



**PROSIDING SEMINAR NASIONAL
PERKEMBANGAN BISNIS RITEL
DAN TEKNOLOGI INFORMASI
DI INDONESIA**

**Hari, Tanggal;
Di Aula Lantai 4 Kampus
Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia
Jl. Purnawarman 34-36 B Bandung**



Diselenggarakan Oleh
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat
Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia
2015

MANAJEMEN KEBERSAMAAN DALAM MENGHADAPI PEMBERITAAN “HOAX”

H a n a f i

Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia
(hanafi256@yahoo.com)

ABSTRAK

Tulisan ini bertujuan untuk menguraikan tentang bahaya informasi atau pemberitaan “hoax” di tengah pesatnya kemajuan teknologi dan media kominfo, khususnya di Indonesia. Situasi kondisi geostrategis, geopolitik, dan geokultural bangsa dan negara kita yang begitu beragam dan menyebar, sangat rawan oleh terpaan informasi atau pemberitaan hoax berupa isu, kebohongan, dan fitnah yang dapat memecah-belah keberadaan NKRI sebagai sebuah masyarakat bangsa.

Dalam memaparkan tulisan ini digunakan studi literature dari sumber-sumber perkuliahan dan seminar tentang *hoax*, beberapa buku ilmu komunikasi, dan tulisan para ahli dan praktisi maupun referensi dari perundangan yang berlaku terkait tema. Kemudian semuanya dipadukan untuk menyoroti fenomena yang terjadi serta menganalisisnya sesuai fakta yang sedang berlangsung.

Hasil kajian memberikan pengetahuan mengenai arti, bahaya yang dikandung, serta langkah menghadapi maraknya persoalan *hoax* ini dewasa ini. Beberapa temuan menyimpulkan, bahwa menghadapi pemberitaan *hoax* adalah tanggungjawab bersama antara pemerintah sebagai pemandu dan pengarah dengan pihak media kominfo, individu serta keluarga sebagai basis sosial yang paling utama.

Strategi menghadapi bahaya *hoax* adalah pendidikan dan pembinaan bidang komunikasi yang mampu memberi kesadaran, kedewasaan, kode etis profesional berdasarkan tata nilai kesopanan masyarakat, serta nilai-nilai keagamaan berbasis pendekatan dan metode yang bernilai kebajikan dan kemaslahatan bersama di setiap tahapan maupun proses komunikasi yang berlangsung.

Kata kunci: Manajemen kebersamaan, Pemberitaan Hoax

ABSTRACT

This paper aims to describe the dangers of information or news “hoax” in the midst of rapid advances in technology and media communications, especially in Indonesia. The geostrategic, geopolitical, and geocultural situation of our nation and nation that is so diverse and spreading, is very vulnerable to the exposure of information or the news of hoax in the form of issues, lies, and slander that can divide the existence of NKRI as a nation society.

In describing this paper used literature studies from lecture sources and seminars on hoaxes, some science communication books, and writings of experts and practitioners as well as references of applicable legislation related to the theme. Then everything is combined to menyoroti phenomenon that occurs and analyze it according to the ongoing facts.

The results of the study provide knowledge about the meaning, the dangers contained, and the steps facing the rise of this hoax problem today. Some findings conclude that facing hoax reporting is a shared responsibility between the government as a guide and guide with mediacomics, individuals and families as the most important social base.

The strategy of dealing with hazard hazards is the education and fostering of communications capable of providing awareness, maturity, professional ethical codes based on public courtesy values, and religious values based on approaches and methods of virtue and common benefit at every stage and process of ongoing communication.

Keywords: *Togetherness Management, Hoax Reporting*

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi, khususnya di bidang komunikasi dan informasi menjangkau seluruh pelosok bumi dan penerapannya mencakup hampir semua bidang kehidupan masyarakat. Menjelang genap dua dasawarsa era reformasi di Indonesia, sebagai satu negara demokrasi yang memulai babak kebebasan berbangsa dan bernegara secara luas, pesatnya kemajuan teknologi kominfo sebagai gejala global, menandai lahirnya masyarakat baru negeri ini. Media kominfo sebagai elemen penting yang mengimplementasikan kemajuan tersebut juga berkembang luar biasa. Dari sekian banyak jenis media kominfo yang tersebar merata dan bervariasi di masyarakat Indonesia, media “*on-line*” adalah salah satu yang mampu menjangkau setiap warga masyarakat bangsa ini. Media yang di akses lewat perangkat pribadi ini menjadi *style* dan kebutuhan hampir setiap orang tanpa dibatasi gender, usia, tingkat pendidikan, bahkan status social-ekonomi mereka. Informasi apapun kini telah dapat di akses oleh setiap orang secara bebas, mudah, dan cepat melalui jaringan internet lewat perangkat computer, *mobile phone* dan atau *gadget* pribadilainnya.

Dalam proses transisi menuju terbentuknya sebuah masyarakat informasi, khusus dalam konteks kekhasan masyarakat Indonesia, kita menghadapi kenyataan bahwa kemajuan teknologi dan media kominfo seringkali berimplikasi negative bagi pembangunan masyarakat bangsa ber peradaban seperti yang kita cita-citakan. Meskipun tidak dapat dipungkiri kemajuan teknologi dan media kominfo juga telah banyak mendatangkan pengaruh positif bagi masyarakat kita. Beberapa fakta yang

bisa diamati misalnya, dalam kehidupan sehari-hari, kita disuguhi dan diterpa berbagai pemberitaan serta informasi yang belum tentu benar atau tidaknya. Bahkan kita mungkin terlibat menjadi pelaksana proses menyebarkan dan menerima pesan/informasi yang tidak selamanya sejalan dengan nilai-nilai moral, etika, kesopanan, dan adat kebiasaan serta kearifan local masyarakat kita sendiri. Dalam konteks hak asasi manusia dan hak sebagai warga masyarakat Indonesia, sesuai dengan amanat konstitusi UUD 1945 (Pasal 28, Sub Bab mengenai Hak Asasi Manusia) persoalan mengenai perolehan informasi disamping merupakan hak setiap warga, adalah juga menjadi kewajiban dan tanggungjawab kita bersama dalam pengelolaannya secara bermakna dan penuh kedewasaan.

Sebagai salah satu wadah kemasyarakatan yang strategis dalam pendidikan dan pemberdayaan umat, media kominfo *mainstream*, khususnya media *online*, dalam era kebebasan saat ini, memikul juga tanggung jawab sebagai wadah yang semestinya aktif merealisasikan prinsip *freedom for information*. Tanggungjawab itulah yang mampu secara moral force menjadi pedoman bagi media kominfo dalam melangsungkan peran dan fungsinya di masyarakat. Di pihak lain keberadaan negara dalam mengatur urusan dibidang kominfo yang sehat dan konstruktif sejalan dengan tujuan dan cita-cita nasional, menjadi sebuah hal yang urgen dan mendesak.

Pesatnya teknologi di tengah minimnya kesiapan dan kedewasaan masyarakat serta berbagai kompetisi kepentingan ekonomi dan social politik berbagai pihak dalam proses komunikasi menjadi persoalan yang rawan. Seringkali

informasi yang tersebar di masyarakat hanyalah isu, gossip, kabar burung, bahkan fitnah dan kebohongan yang seringkali berdampak destruktif. Istilah yang kemudian populer dengan julukan “hoax” ini, jelas membutuhkan pengaturan dan penanganan manajerial yang melibatkan seluruh elemen dan stake-holder media kominfo secara terpadu. Apalagi jika mengingat bahwa Indonesia kita sebagai sebuah negara bangsa memiliki heterogenitas, baik secara geografis, geopolitik maupun geostrategis.

