/article/view/55>
- Nurdin, N., Stockdale, R., & Scheepers, H. (2013). The Use of Social Media to Gather Qualitative Data: A Case of Government E-Procurement Implementation and Use. 24th Australasian Conference on Information Systems (ACIS)
- Prawira, Purwa Atmaja, *Psikologi Umum dengan Perspektif Baru*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2016.
- Rahadi, Dedi Rianti, "Perilaku pengguna dan Informasiboaxdi media sosial". *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan* 5, no. 1 (2017).
- Rahmani, Thea, "Penggunaan Media Sosial Sebagai Penguasaan Dasar-Dasar Fotografi Ponsel". Proposal skripsi tidak diterbitkan. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016
- Robbins, Stephen P. *Prinsip-Prinsip Perilaku Organisasi, ed.,*. Jakarta: Erlangga, 2002.

Surakhmad, Winarno, *Dasar dan Teknik Research Pengantar Metodologi Ilmiah*, Ed.VI. Bandung, 1978

Susilawati, “*Tanggapan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin Terhadap Berita Palsu (Hoax) Pada Portal Berita*”. Proposal skripsi tidak diterbitkan. Makassar: Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, 2017

Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014.

Walgito, Bimo, *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi, 2005.

Walgito, Bimo, *Psikologi Sosial: Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Andi, 2003.

Wikipedia, Media Sosial (online) [https://id.m.wikipedia.org/wiki/media\\_sosial](https://id.m.wikipedia.org/wiki/media_sosial)  
diakses pada tanggal 30 juli 2019