

ANALISIS PEMAHAMAN MAHASISWA POLIMEDIA MEDAN TERHADAP FENOMENA HOAKS DI MEDIA SOSIAL

Khairullah

Dosen Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Medan Area

e-mail: khairullah@staff.uma.ac.id

ABSTRAK

Hoaks dan ujaran kebencian memang masih menjadi masalah besar dalam hal penggunaan media sosial saat ini. Permasalahan hoaks tidak bisa hanya ditangani dari sisi sumber informasi semata, melainkan juga dari sisi literasi media khalayaknya. Sehingga, mereka dapat lebih bijak dalam mengonsumsi dan menyebarkan suatu informasi yang ada di media sosial ke depannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi pemahaman mahasiswa terkait definisi hoaks, jenis-jenis hoaks, media penyebarannya, dampak penyebarannya, dan solusi yang ditawarkan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dipakai adalah wawancara, observasi dan studi pustaka. Informan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Polimedia Medan Semester V Jurusan Penerbitan Tahun Ajaran 2020/2021, sebanyak 5 orang, yaitu: Cici Rama Dwiyanti; Dian Felix Meidivo L. Tobing; Dwi Utami Amalia; Mei Elisabet Sibarani; dan Muhammad Khadafi. Hasil dari penelitian ini adalah Kelima Mahasiswa Polimedia Medan tersebut telah sangat memahami fenomena hoaks di media sosial. Mereka juga dapat menjelaskan dengan baik terkait definisi, jenis-jenis, media penyebaran, dan dampak dari penyebaran hoaks. Mereka juga turut menyertakan solusi agar menangkalnya dengan 3 S, yakni saring sebelum sharing; detoksifikasi media; dan mengonsumsi berita sesuai dengan Kode Etik Jurnalistik.

Keywords: Hoaks, Media Sosial, Saring, Informasi.

1. PENDAHULUAN

Hoaks dan ujaran kebencian memang masih menjadi masalah besar dalam hal penggunaan media sosial saat ini. Baik itu menjelang pemilihan umum maupun ketika pandemi seperti sekarang ini. Hal ini memang sangat bergantung pada situasi yang sedang dihadapi. Ketika menjelang pemilu misalnya, maka hoaks seputar isu politik dan sosial bisa jadi kembali mencuat. Seperti terdapat 486 hoaks yang diidentifikasi oleh Kementerian

Kominfo pada bulan April 2019, dengan 209 di antaranya berkategori hoaks politik, yaitu yang sifatnya menyerang capres-cawapres, parpol peserta pemilu, juga KPU dan Bawaslu (*Detik.com*, 1/5/2019).

Memang, banyak kalangan atau golongan elite tertentu yang memanipulasi perasaan dan sentimen masyarakat sebagai komoditas tendensius demi meraih suara dan/atau popularitas. Alhasil, hoaks tidak akan menstimulasi pemikiran

kritis, malah hanya akan memicu sentimen (Yanuar Nugroho dalam *Jurnal Dewan Pers*, Edisi 20: 51). Atau misalkan saja, sejak munculnya kasus pandemi *Covid-19*, banyak kita temui isu-isu hoaks yang berseliweran seputar Virus Corona. Bahkan, Kementerian Komunikasi dan Informatika mencatat lebih dari 1.125 hoaks terkait yang telah ditemukan. Sehingga, media arus utama mewanti-wanti hal semacam ini dengan memastikan wartawannya untuk tetap menaati Pasal 4 dan Pasal 8 Kode Etik Jurnalistik (KEJ) dalam memproduksi suatu pemberitaan.

