

PERANAN POLRES BANJARBARU DALAM MENSOSALISASIKAN INFORMASI TENTANG BAHAYA BERITA BOHONG (*HOAX*) DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Gigih Saputra

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjary

Jl. Adhyaksa No. 2 Kayu Tangi Banjarmasin 70123

Telp. 0511-3303876

E-mail: Gigihsaputra70@yahoo.com

Abstrak : Perkembangan teknologi yang semakin cepat membawa kita pada sebuah kemudahan dalam berinteraksi dengan orang lain, selain itu kemudahan lainnya ialah mendapatkan sebuah informasi dan berbagi informasi dari seluruh pelosok negeri bahkan dunia salah satunya melalui media sosial instagram. Banyak informasi yang disebar di dunia maya namun tidak semuanya benar atau bisa dibilang *hoax*, *hoax* merupakan berita bohong yang dibuat segelintir orang untuk kepuasan pribadi atau bahkan demi mendapatkan uang, fenomena *hoax* atau berita bohong sendiri di Indonesia menjadi kekhawatiran sendiri untuk para pengguna media sosial ataupun yang tidak, pemberitaan bohong mampu menggiring opini publik kearah yang salah dan akan berdampak pada kegaduhan di tengah masyarakat. Hal ini yang membuat beberapa instansi pemerintah seperti kepolisian turut serta melakukan pendidikan kepada masyarakat mengenai bahaya *hoax* dan mengajak masyarakat pengguna sosial media ataupun yang tidak menggunakannya untuk memerangi *hoax*. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian diskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan dalam mengajak masyarakat memerangi berita bohong di media sosial instagram dengan mengunggah kegiatan-kegiatan sosialisasi dan foto maupun video, yang berhubungan dengan berita bohong baik itu klarifikasi, pencegahan, aturan hukum dan lain-lain, didalam akun instagram menjadi salah satu upaya yang dilakukan polres untuk memberikan pemahaman dan penyebaran mengenai bahaya berita bohong atau *hoax* secara masal.

Kata Kunci : *Peranan, Media Sosial, Instagram*

Abstract : Technology development that is increasingly fast brings us to the ease of interacting with other people, besides that another convenience is getting an information and sharing information from all corners of the country and even the world, one of them through Instagram social media. A lot of information is spread in cyberspace but not all are true or arguably *hoaxes*, *hoax* are *hoax* made by a handful of people for personal satisfaction or even to get money, *hoax* phenomena or *hoaxes* in Indonesia are their own concerns for social media users or which is not, lying news can lead to public opinion in the wrong direction and will have an impact on the noise in the community. This makes some government agencies such as the police participate in educating the public about the dangers of *hoax* and inviting social media users or those who do not use them to combat *hoax*. The research method uses a qualitative approach with qualitative descriptive research. The results of the study show that in inviting the public to fight false news on Instagram social media by extending socialization activities and photos and videos, which are related to *hoaxes*, whether it is clarification, prevention, rule of law, etc., the Instagram account is one of the conducted by police to provide understanding and dissemination about the dangers of lying news or *hoax* en masse.

Keywords : *Role, Social Media, Instagram*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini sangat pesat dari waktu ke waktu yang kita rasakan saat ini adalah kemudahan dalam berkomunikasi. Memperoleh atau berbagi informasi juga mendapatkan hiburan dari berbagai belahan dunia yang hanya mengandalkan media

Saat ini di Indonesia fenomena kejahatan yang marak terjadi adalah berita bohong atau

disebut juga *hoax*. Pemberitaan ini disebar melalui media sosial seperti *facebook*, *instagram* dan lain-lain, kemudahan dalam mengakses informasi di media sosial dimanfaatkan oleh segelintir orang atau kelompok orang yang tidak bertanggung jawab, menurut survey yang dilakukan oleh Masyarakat Telematika Indonesia (MASTEL) tentang wabah *hoax* pada tahun 2017.