2. PEMBAHASAN

Menyikapi Hoax, Kiat dan Tips Menghadapi Informasi/Berita Hoax

Dampak kemajuan dibidang kominfo yang memunculkan kebebasan nyaris tak terbatas dari pertunjukan informasi menerpa sebagian besar penduduk dan masyarakat kita. Istilah populer yang menyebutkan fenomena ini dengan “tsunami informasi” relatif tepat. Hal ini mengingat akses terhadap informasi menjadi sangat simple dan cepat dengan melalui media, *mobile-phone, dan gadget*, yang kini dimiliki oleh tiap-tiap pribadi warga masyarakat kita. Penggunaan media oleh masyarakat, dapat dibedakan ke dalam dua bagian, yaitu bagi sebagian anggota masyarakat yang menggunakan media dengan penuh kepasrahan, hanya menerima dan mengikuti apa saja yang disajikan media. Mereka ada dalam posisi penikmat apapun yang media tampilkan, tanpa berpikir apakah yang ditampilkan itu sebuah kebenaran atau kepalsuan, fakta atau bukan fakta, dan bernilai manfaat atau madharat. Sebagian anggota masyarakat lainnya, menggunakan media dengan berpikir kritis, melihat fenomena isi media sebagai hasil dari proses produksi yang kompleks.

Selanjutnya dengan perkembangan media baru atau media berbasis internet yang memberikan fasilitas kepada masyarakat untuk membangun media secara mandiri, mendorong aktivitas komunikasi semakin luas dengan informasi yang

melimpah. Setiap individu atau kelompok/ lembaga bisa menciptakan isi komunikasi apa saja dari yang sifatnya personal dan privat sampai informasi public (Udi Rusadi, M.S., KAJIAN MEDIA” Isu Ideologis, Teori dan Metode, Kata Pengantar Prof. Dr. Ibnu Hamad, M.Si.). Ribuan informasi dan berita baru hadir setiap hari dengan isi mencakup berbagai tema beragam yang melingkupi kehidupan kita. Seperti diulas di atas, kita belum bisa memastikan apakah berbagai berita yang kita terima adalah benar ataupun hanya bersifat isu, gosip, kabar burung, fitnah atau kebohongan belaka (baca “hoax”). Lantas bagaimanakah kita untuk bisa membedakan berita apakah asli atau hanya hoax.

Pengertian “Hoax”, menurut Wikipedia adalah diartikan sebagai suatu pemberitaan palsu/ pemberitaan yang tidak jelas sumbernya dan biasanya isinya tidak benar. Hoax merupakan sebuah usaha untuk menipu atau mengakali pembaca/ pendengarnya agar mempercayai sesuatu tujuan tertentu, padahal yang membuat berita sendiri mengetahui bahwa berita tersebut palsu. Salah satu contoh pemberitaan palsu yang paling umum adalah mengklaim sesuatu barang atau kejadian dengan suatu sebutan yang berbeda dengan barang/kejadian sejatinya. Suatu pemberitaan palsu berbeda dengan misalnya pertunjukan sulap. Dalam pemberitaan palsu, pendengar/penonton tidak sadar sedang dibohongi, sedangkan pada pertunjukan sulap, penonton justru mengharapkan agar mereka ditipu. Biasanya digunakan dalam internet seperti di blog, e-mail, tweeter, facebook, dan yang paling sering adalah di forum Kaskus. Jadi bisa dipahami bahwa hoax adalah sebuah rekayasa kebohongan yang secara sengaja disamarkan agar tampak sebagai kebenaran yang dipercaya, bukan Cuma dimirip-miripkan. Berbeda dengan kesalahan pengamatan atau penyimpulan. Atau seperti kata Mac Dougall, “*Hoax is deliberately fabricated falsehood made to masquerade as truth. It is distinguishable from errors in observation or judgement.*” (Hoaxes, Curtis

D. MacDougall, 1940. Revised ed. 1958, Dover Publication).

Kebanyakan para pengguna internet atau biasa disebut netter yang banyak menggunakan kata hoax, justru jarang mengetahui bagaimana sejarah penggunaan kata hoax sendiri. Kata hoax sebenarnya muncul pertama kali di kalangan netter Amerika, yang didasarkan pada sebuah film drama layar lebar Amerika tahun 2006 yang berjudul "The Hoax". Film ini disutradarai oleh Lase HallstrAfA yang diskenario oleh William Wheeler. Film ini dibuat berdasarkan buku dengan judul yang sama oleh Clifford Irving dan berfokus pada biografi Irving sendiri. Banyak cerita Irving di buku yang dihilangkan atau diubah dari film, sehingga plot naskah film tidak sesuai lagi dengan plot naskah aslinya. Sejak itu film hoax dianggap sebagai film yang banyak mengandung kebohongan, sehingga kemudian banyak kalangan netter yang menggunakan istilah hoax untuk menggambarkan suatu kebohongan. Lambat laun penggunaan istilah hoax di kalangan netter makin gencar bahkan digunakan oleh netter di hampir seluruh belahan dunia, termasuk Indonesia.

Ternyata cara mengetahui berita hoax atau tidak bisa kita lakukan dengan mudah. Semakin banyak pengguna internet semakin bertambah juga berita dan informasi yang bisa kita peroleh. Semakin cepat pula sebuah berita menyebar. Benar atau tidaknya berita yang disebarkan tersebut seolah dihiraukan, yang penting terlihat update dimata orang lain kalau bisa mengirimkan informasi terbaru. Ini tentunya merupakan perilaku yang kurang dewasa dan bijak. Informasi apapun yang kita peroleh sebaiknya diperiksa terlebih dahulu kebenarannya. Jangan langsung disebarkan, karena bisa jadi informasi atau berita tersebut adalah sebuah kebohongan (hoax).

Berita bohong (hoax) sebenarnya bisa kita deteksi dengan beberapa cara. Cara ini mungkin saja tidak sepenuhnya bisa mengungkap, namun setidaknya perlu untuk dilakukan apabila kita menerima sebuah informasi dari dunia maya. Berikut dibawah

ini merupakan beberapa hal yang perlu kita lakukan untuk mendeteksi apakah sebuah berita itu asli atau palsu (hoax).

1. **Melakukan *cross check* terhadap berita provokatif;** Banyak sekali berita yang tersebar di internet bernada provokatif. Berita seperti itu tentunya agar tidak langsung dipercaya, tetapi kita *crosscheck* menggunakan mesin pencari seperti Google, Bing dan lainnya untuk memastikan apakah berita yang diterima itu ditulis juga oleh situs yang lain. Lalu pastikan apakah situs yang menuliskannya itu kredibel dan dikenal luas.
2. **Cek URL Situs;** Sangat penting untuk melakukan pengecekan apakah berita yang dikirimkan tersebut berasal dari situs yang bermutu atau tidak. Cek apakah situs tersebut menggunakan URL yang benar. Sebuah artikel mengklaim Presiden Barack Obama melarang lagu kebangsaan pada acara-acara olahraga AS – Palsu. Jika anda bertanya-tanya – berasal dari situs dengan akhiran ".com.de," yang tidak masuk akal".
3. **Cek Foto;** Lakukan dengan mengecek foto yang ada di dalam berita tersebut. Seringkali pembuat berita palsu juga melakukan editing foto untuk memprovokasi para pembaca. Cara ini bisa dilakukan dengan mendownload foto tersebut atau melakukan screenshot. Lalu buka Google Image pada browser anda dan seret (drag) foto tersebut ke kolom pencarian Google Image. Kemudian periksa hasilnya untuk mengetahui secara lebih jelas sumber dari caption asli foto tersebut.
4. **Ketahui Siapa Penulis Beritanya;** Penting untuk mengetahui siapa penulis berita tersebut, karena saat ini banyak sekali beritayang dibuat hanya agar menjadi viral di media social dan penulisnya kebanjiran uang karena websitenya yang dipasang iklan tersebut misalnya, dikunjungi oleh banyak orang. Hal terakhir yang tidak

kalah penting yakni menggunakan akal sehat anda saat membaca berita. Jangan terlalu mudah percaya, jangan mudah terpancing, dan jangan ragu untuk mengecek keaslian dan kebenaran sebuah berita yang anda terima melalui media social dari dunia maya.

Kemudian bagaimana kiat kita dalam menerima dan menyebarkan informasi secara bijak dan dewasa, berikut tahapan yang disimpulkan dari hasil acara jumpa relawan Indonesian Hoax Busters oleh Mafindo-Bandung Selidiki kebenaran informasi itu, sabda Rasulullah Saw “Barang siapa tergesa akan salah” (HR Al-Hakim), jika benar timbanglah apakah informasi itu bermanfaat, jika bermanfaat boleh disebarkan. Jika tidak benar (Hoax-Fitnah) atau belum pasti benar (Sumber meragukan, Tidak masuk akal, Spekulatif), maka jangan disebarkan. Hal ini sesuai sabda Rasul “Barang siapa yang diam niscaya dia selamat”. (HR-Tirmidzi) dan juga sabdanya “Barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir, hendaknya dia berkata yang baik atau diam” (HR Bukhari-Muslim). Juga seandainya informasi tersebut tidak bermanfaat, berpotensi memicu keresahan (Ghibah) maka jangan disebarkan, sesuai Sabda Rasul “Cukuplah seseorang dinilai berdusta jika dia memberitakan setiap yang ia dengar” (HR-Muslim) dan Firman Allah Swt “Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu”. (QS. Al-Hujarat: 6)

Juga terkait upaya bagaimana memerangi Hoax, ditampilkan ulasan pada acara tersebut di atas mengenai bimbingan dan tuntunan dasar ketika kita memperoleh informasi dalam berinternet. Ketika kita melihat dan atau mendengar berita dan informasi, maka konfirmasi dan periksalah (teliti, cek, pilah). Jika valid lalu timbang, bergunakah? Jika berguna bagikanlah.

Terkait seandainya kita ingin memposting sesuatu di internet, perlu kiranya kiat berikut ini menjadi alternative yang menyehatkan yakni, apakah sesuatu yang akan kita posting tersebut memenuhi kaidah “IS IT THINK”, maksudnya apakah T(True?), H(Helpful?), I(Inspiring?), N(Necessary?), K(Kind?). Atau sebaliknya jika berita atau informasi itu adalah hoax (palsu), maka cara terbaik adalah membuangnya

Menyikapi Informasi dan Pemberitaan Hoax melalui Manajemen Kebersamaan

Langkah dalam menyikapi persoalan ini menjadi tanggungjawab kita dalam bentuk sebuah manajemen kebersamaan dari semua pemangku kepentingan bidang kominfo. Manajemen dalam memerangi hoax atau kabar bohong tak hanya menjadi kewajiban pemerintah, melainkan tugas bersama. Keluarga tetap menjadi garda terdepan dalam menangkal beredarnya hoax di masyarakat. Dikatakannya, keluarga adalah simpul terkecil dari upaya pemanfaatan media sosial. Karenanya, menurut pria yang akrab disapa Aji ini, setiap keluarga harus menjamin anggotanya, terutama anak-anak tidak terpapar media sosial tanpa pengawasan dan pengarahan yang cukup. "Sering kali orangtua memberikan gadget ke anak begitu saja, tanpa mengontrol apa yang mereka buka dan akses," ujarnya.

Mengenai hoax, ada baiknya salah satu anggota keluarga yang melek internet berperan sebagai penangkal atau hoax buster. Jadi, mereka sebagai tempat konsultasi anggota keluarga ketika mendapati hoax lewat media sosial atau aplikasi pesan instan. Tak kalah penting adalah cara penyampaiannya. Karena, bisa saja yang mendapati hoax adalah orang yang lebih tua. Anggota keluarga yang menjadi penangkal hoax harus bisa melakukan pendekatan tanpa terkesan menggurui atau terkesan tidak sopan. "Kalau ada orangtua yang melakukan kesalahan menyebarkan hoax, jangan diperlakukan sama seperti teman. Kita punya norma untuk

menghormati orang yang lebih tua. Itu yang membedakan kita dengan orang barat," kata Aji. "Memberitahukan orang tua caranya harus sopan. Bisa lewat persuasif atau melakukan pendekatan dengan orang yang dipercaya mereka," imbuhnya.

Aji sendiri saat ini tengah menyiapkan panduan bertajuk Seandainya Orangtua Menyebarkan Hoax. Diharapkan panduan ini bisa menjadi contoh bila kita mendapati orangtua menerima dan menyebarkan hoax. "Semoga segera selesai, sedang ditulis," pungkasnya.

Menyikapi maraknya berita dan informasi hoax yang muncul ditengah dinamika dan gejolak multi dimensional yang dialami masyarakat bangsa kita saat ini, tentunya sangat menghawatirkan dan butuh langkah penanganan serius. Hal ini sebagaimana diungkap dalam Pidato Presiden RI pada peringatan Hari Pers Nasional, tanggal 9 Februari, di Ambon, yang intinya "perlunya kesadaran dan tanggungjawab media mainstream dalam memverifikasi sebuah pemberitaan di masyarakat, bukannya lantas ikut merekayasa sesuai kepentingan sendiri". Juga langkah lain diambil oleh Dewan Pers Nasional yang akan menerbitkan sertifikasi media massa dengan label "QRC". Sebagai solusi alternative hendaknya kita segera memaknai kembali rambu-rambu komunikasi yang bersendi moralitas ketimuran serta nilai luhur ajaran Islam. Tidak lain adalah wujud komunikasi dan keberlangsungan pertukaran informasi/pesan dan berita yang bersumber dari nilai kearifan lokal kita sendiri maupun ajaran Al-Quran dan contoh dalam sunah Rasulullah Saw. Kedua sumber tersebut yang telah dijamin keotentikan dan keabadiannya, pastinya akan tetap menjadi solusi di tengah permasalahan hoax ini.

Sebagai contoh model terkenal Harold Lasswell untuk komunikasi, dalam perspektif komunikasi Islam atau dakwah memiliki lima komponen: da'i itu, atau orang yang terlibat dalam dakwah; yang mad'u, atau audiens target; saluran komunikasi; isi pesan; dan efek (Ilaihi, 2010). Hal ini dapat

verbal, tetapi juga dapat terjadi dengan contoh, dalam kegiatan sehari-hari dari seorang Muslim yang berusaha untuk menginspirasi orang lain. Komunikasi dalam Islam pada dasarnya adalah sesuatu yang dekat dengan dakwah; makna dakwah adalah untuk memberikan pesan ke non-Muslim, menuju ajaran Allah Swt, dengan ajakan atau pemilihan kata yang baik. Atau pemilihan komunikasi dengan gaya persuasive. Proses penerimaan dan pengiriman pesan/informasi hendaknya dalam kerangka amar makruf nahi munkar.

Ada banyak ayat lain baik dari Al Qur'an maupun hadits Nabi Saw, tentang pesan-pesan bagi masyarakat Islam untuk berperilaku jujur, tidak berbohong, untuk membantu mereka yang lemah, tidak mengambil apa yang bukan milik mereka, dan hal-hal lain seperti itu. Dalam batas dan kerangka komunikasi Islam seperti inilah hendaknya kita mengambil peran dan aktivitas komunikasi di tengah masyarakat. Apapun media komunikasinya, selama informasi dan beritanya tidak menyebar kebohongan, fitnah, bertendensi pelecehan jenis kelamin, dll (Syahrudin, 2010). Akan tetapi tetap kredibel dan konsisten dengan misi amar ma'ruf nahi munkar, atau mengundang kebaikan dan mencegah keburukan. Komunikasi kita harus memiliki karakteristik ajaran Islam. Amar ma'ruf nahi munkar adalah prinsip utama Islam dan komunikasi Islam yang mewajibkan setiap pribadi Muslim untuk mengajak dan mengundang kebaikan serta melarang keburukan, baik dalam kata-kata atau diam, bertindak atau apapun keadaan yang mereka lihat dan alami. "Amar ma'ruf [mengundang baik] harus diletakkan di depan nahi munkar [melarang jahat]," Kenyataan yang banyak berlangsung di tengah kehidupan masyarakat kita adalah "Sekarang ada banyak nahi munkar. Amar Ma'ruf tidak ada."

Manajemen kebersamaan yang di dalamnya melibatkan diri dan individu secara pribadi, keluarga sebagai basis social utama, serta peran negara sebagai Pembina dan pengatur mekanisme dan dinamika

masyarakat bangsa, akan dapat menjalankan misi dalam komunikasi harmonis ketika semuanya saling sinergis demi kepentingan sebuah masyarakat ber peradaban. Bukan mengusung kepentingan dan egosentris masing-masing yang justru akan berakhir pada kondisi saling menyerang dan menghancurkan.

3. PENUTUP

Pada bagian akhir ini beberapa poin yang dapat disimpulkan antara lain:

Pertama; Setiap individu membutuhkan pemahaman dan kedewasaan dalam tindakan komunikasinya, terutama menghadapi hoax. Sehingga masing-masing dapat memetik nilai maslahat (positif) dari setiap perilaku komunikasinya.

Kedua; Perlunya membangun model “Manajemen Kebersamaan” yang berinteraksi sinergis antara unsure-unsur individu warga masyarakat, keluarga sebagai lingkungan terkecil, negara (pemerintah), serta para pemangku kepentingan di media kominfo, dalam menghadapi hoax.

Ketiga; Kejelian untuk memilih, mengambil, meracik dan membumikan nilai-nilai etika kesopanan serta kearifan local adat masyarakat maupun nilai-nilai luhur ajaran Islam yang bersifat abadi dan universal dalam konteks perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan system komunikasi dan informasi di tengah kehidupan masyarakat bangsa kita yang berbhineka ini.

4. DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

Bungin, Burhan. (2009). *Sosiologi Komunikasi (Teori, Paradigma, dan*

Diskursus. Teknologi Komunikasi di Masyarakat). Cet. Ke-4. Jakarta: Kencana Prenada.

Gunawan, Ary H., (2000). *Sosiologi Pendidikan: Suatu Analisis Sosiologi Tentang Pelbagai Problem Pendidikan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta

Irfan, M. Hidayatullah. (2012). *Sang Pemusar Gelombang*. Bandung: PT Grafindo Media Pratama.

Litlejohn, Stephen W., Karen A. Foss. (2009). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba

Kuswarno, Engkus. (2009). *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi: Konsep, Pedoman, dan Contoh Penelitiannya*. Bandung: Widya Padjadjaran.

Mahayana, Maman. (2009). *Akar Melayu*. Magelang: Indonesitera.

Mulyana, Deddy. (2005). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Sumber lain:

- Materi Perkuliahan “Manajemen & Etika Komunikasi Politik”, Kelas Komunikasi Politik, Dosen Prof. Dr. H. Asep S. Muhtadi, M.A./ Dr. H. Azis Taufik Hirzi, M.Si.
- Proses Diskusi dan Penjelasan Materi Perkuliahan “Komunikasi dalam Perspektif Sosiologi”, Kelas Magister Ilmu Komunikasi, Semester II, Dosen: Prof. Dr. H. Karim Suryadi, M.Si. /Dr. H. Azis Taufik Hirzi, M.Si.
- Materi Perkuliahan “Dinamika Media Massa & Masyarakat”, Kelas Magister Ilmu Komunikasi, Semester II, Dosen: Prof. Dr. Hj. Atie Rachmatie, M.Si. / Dr. Dedeh Fardiah, M.Si.