Namun demikian, pola migrasi penggunaan media sosial sebagai sumber informasi, terkhusus di kalangan milenial menjadikan solusi di atas kuranglah efektif. Berbagai riset menyodorkan fakta yang gamblang, bahwa masyarakat tidak lagi mengandalkan media massa untuk memenuhi kebutuhan mereka terhadap suatu informasi. Alhasil, media sosial jauh lebih mendominasi keseharian masyarakat (*Jurnal Dewan Pers*, Edisi 20: 6). Survei yang dilakukan *Business Insider* pada bulan Januari tahun 2019 di AS, juga menemukan fakta bahwa generasi Z yang berusia antara 13-21 tahun dimungkinkan memilih lebih dari satu sumber rujukan informasinya. Termasuk dari media sosial sebanyak 59 persen (*Jurnal Dewan Pers*, Edisi 20: 14).

Namun demikian, Assoc. Prof. Dr. Baharuddin Aziz, Guru Besar Universitas Antar Bangsa yang berkedudukan di Kuala Lumpur mengingatkan, bahwa generasi muda yang cenderung ber-euforia terhadap melejitnya media sosial malah condong terpengaruh dengan pemberitaan hoaks. Tentu keadaan ini berbahaya, karena dapat meruntuhkan sendi-sendi aktual dan faktual dalam sebuah informasi. Begitu pula pada aspek lain seperti di bidang kebangsaan, politik, sosial kemasyarakatan, ekonomi dan lain-lain (*Putra*, 2020: 7). Oleh karena itu, permasalahan hoaks tidak bisa hanya ditangani dari sisi sumber informasi semata, melainkan juga dari sisi literasi media khalayaknya. Sehingga, mereka dapat lebih bijak dalam mengonsumsi dan menyebarkan suatu informasi yang ada di media sosial ke depannya.

Sebagaimana kasus musisi Anji X Drive kala itu, yang mewawancarai salah seorang bernama Hadi Pranoto yang mengaku telah menemukan obat *Covid-19*. Padahal, narasumber yang ditampilkan seharusnya berkompeten dan tepercaya dalam hal menjelaskan peristiwa bencana nonalam seperti Virus Corona. Tujuannya jelas agar masyarakat tidak terpapar informasi yang keliru. Terlebih, publikasi yang masuk dalam kategori hoaks ini dipandang akan menimbulkan keresahan di tengah publik, dan dapat

menghambat upaya pemerintah dalam hal mengendalikan pandemi.

Telah banyak memang tulisan yang menawarkan solusi agar kita tidak menjadi korban hoaks. Mulai dari membandingkan informasi tersebut dengan media arus utama; hingga pentingnya peran pengawasan orang tua dan sekolah dalam mensosialisasikan literasi media, serta bahaya dari informasi bohong. Sehingga masyarakat tidak lagi mudah diombang-ambingkan oleh informasi yang tak jelas sumbernya (*Jurnal Dewan Pers*, Edisi 20: 8).

Maka daripada itu, berdasarkan pada pendahuluan ini, peneliti ingin menganalisis pemahaman Mahasiswa Polimedia Medan terhadap fenomena hoaks di media sosial. Alasan memilih mereka yakni karena Mahasiswa Polimedia merupakan calon konten kreator muda yang mempunyai tanggung jawab terhadap karya yang akan mereka publikasikan. Sehingga, mereka akan tetap sadar untuk menghasilkan karya yang baik serta profesional ke depannya. Hal ini sesuai dengan Capaian Pembelajaran Mata Kuliah Etika Profesi dan HaKI yang pernah saya ajarkan kala itu. Adapun manfaat dari penelitian terapan ini adalah sebagai bentuk evaluasi terhadap proses pengajaran mata kuliah ini di Polimedia Medan Jurusan Penerbitan nantinya.

2. METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Hal ini sejalan dengan pendapat Winarni (2018) yang mengatakan, bahwa metode penelitian kualitatif menekankan pencarian makna, konsep, karakteristik, gejala, simbol, maupun deskripsi tentang suatu fenomena yang disajikan secara naratif. Secara sederhana, metode kualitatif bertujuan untuk menemukan jawaban terhadap suatu pertanyaan secara sistematis.

Dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara tertulis, observasi non partisipatif, dan studi pustaka. Wawancara dilakukan kepada Mahasiswa Polimedia Medan Semester V Jurusan Penerbitan Tahun Ajaran 2020/2021, sebanyak 5 orang, yaitu: Cici Rama Dwiyanti (NIM 18310202); Dian Felix Meidivo L. Tobing (18310203); Dwi Utami Amalia (NIM 18310204); Mei Elisabet Sibarani (NIM 18310205); dan Muhammad Khadafi (NIM 18310206). Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Miles dan Huberman. Emzir (2012) mengatakan, bahwa analisis data Miles dan Huberman terdiri dari tiga alur kegiatan, yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi Hoaks

Hasil dari penelitian ini adalah Kelima Mahasiswa Polimedia Medan tersebut telah sangat memahami fenomena hoaks di media sosial. Mereka juga dapat menjelaskan dengan baik terkait definisi hoaks. Seperti Dian Felix Meidivo L. Tobing yang mengatakan, bahwa hoaks adalah penyampaian informasi palsu atau tidak benar adanya. Sementara itu, Cici Rama Dwiyanti dan Mei Elisabet Sibarani menjelaskan, bahwa hoaks adalah informasi yang sesungguhnya tidak benar, tetapi dibuat seolah-olah benar adanya. Adapun Muhammad Khadafi mengatakan, bahwa hoaks adalah berita atau informasi yang tidak jelas atau informasi palsu yang dibuat-buat.

Pendapat mereka telah sesuai dengan Ireton & Posetti (2018) yang menyatakan, bahwa definisi hoaks adalah informasi yang sesungguhnya tidak benar dan tanpa dasar, tetapi 'dibuat seolah-olah benar' adanya. Hoaks ini dimaksudkan guna mengadu domba masyarakat yang awam akan suatu informasi. Sebagaimana contoh kasus Saracen dahulu, dimana hoaks sengaja diciptakan secara terstruktur, sistematis, dan masif guna menimbulkan kebencian antara satu pihak dengan pihak yang lain. Ataupun sebagaimana kasus hoaks yang sempat menimbulkan penyerangan terhadap Mapolsek Ciracas oleh sejumlah oknum TNI.

Jenis-Jenis Hoaks

Untuk jenis-jenis hoaks menurut Cici Rama Dwiyanti seperti konten yang menyesatkan (*misleading content*) dan informasi yang salah konteks (*false context*). Sementara itu, menurut Mei Elisabet Sibarani seperti: *fake news* (berita bohong); *click bait* (tautan jebakan); bias konfirmasi; judul bombastis; dan *post truth* (pasca kebenaran). Adapun Muhammad Khadafi menambahkan jenis-jenis hoaks, seperti: konten tiruan, konten palsu, dan konten manipulasi yang bertujuan untuk menyesatkan khalayaknya. Mei Elisabet Sibarani mencontohkan maraknya isu hoaks seperti ketika Pilpres 2014 dan 2019. Padahal menurut Dwi Utami Amalia, informasi di media sosial seharusnya sesuai dengan kelaziman etika dan norma yang berlaku di masyarakat. Sebab jika tidak diterapkan, maka informasi yang dimuat tentu tidak memerhatikan kepentingan publik, dan provokasi SARA juga akan terjadi dengan sangat mudahnya. Pendapat Dwi Utami Amalia ini telah berkesesuaian dengan pernyataan Syuhada (2017: 79), bahwa sejatinya etika umum dan standar moralitas yang berlaku sehari-hari sudah bisa dibawa dan memandu tingkah laku kita dalam berinteraksi di media sosial. Bahkan, MUI (Majelis Ulama

Indonesia) sendiri telah mengeluarkan Fatwa Nomor 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial khususnya bagi umat Islam.

Pendapat mereka juga telah berkesesuaian dengan pernyataan Ball (2016) yang memberikan penjelasan tentang wujud *fake news*. *Pertama*, kesalahan pelaporan yang disengaja. *Kedua*, rumor yang tidak berasal dari artikel berita tertentu. *Ketiga*, sulit untuk diverifikasi sebagai informasi yang benar, serta biasanya berasal dari orang-orang yang mereka percaya benar. *Keempat*, pernyataan palsu oleh politisi, dan *kelima* laporan miring atau menyesatkan, meski tidak langsung salah (dalam bahasa Gentzkow, Shapiro, dan Stone 2016, bahwa berita palsu adalah 'distorsi' dan bukan 'penyaringan').

Media Penyebaran Hoaks

Adapun untuk media penyebarannya menurut Cici Rama Dwiyantri, Dian Felix Meidivo L. Tobing, Mei Elisabet Sibarani dan Muhammad Khadafi, meliputi media sosial, seperti: *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *WhatsApp* serta layanan SMS (*Short Message Service*), dan sebagainya. Pendapat mereka ini telah sejalan dengan pernyataan Presiden Ir. Joko Widodo, bahwa seiring dengan meluasnya jaringan internet, maka penggunaan media sosial semakin melompat tinggi. Pengguna internet di

Indonesia pada tahun 2019 bahkan mencapai sekitar 143,2 juta jiwa atau 54,6 persen dari penduduk Indonesia yang sebanyak 261,9 juta orang. Pengguna media sosial juga telah mencapai 124,4 juta jiwa atau 87,1 persen dari pengguna internet (*Jurnal Dewan Pers*, Edisi 20: 14).

Terdapat alasan utama yang mendasari masyarakat menggunakan media sosial, yakni kemudahan dalam hal aksesibilitas, dimana orang dengan begitu mudahnya memperoleh aneka konten. Sehingga tidak heran bila waktu senggang orang-orang yang sebelumnya diisi dengan membaca koran/majalah ataupun menonton televisi dan/atau mendengar siaran radio, kini dihabiskan dengan mengonsumsi konten bacaan, serta audio/video dari gawai mereka (*Jurnal Dewan Pers*, Edisi 20: 6). Penetrasi akses internet dan harga telepon pintar yang semakin terjangkau oleh masyarakat, juga membuat semua orang bisa mengakses dan memproduksi konten secara mandiri, untuk kemudian disebarluaskan pada lingkungan pergaulannya masing-masing (*Jurnal Dewan Pers*, Edisi 20: 30). Melalui media sosial, setiap orang bisa menjadi 'jurnalis' bahkan menjadi 'pemimpin redaksi', yang sebagian malah menciptakan kegaduhan, ketakutan, dan pesimisme (*Jurnal Dewan Pers*, Edisi 20: 13).

Tim Pemetaan Hoaks Litbang Mafindo Tahun 2019 juga menunjukkan, bahwa berita hoaks paling banyak menyebar melalui media sosial *Facebook*. Dengan isu yang paling banyak tersebar di antaranya: politik (52%); agama (8,4%); kesehatan (7%); kriminalitas (5,8%); dan bencana (2%). *WA Group* juga seolah dianggap sebagai sumber segala-galanya. Informasi yang muncul pada grup-grup tersebut sudah dianggap sebagai kebenaran. Tak sedikit juga di antara mereka yang mengandalkan salah satu dari elemen media sosial ini sebagai referensi utama untuk berbagai hal (*Jurnal Dewan Pers*, Edisi 20: 51).

Padahal, media sosial tak selalu berpihak pada hal yang paling berharga dalam lingkup dunia jurnalistik seperti kualitas, nilai, dan prinsip jurnalisme. Bahkan, menjadi geger (viral) dan vulgar, mungkin juga provokatif lebih mencuri perhatian di media sosial. Seiring dengan maraknya penggunaan media sosial tersebut, maka berubah pula lanskap bermedia di seluruh dunia, termasuk di negara Indonesia. Bahkan, beberapa masyarakat merasa tidak membutuhkan lagi keberadaan media massa, karena hampir seluruh kebutuhan mereka akan informasi seakan tercukupi hanya dengan menggunakan media sosial semata (Yanuar Nugroho dalam *Jurnal Dewan Pers*, Edisi 20: 49).

Adapun hoaks di media sosial bisa terjadi, karena media sosial seperti *TikTok*, *Instagram*, *YouTube*, *Facebook*, *Twitter*, *WhatsApp* dan sebagainya bukanlah media massa sebagaimana media cetak, media siar, dan media siber yang mempunyai Kode Etik Jurnalistik sebagai turunan dari Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers. Mark Zuckerberg sendiri mengamini bahwa *Facebook* bukanlah *platform* (saluran) media massa pemberitaan. Hanya sebuah jembatan antar orang, cuma admin, dan satu lagi tak punya editor (*Jurnal Dewan Pers*, Edisi 20: 18). Sehingga tidak ada filterisasi (penyaringan) terhadap informasi yang masuk ke ranah publik tersebut. 'Sampah masuk (*garbage in*), sampah keluar (*garbage out*)', demikian sejumlah orang mengomentari keberadaan media sosial (Yanuar Nugroho dalam *Jurnal Dewan Pers*, Edisi 20: 49). Sifatnya pun yang cenderung personal menyebabkan proses produksi informasinya amat subjektif, bahkan dapat dikatakan tendensius.

Dampak Penyebaran Hoaks

Untuk dampak dari penyebaran hoaks menurut Dian Felix Meidivo L. Tobing adalah memicu keributan, memecah belah persaudaan, dan memunculkan rasa benci. Jawaban dari Dian Felix Meidivo L. Tobing tersebut telah sesuai dengan pernyataan

Palmadottir & Kalenikova (2018) yang menyatakan, bahwa ujaran kebencian (*hate speech*) adalah segala bentuk ekspresi verbal atau tertulis yang menyebarkan, menghasut, mempromosikan, atau membenarkan kebencian berdasarkan pada intoleransi atau atas dasar perbedaan agama. Pun, pada era sekarang ini, dalam penyebaran isu hoaks telah melekat seperangkat atribut fitnah yang digunakan untuk menjatuhkan lawan politik di dalamnya (Syuhada, 2017: 77).

Sementara itu, Mei Elisabet Sibarani mengatakan dampak dari penyebaran berita hoaks berupa timbulnya kepanikan, intoleransi, diskriminasi lewat penggorengan isu dan *cyber crime* (tindak pidana siber). Oleh karena itu, Mei Elisabet Sibarani menyarankan agar pihak kepolisian untuk memberikan efek jera kepada para pelaku penyebaran berita hoaks dan ujaran kebencian, sehingga tidak mengulanginya lagi di kemudian hari. Pernyataan Mei Elisabet Sibarani ini telah terkonfirmasi apabila merujuk pada Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) Nomor 19 Tahun 2016 sebagai perubahan terhadap Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang ITE. Sebagaimana Pasal 28 Ayat (1) UU ITE ini yang menyebutkan, bahwa “Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan

kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik”; dan Pasal 28 Ayat (2) UU ITE ini yang menyebutkan, bahwa “Setiap orang dilarang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas Suku, Agama, Ras, dan Antargolongan (SARA)”.

Adapun Muhammad Khadafi menambahkan, bahwa dampak dari penyebaran hoaks ialah terdapatnya korban yang dirugikan berupa pencemaran nama baik. Menurut Cici Rama Dwiyantri hal ini bisa terjadi, karena dampak penyebaran hoaks dapat memengaruhi pola pikir dan mental khalayaknya. Bahkan, bukan tidak mungkin berita hoaks bisa menjadi ancaman serius bagi ketahanan suatu negara. Oleh karena itu, Cici Rama Dwiyantri menawarkan sikap bertabayun di era keterbukaan informasi kini, sebagaimana firman Allah SWT dalam QS Al-Hujurat [49] ayat 6 yang berbunyi: “Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu seorang fasik membawa suatu berita, maka bersungguh-sungguhlah mencari kejelasan agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa pengetahuan yang menyebabkan kamu atas perbuatan kamu menjadi orang-orang yang menyesal”.