Mencatat bentuk *hoax* yang paling sering diterima adalah berbentuk tulisan 62.10%, kemudian gambar 37.50% dan video 0.40%.

Sedangkan media yang paling sering digunakan untuk menyebarkan *hoax* sendiri adalah media sosial 92.40%, aplikasi chatting 62.80%, situs web 34.90%, televisi 8.70%, media cetak 5% e-mail 3.10% dan radio 1.20%. dapat dilihat dari data tersebut betapa dominannya media online atau media sosial yang menjadi sarana penyebaran *hoax*.



Gambar 1.2. Bentuk dan saluran *hoax*

Hal ini yang membuat beberapa instansi pemerintah seperti kepolisian turut serta melakukan pendidikan kepada masyarakat mengenai bahaya *hoax* dan mengajak masyarakat pengguna sosial media ataupun yang tidak menggunakannya untuk memerangi *hoax* dan diharapkan masyarakat lebih bijak dalam menilai suatu berita, informasi yang berada di sosial media dan memastikan kebenaran, manfaat, jika ingin dibagikan kepada orang lain, agar hal yang tidak diinginkan tidak terjadi seperti beberapa kasus yang sudah berlanjut ke meja hijau.

Media Sosial

Media sosial adalah salah satu bentuk perkembangan dari adanya internet. Melalui media sosial, seseorang dapat saling terhubung dengan setiap orang yang tergabung dalam media sosial yang sama dan berbagi informasi serta berkomunikasi. Menurut Nasrullah (2017) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, berkerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Sedangkan Van Dijk (2013), mendefinisikan media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium *online* yang menguatkan hubungan antara pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Tidak dapat dipungkiri media sosial sangat berpengaruh besar terhadap perubahan masyarakat di era sekarang. Sebagian besar orang mengakses

media sosial dengan mudah, tidak hanya itu media sosial merupakan salah satu media yang memberikan tempat kepada pengguna untuk bebas berekspresi dan berpendapat.

Media sosial memiliki beberapa karakteristik yaitu :

1. Jaringan (*Network*)

Jaringan bisa dipahami sebagai infrastruktur yang menghubungkan antara komputer maupun perangkat keras lainnya

2. Informasi (*Information*)

Informasi menjadi entitas yang penting bagi media sosial, disebabkan pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi.

3. Arsip (*Archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi yang berada di media sosial telah tersimpan dan bisa di akses kapan pun dan melalui perangkat lain.

4. Interaksi (*Interactivity*)

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna, jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut di internet, tetapi juga harus ada interaksi antara pengguna didalamnya. Dapat dilihat dalam media sosial interaksi yang jelas dilakukan adalah saling mengomentari atau bahkan membarikan tanda.

5. Simulasi sosial (*Simulation of society*)

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat di dunia virtual. Para pengguna media sosial dapat dikatakan sebagai warga negara dikital atau masyarakat maya yang berlandaskan keterbukaan tanpa ada batan-batasan. Layaknya masyarakat atau negara dalam media sosial juga terdapat aturan-aturan dan etika yang harus diikuti.

6. Konten oleh pengguna (*User-generated content*)

Karakteristik media sosial berikutnya adalah konten oleh pengguna atau lebih populer disebut *user generated content*,

trem ini menunjukkan bahwa dalam media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun.

7. Penyebaran (*Share/Sharing*)

Penyebaran(*share/sharing*) merupakan karakter lainnya dari media sosial. Medium ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dari dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi juga didistribusikan sekaligus dikembangkan oleh penggunanya. Dalam penyebaran ini terdapat dua jenis, yang pertama dari konten dan yang kedua melalui perangkat.

Dalam media sosial terdapat enam kategori untuk melihat pembagian media sosial yaitu:

1. Media jejaring sosial(*Social networking*)

Jaringan sosial salah satu medium yang sangat populer dalam kategori media sosial. Medium ini merupakan sarana yang bisa digunakan untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut di dunia virtual. Untuk berinteraksi satu sama lain dalam medium ini menggunakan pesan teks, foto, dan juga video.

2. Jurnal *online*(*Blog*)

Blog merupakan media sosial yang digunakan untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling komentar dan berbagi, baik tautan *web*, informasi dan sebagainya. Situs ini adalah situs pribadi yang berisi konten-konten yang diinginkan oleh pembuatnya.

3. Mikroblog(*Microblogging*)

Mikronlog tidak jauh berbeda dengan *blog*, mikroblog merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasikan aktifitas atau pendapat.

4. Media berbagi(*Media shering*)

Situs berbagi media merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi para pengguna untuk berbagi mengenai apa saja dalam bentuk dokumen(*file*), video, audio, gambar, dan masih banyak lagi. Salah satu contoh media sosial ini adalah *youtube*,

5. Penanda sosial(*Social bookmarking*)

Penanda sosial merupakan salah satu media sosial yang berkerja mengorganisasi, menyimpan, mengelola dan mencari informasi atau berita secara online. Salah satu *social bookmarking* yang populer di indonesia adalah *LintasMe*.

6. Wiki

Berikutnya adalah wiki atau bisa dibilang konten bersama, disebut demikian karena wiki merupakan situs yang kontennya berisikan hasil dari kolaborasi dari para pengguna.

Instagram

Atmoko dalam bukunya *instagram handbook*, *instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk instagram sendiri. *Instagram* merupakan salah satu media sosial yang dapat di gunakan sebagai media penyebar informasi, produk atau jasa, bahkan dalam penggunaannya instagram tidak hanya dapat mengunggah foto melainkan juga dapat mengunggah video dengan batasan 60 detik saja.

Untuk menunjang eksistensinya di dalam persaingan antara media sosial, *instagram* memiliki fitur-fitur sebagai berikut:

1. *Followers* (pengikut)

Instagram memiliki sistem pengikut, dimana sebuah akun dapat memiliki pengikut maupun menjadi pengikut (mengikuti) pengguna akun lainnya. Dengan adanya pengikut, akan terjalin komunikasi antara sesama pengguna *Instagram* jika sebuah akun mengunggah foto/video, penggguna lainnya dapat merespon dengan like ataupun komentar.

2. *Upload foto* (mengunggah foto)

Mengunggah dan berbagi foto atau video merupakan fungsi utama dari *instagram*

3. Kamera

Instagram dapat mengambil foto atau video secara langsung melalui fitur kamera dan dapat disimpan di device pengguna.

4. Efek foto

Efek-efek yang dapat mengatur warna foto sesuai keinginan pengguna sehingga member kesan berbeda terhadap foto.

5. *Caption* (keterangan foto)

Pengguna bisa mendeskripsikan foto yang diunggah menggunakan fitur *caption*, menyebutkan (mention) pengguna lain, dan memberi hashtag.

6. *Arroba*

Sama seperti sosial media lain seperti Twitter dan Facebook, *instagram* memiliki fitur arroba (@) untuk menyinggung atau menyebut pengguna lainnya di *Instagram*. Pengguna dapat menyebutkan atau menyinggung pengguna lain di kolom *caption*, komentar, dan share.

7. *Geotagging*

Di bagian lain dalam halaman yang sama dengan *caption*, pengguna akan menemui fitur *geotagging*, dimana pengguna dapat memasukkan lokasi dimana foto/video diambil maupun diunggah.

8. Jejaring social

Dalam berbagi foto atau video, pengguna tidak hanya dapat melakukannya di *instagram* saja, melainkan dapat terunggah pula ke akun sosial media lainnya yang terhubung dengan halaman *instagram* pengguna.

9. *Like* (Tanda suka)

Instagram memiliki fitur untuk merespon sebuah foto atau video. Pengguna lain yang melihat foto atau video dapat mengungkapkan rasa suka terhadap post tersebut melalui tombol tanda suka (*like*).

10. *Comment* (Komentar)

pengguna juga dapat memberikan komentar terhadap foto atau video yang diunggah dan berinteraksi untuk membicarakan pendapat terkait foto atau video tersebut.

11. *Share* (Bagikan)

Pengguna dapat membagikan foto atau video seseorang untuk dilihat oleh orang lain yang diikuti pengguna tersebut.

12. *Popular/explore*

Bila sebuah foto masuk ke dalam halaman popular, maka foto atau video tersebut tergolong populer secara global maupun populer di kalangan orang-orang yang diikuti oleh pengguna.

13. *Instagram Stories*

Pengguna dapat mengunggah foto atau video secara real time dan foto akan bertahan dalam waktu 24 jam.

14. *Live*

Live adalah salah satu fitur baru dalam *instagram* yang mana pemilik akun dapat memperlihatkan kegiatan atau *momen* yang sedang di lakukan kepada pengikutnya.

Informasi Bohong atau *Hoax*

Di Indonesia, *hoax* sudah menjadi fenomena sosial yang bahkan sudah mengawatirkan, penyebaran *hoax* sendiri melalui media siber salah satunya media yang sering di gunakan oleh masyarakat seperti media sosial, media sosial memudahkan semua orang untuk berkomunikasi, berpartisipasi, berbagi dan membentuk kelompok secara *online*, sehingga mempermudah penyebarluasan konten mereka sendiri dengan adanya post di media sosial mereka seperti *facebook*, *tweet*, *instagram*, *youtubr* dll, yang dapat dilihat secara langsung oleh jutaan pengguna lainnya.

Menurut survey yang dilakukan MASTEL jenis *hoax* yang sering diterima oleh masyarakat adalah tentang politik sebanyak 91,80%, sara sebesar 88,60%, kesehatan dengan 41,20%, dan dapat dilihat gambar 2.1 di bawah ini.



Gambar 2.1. Jenis Hoax Yang Sering Diterima

Dua jenis *hoax* yaitu sosial politik dan isu sara saat ini yang paling banyak beredar di media sosial dengan tujuan yang beragam. tujuan *hoax* sendiri adalah untuk membuat atau menggiring opini publik, membentuk persepsi, juga untuk *having fun* yang menguji kecerdasan dan kecermatan pengguna internet dan media sosial,

dilain sisi *hoax* di manfaatkan untuk kepentingan atau sebagai kesenangan pribadi seperti menjatuhkan orang lain, mengadu domba, lelucon dan masih banyak lagi.

Sangat disayangkan penyebaran *hoax* ini mendapat respon yang sangat baik dan bahkan di bagikan oleh orang yang sama pandangannya tentang apa yang di informasikan *hoax* tersebut, terkadang orang seperti ini cenderung tidak memperdulikan apakah informasi itu *hoax* atau bukan dikarenakan opini dan sikap yang dimilikinya. Dalam hal ini informasi *hoax* memiliki beberapa jenis seperti *Fake news*: berita bohong, *Clickbait*: tautan jebakan, *Misinformaion*: informasi yang tidak akurat, *Satire*: tulisan yang bersifat humor atau sindiran, *Propaganda*: aktifitas menyebar luaskan informasi yang benar atau salah dengan tujuan mempengaruhi opini publik.

Kerangka Berfikir

Kerangka pemikiran merupakan penjelasan sementara terhadap suatu gejala yang menjadi permasalahan dalam penelitian, yang dijadikan sebagai sebuah skema pemikiran yang melatarbelakangi penelitian ini. Dalam kerangka berpikir ini peneliti akan mencoba menjelaskan masaalah pokok penelitian. Penjelasan yang akan dijelaskan akan terhubung antara teori dan masalah yang diangkat oleh peneliti dalam penelitian ini.

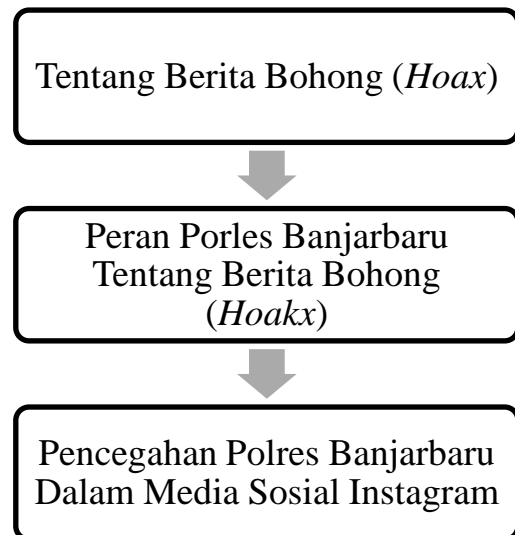
Perkembangan media komunikasi dari masa ke masa semakin memudahkan masyarakat dalam melakukan kegiatan komunikasi atau interaksi mereka, dari hanya menggunakan isyarat, tulisan, cetak, hingga elektronik yang sudah sangat membantu dalam kegiatan informasi, tidak sampai disana perkembangan media pun terus mendorong terciptanya media baru yang diakses melalui sebuah jaringan yaitu internet yang menciptakan sebuah ruang yang disebut dunia maya.

Dengan adanya internet masyarakat sangat dimudahkan sekali dalam mengakses apapun yang tersedia di media baru, salah satunya dalam media sosial, media sosial merupakan salah satu idola yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat, media sosial merupakan tempat yang cocok untuk saling berbagi pengalaman, informasi, hiburan, dan dapat juga berbalas komentar.

Kebebasan dalam media sosial disalah gunakan oleh beberapa pengguna atau kelompok seperti dalam hal pemberitaan atau biasa disebut *hoax* berita bohong ini menyajikan beberapa topik yang dianggap dapat menarik orang untuk

menyebarkan seperti, agama, politik, kesehatan, bahkan SARA dan lainnya. Hal ini justru akan mengawatirkan karena akan menimbulkan konflik di antara sesama warga negara terutama warga dunia maya, sangat disayangkan banyak juga orang yang percaya dengan pemberitaan yang beredar di media sosial apa lagi sesuai dengan opini mereka, tanpa mencari kebenaran berita tersebut.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut sebenarnya pemerintah telah mengeluarkan larangan tentang pemberitaan bohong yaitu Pasal 28 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Dengan hukuman yang tidak main-main, namun hal tersebut belum juga memberi efek jera terhadap pelaku pembuat dan penyebar informasi bohong terus saja bermunculan, disinilah sebenarnya peran dari para intansi seperti kominfo atau pihak berwajib untuk mengajak dan mengedukasi masyarakat tentang bahaya berita *hoax*.



II. METODELOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif, pendekatan kualitatif menurut Sukmadinata (2009:53-60), penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, dan orang secara individual maupun kelompok.

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yang artinya penelitian ini berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, dan kejadian saat sekarang dengan maksud memperoleh data yang berbentuk kata, kalimat, skema, dan gambar.

Sumber data

Sumber data adalah sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini data yang akan digunakan ada dua yaitu:

1. Data primer yaitu data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumbernya atau tempat obyek penelitian, untuk menyelesaikan permasalahan yang sedang ditangani.
2. Data sekunder yaitu data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti sebagai sumber penunjang data primer seperti dokumen-dokumen dan sebagainya.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang lengkap dan akurat dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Wawancara

Proses memperoleh keterangan untuk penelitian dengan cara tanya jawab dengan narasumber atau informen, dalam hal ini proses wawancara dilakukan dengan mengajukan sejumlah pertanyaan langsung kepada narasumber atau informan yang terkait dengan penelitian ini.

2. Dokumentasi

Ialah suatu cara untuk menyediakan, pengumpulan, penglohan, dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat dari sumber informasi dalam bentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Upaya polres Banjarbaru mengajak masyarakat memerangi berita *hoax* melalui media sosial *instagram*.

Polres banjarbaru dalam mengajak masyarakat untuk memerangi berita bohong atau *hoax* dengan melakukan sosialisasi yang dilakukan secara langsung dan melalui media sosial seperti melalui *instagram*, secara langsung pihak polres banjarbaru dan jajarannya melakukan sosialisasi di lingkungan pendidikan seperti, SD, SMP, SMA, dan juga Pondok pesantren selain itu polres banjarbaru juga memberikan pemahaman di tempat ibadah seperti pada saat menjadi khotib pada sholat jumat, serta mengajak tokoh

terkemuka seperti tokoh agama katua MUI kota Banjarbaru KH. Nahfiah Muhja :

Mengatakan “Bahwa berita *hoax* dapat merusak kerukunan umat beragama dan memecah belah persatuan NKRI, mari kita cegah dan kita lawan berita *hoax* di Banjarbaru”. Dengan ini diharapkan semua warga terutama di daerah Banjarbaru untuk bersama-sama memerangi yang namanya berita bohong atau *hoax*.

Apa yang telah dilakukan dalam setiap kegiatan polres banjarbaru dan jajarannya selalu diabadikan dan diunggah melalui akun sosial media seperti *instagram* sehingga masyarakat yang tidak ada di tempat pelaksanaan dapat melihat dan paham dengan apa yang disampaikan sehingga ikut serta untuk memerangi berita *hoax*

penggunaan media sosial *instagram* mampu memberikan kemudahan dalam penyebaran informasi atau upaya dalam mengajak masyarakat ikut serta dalam memerangi berita bohong karna *instagram* memiliki fitur pendukung seperti :

1. *Followers* (pengikut)
2. *Upload foto* (mengunggah foto)
3. *Caption* (keterangan foto)
4. *Arroba*
5. *Geotagging*
6. Jejaring social
7. *Like* (Tanda suka)
8. *Comment* (Komentar)
9. *Share* (Bagikan)
10. *Instagram Stories*
11. *Live*

Isi dari *instagram* Polres Banjarbaru dalam melakukan pencegahan berita *hoax*.

Media sosial yang dimiliki oleh polres Banjarbaru salah satunya *instagram* terdapat unggahan foto juga video yang berisi ajakan, cara terhindar dari berita *hoax*, Undang-undang yang dikenakan untuk masalah berita bohong atau *hoax*, hukuman dan sekaligus informasi klarifikasi berita *hoax*:



himbauan mengenai hoax



cara menghindari berita hoax



undang-undang bagi penyebar berita bohong.



Sangsi Untuk Penyebar Berita Bohong.



klarifikasi kasus hoax..

dengan adanya beberapa foto dan video mengenai *hoax* diharapkan masyarakat agar lebih teliti dalam memilih dan membagikan informasi yang berada di dunia maya, karena tidak semua informasi yang didapat itu benar adanya.

Hambatan Polres Banjarbaru dalam melakukan pencegahan berita bohong atau *Hoax*

Segala sesuatu tentu ada hambatan yang dialami, sebagaimana Polres Banjarbaru dalam pencegahan berita bohong kepada masyarakat, hambatan yang terjadi saat melakukan penyebarluasan menggunakan media sosial seperti *instagram* yang pertama unggahan menggunakan foto disertai keterangan dengan mengenai foto tersebut dengan penggunaan kata yang terbatas sehingga tidak bisa terlalu terperinci, hanya bisa menjelaskan inti dari foto tersebut, dan yang kedua unggahan video yang berdurasi kurang lebih 1 menit yang artinya setiap video kegiatan yang durasinya lebih panjang akan di potong atau di ambil sebagian saja yang menjadi poin dari video tersebut dan diberikan pencelasan melalui *caption*. Sedangkan yang dialami secara langsung pendekatan kepada masyarakat dapat diakui memang mengalami kesulitan, karena citra yang kurang baik tentang Polisi membuat pendekatan menjadi agak sulit seperti yang disampaikan bapak Cahyo “baru kita mau samperin mereka menjauh, padahal kami hanya ingin ngobrol-ngobrol aja”, selain itu titik pemahaman masyarakat mengenai berita bohong juga masih kurang, masyarakat masih banyak mempercayai berita-berita yang disebar melalui chat atau grup di media sosial, dan menjadi salah satu penyebar karna dianggap itu bermanfaat dan benar.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Upaya yang dilakukan untuk mengajak masyarakat memerangi berita bohong atau *hoax* melalui media sosial *instagram* dengan

cara mengunggah foto atau video kegiatan sosialisasi atau kunjungan-kunjungan yang dilakukan Polres Banjarbaru seperti sekolah, tempat ibadah, undangan dari masyarakat ataupun organisasi pemerintahan, dan juga mengajak tokoh-tokoh masyarakat saat melakukan sosialisasi tentang berita bohong maupun sosialisasi lainnya, sehingga masyarakat juga dapat melihat siapa saja yang ikut serta dalam kegiatan tersebut dan bagai mana bahayanya berita bohong bagi pribadi maupun orang lain.

2. Isi dari media sosial instagram yang digunakan untuk melakukan pencegahan berita bohong atau *hoax* berupa gambar, dan video yang di unggah pihak Polres Banjarbaru tentang himbuan, ajakan kepada masyarakat, cara penanggulangan berita *hoax*, klarifikasi tentang berita yang beredar, ataupun undang-undang yang mengatur masalah berita bohong.
3. Hambatan dalam melakukan pencegahan melalui media sosial *instagram* terletak pada batasan-batasan durasi maupun kata yang digunakan untuk menjelaskan secara detail apa maksud dari foto atau video yang diunggah, sehingga apa yang sudah didapat dari sosialisasi misalnya video harus dibagi menjadi beberapa video. Selain itu hambatan yang datang dari sosialisasi yang dilakukan adalah pendekatan dengan masyarakat yang masih menganggap polisi itu menakutkan selain itu pemahaman masyarakat yang masih kurang tentang berita bohong.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, maka penulis sedikit memberi saran kepada pihak Polres sebagai berikut:

1. Alangkah baiknya lebih ditingkatkan lagi sosialisasi yang dilakukan dalam media sosial *instagram* dengan memperjelas keterangan mengenai foto atau video yang diunggah. Selain itu *sosialisasi* yang dilakukan pihak Polres sudah baik namun hendaknya sosialisasi yang dilakukan secara langsung kepada masyarakat lebih ditingkatkan lagi dikarenakan masih banyak masyarakat yang kurang mengerti bagaimana menyikapi dan membedakan antara berita bohong dengan berita yang benar atau fakta.
2. Agar Polres Banjarbaru lebih memaksimalkan perkembangan teknologi

informasi dan komunikasi salah satunya media sosial sebagai alat dalam melakukan penyebaran informasi baik itu sosialisasi mengenai *hoax*, kegiatan yang dilakukan Polres, dan himbuan terhadap masyarakat.

3. Hendaknya apa yang sudah terjadi dalam semua kegiatan menjadi masukan dan bahan evaluasi untuk Polres agar menjadi pendorong bagi semua anggota dalam meningkatkan kualitas, agar tercapai tujuan dari tugas dan fungsi Kepolisian.

V. DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko Dwi, Bambang. (2012). *Instagram Handbook*. Media Kita, Jakarta.
- McLuhan, Marshall, 1962. *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Toronto: University of Toronto Press.
- McQuail, Dennis.(2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika
- McQuail, Dennis.(2002). *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*, London: Sage Publications
- McQuail, Dennis.(2000). *McQuail's Communication Theory(4th edition)*, London: Sage Publications
- Nana Syaodih Sukmadinata (2009). *Metode penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nasrullah, Rulli.(2016). *Teori Dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, Jakarta: Kencana
- Nasrullah, Rulli.(2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*, Bandung: Simbiosis Rektama Media
- Perreault, William D. & McCarthy, E. Jerome. (2006). *Essentials of Marketing: A Global Managerial Approach*. New York. McGrawhill.
- Kurnia, N.(2012). Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi. *Mediator*, (56), 291–296.