

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak akan pernah lepas dari yang namanya berkomunikasi, ketika sedang berada dimanapun dan dalam kondisi apapun. Komunikasi merupakan salah satu bagian yang tidak pernah dilupakan dalam kehidupan sehari-hari, melalui komunikasi kita dapat berhubungan dengan baik satu sama dengan yang lainnya. Komunikasi dalam bahasa Inggris *communication* atau juga dalam bahasa Latin *communio* yang mempunyai arti kesamaan makna atau membangun suatu persamaan dalam perbedaan, dalam komunikasi juga pastinya ada suatu media yang dipilih oleh komunikator kepada komunikan. Dalam penyampaian pesan, seseorang pasti sangat mengharapkan umpan balik (*feedback*) (Mulyana, 2007).

Adanya komunikasi ini tentunya tidak menutup jika terdapat berbagai macam komunikasi didalamnya. Salah satunya adalah komunikasi massa, definisinya sendiri merupakan suatu komunikasi yang ditujukan bagi masyarakat luas. Tentu saja hak ini berbeda dengan komunikasi interpersonal yang hanya untuk satu orang ataupun kelompok yang hanya melibatkan beberapa orang. Bahkan juga berbeda dengan organisasi yang memiliki keunikan-keunikan tersendiri yang tidak dapat disamakan dengan bentuk komunikasi lainnya.

Serupa seperti komunikasi yang lain, komunikasi massa diawali dengan komunikator. Komunikator adalah penyampaian pesan, pemilik informasi, dan seseorang yang menjadi awal perilaku komunikasi. Dalam komunikasi massa, komunikasi bukanlah seorang individu melainkan sekelompok individu yang terlembaga. Hal ini karena salah satu komponen komunikasi massa adalah komunikatornya terlembaga, yang dimaksud dengan terlembagakan adalah komunikator di dalam komunikasi massa merupakan pemilik media, produser, aktor, presenter, dan lain sebagainya. Komunikasi massa juga mempunyai perbedaan signifikan, karena dia memiliki sifat dan syarat komunikator yang berbeda dengan bentuk komunikasi lainnya (Romli, 2016).

Bentuk dari adanya komunikasi massa ini yaitu beredarnya informasi yang tersebar di banyak masyarakat. Menurut (Anggraeni, 2017) menjelaskan bahwa "informasi adalah sekumpulan data atau fakta yang diorganisasi atau diolah dengan cara tertentu sehingga mempunyai arti bagi penerima". Informasi pun tentunya memiliki berbagai macam yang salah satunya yaitu informasi hoaks. Hoaks atau informasi bohong atau berita tidak benar saat ini semakin marak peredarannya melalui internet. Jika zaman dahulu penyebaran berita tidak benar dalam bentuk selebaran dan sejenisnya. Namun kini di era digital penyebaran hoaks telah banyak tersebar melalui media sosial maupun *instant messaging*. Hoaks merupakan media lama, sangat mudah dibersihkan dan dilupakan orang, sementara melalui media baru tidak akan selesai begitu saja. Bahkan modus yang sering terjadi saat ini, begitu hoaks diproduksi oleh pihak tertentu, kemudian disebar melalui media sosial, akan terus meninggalkan jejak digital tanpa diverifikasi terlebih dahulu. Berbagai pihak berpendapat bahwa penyebaran hoaks sangat rentan terpapar oleh masyarakat karena mudahnya dikonsumsi. Apalagi saat ini pengguna media sosial dan *instant messaging* dari tahun ketahun semakin meningkat. Bahkan Indonesia sendiri menjadi salah satu



negara dengan pengguna media sosial terbesar di dunia (Arifianto & Juditha, 2019).

Contoh dari dampak yang dihasilkan dari adanya informasi bohong atau hoaks ini yang sangat luar biasa yang dicontohkan oleh Kang Emil seperti pada perang dunia kedua. Beliau menyebut, serangan tentara Jerman terhadap Polandia berawal dari hoaks. "Jadi diberitakan seolah-olah ada tentara Polandia yang akan menyerang Jerman, disampaikan militer Jerman ke Adolf Hitler. Mereka menculik petani Polandia dibius diajak ke stasiun radio seolah-olah kampungnya diserang. Dibikin segitu informasi hoaksnya dan sumbu hoaks itu menyebar sampai perang dunia kedua," katanya.