Solusi Menangkal Hoaks

Dian Felix Meidivo L. Tobing menyarankan, bahwa dalam mencegah hoaks, khalayak perlu mengembangkan rasa ingin tahu. Alias tidak gampang menerima suatu informasi, tanpa mencari tahu kebenarannya terlebih dulu. Juga berhati-hati dengan judul yang provokatif, mencari tahu asal sumber dan keaslian situs/laman, serta memerhatikan keaslian foto/video. Ia juga menambahkan, bahwa perlu diselenggarakannya kegiatan seminar yang mengantisipasi seluruh masyarakat lintas usia, agar bijak menggunakan media sosial. Menurutnya, sosialisasi literasi media digital ini sangat dibutuhkan pada zaman sekarang, sehingga masyarakat tidak menjadi korban *hoax*, tetapi dapat berpartisipasi aktif dalam melakukan kontra narasi positif yang mencerdaskan masyarakat, bangsa dan negara.

Sementara itu, Cici Rama Dwiyanti, Dwi Utami Amalia dan Mei Elisabet Sibarani menyarankan, bahwa dalam mencegah hoaks kita perlu melaksanakan 3S, yakni 'Saring Sebelum *Sharing*'; dan detoksifikasi media, yaitu dengan membatasi diri dari banyaknya berseliweran paparan informasi hoaks di media sosial. Terkait detoksifikasi media, pendapat mereka di atas telah sesuai dengan portal berita *online* seperti *Tirto.id* yang pernah memaparkan empat alasan mengapa kita harus membatasi diri dari

ketergantungan (*dependensi*) terhadap media sosial, seperti: a) membantu kita untuk tidak cemas, karena *Fear of Missing Out* (takut ketinggalan informasi), dan memiliki waktu istirahat yang cukup; b) membantu kita untuk tetap fokus pada tujuan; dan c) membantu kita untuk tetap terhubung kembali dengan orang di lingkungan sekitar.

Adapun Muhammad Khadafi menawarkan solusi agar masyarakat hanya akan mengonsumsi pemberitaan yang riil, sesuai dengan unsur-unsur yang terdapat dalam Kode Etik Jurnalistik (KEJ) dan 5 W + 1 H. Pun, tambah Mei Elisabet Sibarani bahwa KEJ memiliki pasal-pasal yang mencegah terciptanya hoaks yang tidak diinginkan. Seperti pada Pasal 4 KEJ ini yang berbunyi: "Wartawan Indonesia tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis, dan cabul". Begitu pula dengan Pasal 8 KEJ ini yang berbunyi: Wartawan Indonesia tidak menulis atau menyiarkan berita berdasarkan prasangka atau diskriminasi terhadap seseorang atas dasar perbedaan suku, ras, warna, kulit, agama, jenis kelamin, dan bahasa serta tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa atau cacat jasmani.

Pasal-pasal semacam inilah yang membedakan antara pengaturan di media sosial dan media massa dalam menyajikan suatu informasi, karena memang independensi dan kepercayaan

publik memiliki pengaruh yang sangat besar. Namun parahnya, data hasil survei menunjukkan, bahwa sebanyak 85 persen media massa termasuk media arus utama ikut-ikutan dalam mengambil informasi dari media sosial yang rentan hoaks sebagai bahan pemberitaannya. Selain itu, mereka sepakat bahwa cara lain dalam mengantisipasi maraknya hoaks ialah mulai dari diri sendiri, seperti bisa membedakan mana informasi yang bias. Sebab, mereka meyakini bahwa upaya untuk menepis informasi hoaks sangat bergantung pada cara khalayak merubah pola pikir mereka menjadi lebih baik.

4. KESIMPULAN

Kelima Mahasiswa Polimedia Medan meyakini bahwa media sosial menjadi ladang subur dalam penyebaran informasi hoaks. Fenomena ini terjadi lantaran pola migrasi penggunaan media sosial sebagai sumber informasi. Terkhusus di kalangan milenial yang mendominasi sensus penduduk Indonesia saat ini. Sayangnya kemajuan teknologi ini tidak dibarengi dengan semangat menjunjung tinggi nilai-nilai keakuratan atas suatu informasi, dan kecerdasan bermedia khalayak yang memang masih lemah dalam memahami pesan yang disampaikan. Jika tidak kita antisipasi segera lewat berbagai cara, tentu akan sangat

merugikan persatuan bangsa dan negara dengan segala konsekuensinya. Selain itu, masyarakat juga memiliki alternatif lain dalam mengemplang hoaks. Salah satunya adalah dengan rajin-rajin memverifikasi suatu informasi di situs resmi, arus media utama dan media alternatif lain yang senantiasa mematuhi kode etik serta prinsip-prinsip jurnalistik dalam setiap proses publikasinya. Lantas, mulai saat ini dan seterusnya seluruh anak bangsa harus berpartisipasi aktif dalam melakukan kontra narasi terhadap isu-isu yang memecah belah. Oleh karena itu, proses pengajaran mata kuliah Etika Profesi dan HaKI harus terus berlanjut di Polimedia Medan Jurusan Penerbitan nantinya, dengan turut melibatkan para praktisi di bidangnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ball, J. (2016). *Post-Truth: How Bullshit Conquered the World*. London: Ebury Press.
- Emzir. (2012). *Analisis Data: Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Gentzkow, Matthew Aaron; Shapiro, Jesse and Stone, Daniel F. (2014). *Media Bias in The Marketplace: Theory*. Massachusetts: NBER.

Ireton, Cherilyn and Posetti, Julie. (2018). *Journalism, Fake News & Disinformation*. Paris: UNESCO.

Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Winarni, Endang Widi. (2018). *Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.

Jurnal Terpublikasi

Syuhada, Kharisma Dhimas. (2017). Tinjauan Buku Etika Media di Era "Post-Truth". *Jurnal Komunikasi Indonesia*, V (1), 77-79. <https://doi.org/10.7454/jki.v6i1.8789>.

Artikel dalam Jurnal

Nugroho, Yanuar (2019). Problem Besar Bangsa: Literasi Media dan Literasi Teknologi. *Jurnal Dewan Pers*, 20: 49-51.

Dokumen Resmi

Dewan Perwakilan Rakyat Indonesia dan Presiden Republik Indonesia. (1999). Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers. 1999. Jakarta.

Dewan Pers. (2008). Kode Etik Jurnalistik. 2008. Jakarta.

Dewan Perwakilan Rakyat Indonesia dan Presiden Republik Indonesia. (2016). Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. 2016. Jakarta.

Majelis Ulama Indonesia. (2017). Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 24 Tahun 2017 Tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial. 2017. Jakarta.

Tesis

Putra, Bayu Juliandra. (2020). *Literasi Digital di Kalangan Mahasiswa (Studi Fenomenologi Penyebaran Hoaks Melalui Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP USU)*. [Tidak Terpublikasi]. Univesitas Sumatera Utara.

Dokumen Internet

Adrian, dr. Kevin. (2021). *Mengenal FOMO dan Dampak Negatifnya*. AloDokter Hidup Sehat. Tersedia secara online di [Mengenal FOMO dan Dampak Negatifnya - Alodokter](#). Diakses pada 10 Januari 2022, pukul 14:25 WIB.

BBC. (2017, Aug 23). *Kasus Saracen: Pesan Kebencian dan Hoax di Media Sosial 'Memang Terorganisir'*. BBC NEWS Indonesia. Tersedia secara online di [Kasus Saracen: Pesan kebencian dan hoax di media sosial 'memang terorganisir' - BBC News Indonesia](#). Diakses pada 10 Januari 2022, pukul 13:59 WIB.

Edelman (2018). *2018 Edelman Trust Barometer Global Report*. Tersedia secara online di [2018 Edelman Trust Barometer Global Report With Talk Track with market](#)

- [wording](#). Diakses pada 10 Januari 2022, pukul 14:15 WIB.
- Glasser, S.B. (2016). *Covering Politics in a Post-Truth America*. Tersedia secara online di <https://www.brookings.edu/essay/covering-politics-in-a-post-truth-america>. Diakses pada 10 Januari 2022, pukul 13:51 WIB.
- Hoax Buster. (2020, Aug 04). [SALAH] Klaim Hadi Pranoto Soal COVID-19. Covid19.go.id. Tersedia secara online di [\[SALAH\] Klaim Hadi Pranoto Soal COVID-19 - Hoax Buster | Covid19.go.id](https://www.covid19.go.id/salah-klaim-hadi-pranoto-soal-covid-19-hoax-buster). Diakses pada 10 Januari 2022, pukul 13: 56 WIB.
- Kominfo. (2020, May 15). *Kominfo Temukan 1.125 Hoaks di Medsos Terkait Corona*. Sorotan Media. Tersedia secara online di [Kementerian Komunikasi dan Informatika \(kominfo.go.id\)](https://www.kominfo.go.id/temukan-1125-hoaks-di-medsos-terkait-corona). Diakses pada 10 Januari 2022, pukul 14:37 WIB.
- Kompas.com. (2020, Aug 30). *Sebar Hoaks hingga Picu Penyerangan Polsek Ciracas, Oknum TNI Dijerat UU ITE*. News Megapolitan. Tersedia secara online di [Sebar Hoaks hingga Picu Penyerangan Polsek Ciracas, Oknum TNI Bisa Dijerat UU ITE Halaman all - Kompas.com](https://www.kompas.com/sebar-hoaks-hingga-picu-penyerangan-polsek-ciracas-oknum-tni-dijerat-uu-ite). Diakses pada 10 Januari 2022, pukul 14:07 WIB.
- Maharani, Tsarina. (2019, May 01). *Kominfo Identifikasi 486 Hoax Sepanjang April 2019, 209 Terkait Politik*. detikNews. Tersedia secara online di [Kominfo Identifikasi 486 Hoax Sepanjang April 2019, 209 Terkait Politik \(detik.com\)](https://www.detik.com/kominfo/identifikasi-486-hoax-sepanjang-april-2019-209-terkait-politik). Diakses pada 10 Januari 2022, pukul 13: 51 WIB.
- Prihatini, Destri Ananda. (2019). *4 Alasan Membatasi Diri dari Kecanduan Media Sosial*. tirto.id Sosial Budaya. Tersedia secara online di [4 Alasan Membatasi Diri dari Kecanduan Media Sosial \(tirto.id\)](https://www.tirto.id/4-alasan-membatasi-diri-dari-kecanduan-media-sosial). Diakses pada 10 Januari 2022, pukul 14:22 WIB.
- Redaksi Remotivi. (2017, Apr 01). *Selamat Datang di Era Post-Truth*. Mediapedia. Tersedia secara online di [Selamat Datang di Era Post-Truth - Remotivi](https://www.remotivi.com/selamat-datang-di-era-post-truth). Diakses pada 10 Januari 2022, pukul 14:12 WIB.
- Sihaloho, Markus Junianto; Thenu, Stefi; Marsiel, Adi; dan Rikin, Ari Supriyanti. (2017, Feb 08). *Masyarakat Sedang Gagap Media*. Berita Satu. Tersedia secara online di [Masyarakat Sedang Gagap Media \(beritasatu.com\)](https://www.beritasatu.com/masyarakat-sedang-gagap-media). Diakses pada 10 Januari 2022, pukul 14:19 WIB.