Dengan banyaknya tersebar informasi bohong atau hoaks yang ada di media sosial, tentunya tidak bisa dibiarkan begitu saja. Semakin dibiarkan, akan semakin meluas penyebarannya. Perlu ikut campur banyak pihak demi memberantas penyebaran hoaks ini. Salah satu pihak yang telah membuat suatu gerakan dalam penanganannya adalah pemerintah provinsi Jawa Barat melalui program yang dirancang khusus. Program tersebut bernama Jabar Saber Hoaks. Program ini merupakan tim di bawah naungan Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Provinsi Jawa Barat yang bertugas untuk memberantas segala bentuk informasi yang meresahkan atau mengganggu kenyamanan masyarakat khususnya yang berada di media sosial. Unit kerja Jabar Saber Hoaks juga dibentuk untuk meningkatkan literasi digital serta sikap kritis masyarakat terhadap keberadaan informasi bohong. Maka dari itu dalam Laporan akhir ini penulis akan membahas bagaimana Strategi Jabar Saber Hoaks Dalam Menangkal Informasi Bohong di masyarakat Jawa Barat.

Pengertian dari strategi sendiri merupakan hal penting bagi kelangsungan hidup dari suatu perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan yang efektif dan efisien, perusahaan harus bisa menghadapi setiap masalah-masalah atau hambatan yang datang dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Dari adanya strategi ini bisa dimanfaatkan oleh berbagai pihak, bahkan banyak juga pihak yang mengedepankan adanya bentuk-bentuk dari strategi tersebut (Sari, 2019). Salah satu pihak yang memanfaatkan adanya bentuk strategi ini yaitu dalam kegiatan praktisi atau Program Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat yaitu Program Jabar Saber Hoaks. Tentunya ada orang yang berpengaruh dalam pengoperasian program Jabar Saber Hoaks ini dan orang tersebut termasuk sebagai komunikatornya. Setiap komunikator mempunyai strategi sendiri untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi yang digunakan. Cara ini akan digunakan untuk melihat keberhasilan dari pengaplikasian strategi yang telah ditetapkan oleh suatu pihak tertentu, dalam kasus ini adalah Diskominfo Jabar yang menjalankan program unggulan untuk secara tidak langsung mengedukasi masyarakat dalam menyerap informasi hoaks. Dengan begitu, program ini pasti memiliki strategi tersendiri dalam keberlangsungannya serta penelitian disini akan memaparkan bagaimana cara kerja serta strategi unggulan yang diterapkan pada program Jabar Saber Hoaks.



Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, terdapat beberapa rumusan masalah yang akan dibahas dalam Laporan Akhir ini, yaitu:

- 1) Bagaimana strategi Jabar Saber Hoaks dalam menangkal informasi hoaks di masyarakat Jawa Barat?
- 2) Bagaimana hambatan dan solusi Jabar Saber Hoaks dalam menangkal informasi hoaks di masyarakat Jawa Barat?

Tujuan

Pembuatan laporan akhir ini memiliki beberapa tujuan. Tujuan tersebut merujuk pada rumusan masalah yang akan dibahas. Tujuan dari laporan akhir ini adalah untuk:

- 1) Menjelaskan Strategi Jabar Saber Hoaks dalam menangkal Informasi hoaks di masyarakat Jawa Barat.
- 2) Menjelaskan hambatan dan solusi yang dihadapi Jabar Saber Hoaks dalam mengatasi Informasi hoaks di masyarakat Jawa Barat.

METODE

Lokasi dan Waktu

Lokasi pengumpulan data yang digunakan dalam menyusun Laporan Akhir ini didapat pada saat melakukan kegiatan Praktek Kerja Lapangan di Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat Jl. Tamansari No.55, Lb. Siliwangi, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 4013. Proses pengumpulan data laporan akhir ini dilaksanakan selama empat puluh hari, terhitung dari tanggal 3 Maret sampai dengan 5 Mei 2021 dan dengan waktu kerja lima hari dalam seminggu dilakukan pada hari Senin sampai dengan Jum'at mulai pukul 07.30-16.00 WIB.

Data dan Instrumen

Jenis data dan insturmen yang diperoleh untuk membuat laporan akhir sebagai berikut:

- 1) Data Primer
Data primer data yang diperoleh peneliti secara langsung (dari tangan pertama). Sumber data primer dalam penelitian ini yakni hasil dapat diperoleh secara langsung dari pihak Jabar Saber Hoaks dengan cara berpartisipasi aktif secara langsung selama melakukan praktek kerja lapangan.
- 2) Data Sekunder
Merupakan data yang didapatkan atau diperoleh dari pihak lain yang merupakan data yang tidak diperoleh secara langsung dari sumbernya. Data sekunder yang didapat oleh penulis berupa sejumlah data dari daftar pustaka, buku-buku referensi, dan arsip karya ilmiah yang relevan dengan rumusan masalah yang ada.

Instrumen merupakan alat yang digunakan untuk mendapatkan dan mengumpulkan data penelitian, baik itu data primer maupun sekunder. Instrumen yang digunakan dalam menyusun Laporan Akhir ini antara lain sebagai berikut:

