



**Strategi *Public Relations* Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik
Provinsi Riau Dalam Mengatasi Penyebaran Berita *Hoax* di Media Sosial**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Tugas Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

Swarez

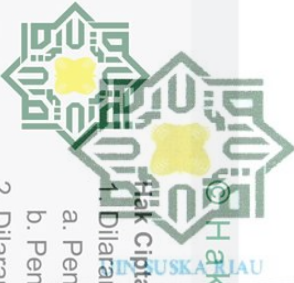
NIM.11840311704

UIN SUSKA RIAU

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
2022**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Swarez
NIM : 11840311704
Judul : Strategi Public Relations Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Riau Dalam Mengatasi Penyebaran Berita Hoax di Media Sosial

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 17 November 2022

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 17 November 2022




Dr. Imren Rosidi, S.Pd, M.A
NIP.19811118 200901 1 006

Tim Penguji


Ketua/ Penguji I,


Dr. Kodarni, S.ST, M.Pd
NIK. 130 311 014

Sekretaris/ Penguji II,


Muhlasni, M.Pd.I
NIP.19680513200501 1 009

Penguji III,


Dr. Elfiandri, M.Si
NIP.19700312199703 1 006

Penguji IV,


Julis Suriani, M.I.Kom
NIK. 130 417 019



PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Setelah membaca, meneliti, dan memberi petunjuk serta melakukan perubahan seperlunya terhadap penulis skripsi saudara :

Nama : Swarez
 NIM : 11840311704
 Prodi : Ilmu Komunikasi
 Judul Skripsi : “Strategi Public Relations Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Riau Dalam Mengatasi Penyebaran Berita *Hoax* di Media Sosial”

Saya selaku Dosen Pembimbing menyetujui bahwa riset skripsi diatas sudah dapat diajukan pada Ujian Skripsi/Munaqasah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Univeristas Sultan Syarif Kasim Riau.

Harapn kami dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil dalam siding Munaqasah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Syarif Kasim Riau. Demikian surat ini dibuat, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih banyak.

Wassalamuualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

**Mengetahui,
 Pembimbing**

Dr. Titi Antin S.Sos., M.Si
 NIP. 19700301 199903 2 002

**Mengetahui
 Prodi Ilmu Komunikasi**

Dr. Muhammad Badri, M.Si.
 NIP. 19810313 201101 1 004

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 08 November 2022

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Swarez
NIM : 11840311704
Judul Skripsi : Strategi *Public Relations* Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Riau Dalam Mengatasi Penyebaran Berita *Hoax* di Media Sosial

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, mengucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing,



Dr. Titi Antin, S.Sos., M.Si
NIP. 19700301 199903 2 002

Mengetahui :

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,



Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Prodi Ilmiah UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU



KEMENTERIAN AGAMA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
 Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Swarez
 NIM : 11840311704
 Judul : Alisis Strategi Public Relations Dinas Komunikasi Informasi Dan Statistik Provinsi Riau Dalam Mengatasi Penyebaran Berita Hoax Di Media Sosial

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Selasa
 Tanggal : 15 Maret 2022

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 15 Maret 2022

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Penguji II,

Hayatullah Kurniadi, S.I.Kom, M.A
 NIP.19890619201801 1 004

Rusyda Fauzana, M.Si
 NIP.19840504201903 2 011



LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Swarez
 NIM : 11840311704
 Tempat/Tanggal Lahir : Pekanbaru, 13 Juli 1999
 Judul Skripsi : Strategi *Public Relations* Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Riau Dalam Mengatasi Penyebaran Berita Hoax di Media Sosial

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa menulis skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

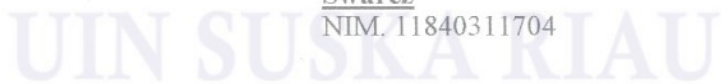
Jika dalam pernyataan ini ada ketidakbenaran, maka saya menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan karya tulis ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta Undang – Undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun

Pekanbaru, 08 November 2022



Swarez
 NIM. 11840311704



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nama : Swarez
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi *Public Relations* Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Riau Dalam Mengatasi Penyebaran Berita Hoax di Media Sosial

Fenomena mengenai hoax telah menyebar luas di media sosial. Survei Mastel (2019) responden yang menerima *hoax* selalu mengalami peningkatan secara signifikan dari hari ke hari. Berita *hoax* yang tersebar di media sosial meliputi berbagai aspek seperti kesehatan, ekonomi, pendidikan, SARA, perjudian, pornografi, bahkan juga kebijakan pemerintahan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi *public relations* Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Riau Dalam Mengatasi Penyebaran Berita *Hoax* di Media Sosial. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian dianalisis berdasarkan pemikiran yang dihubungkan dengan teori Barda Nawawi Arif untuk mendeskripsikan strategi *public relations* Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Riau Dalam Mengatasi Penyebaran Berita *Hoax* di Media Sosial. Hasil penelitian menunjukkan strategi pencegahan penyebaran berita *hoax* di media sosial oleh *public relations* yaitu a. melakukan sosialisasi di sekolah-sekolah dengan adanya kelas kominfo dan literas digital b. dengan melakukan kerja sama dengan berbagai stakeholder seperti dengan bujang dara serta dengan instansi lembaga dan bekerjasama dengan media kanal terverifikasi c. melakukan pengawasan dengan cara pemantauan secara manual yang dilakukan secara terus menerus.

Kata Kunci : Strategi, *public relation*, Diskominfotik, *hoax*

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Nama : Swarez
Departement : Communication
Judul : *Public Relations Strategy of the Information Communications and Statistics Office of Riau Province in Overcoming the Spread of Hoax News on Social Media*

The phenomenon of hoaxes has spread widely on social media. The Mastel survey (2019) respondents who received hoaxes always experienced a significant increase from day to day. Hoax news spread on social media covers various aspects such as health, economy, education, SARA, gambling, pornography, even government policies. This study aims to find out how the public relations strategy of the Riau Province Information Communication and Statistics Service is in Overcoming the Spread of Hoax News on Social Media. This study uses a qualitative descriptive method, data collection techniques used in this study are observation, interviews and documentation. The results of the study were analyzed based on the ideas associated with Barda Nawawi Arif's theory to describe the public relations strategy of the Riau Province Information and Statistics Communication Service in Overcoming the Spread of Hoax News on Social Media. The results of the study show that the strategy for preventing the spread of hox news on social media by public relations is a. carry out outreach in schools with information and digital literacy classes b. by collaborating with various stakeholders such as bachelors and agencies and cooperating with verified media channels c. carry out supervision by means of manual monitoring which is carried out continuously.

Keywords: *Strategy, public relations, Discominfotik, hoax*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin. Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT. Serta tidak lupa pula kita ucapkan shalawat serta salam kepada baginda Nabi Muhammad SAW dengan mengucapkan *Allahumma Shalli ala Sayyidina Muhammad wa ala alihi Muhammad* karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Strategi Public Relations Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Riau Dalam Mengatasi Penyebaran Berita Hoax di Media Sosial”**.

Terwujudnya Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing penulis, baik secara moril dan materil. Semoga segala bantuan yang tidak ternilai harganya mendapat balasan dari Tuhan Yang Maha Esa sebagai amal ibadah, Aamiin ya rabbal alamin.

Pada kesempatan ini dengan kerendahan hati, penulis menyampaikan ribuan terimakasih kepada semua pihak yang telah banyak berjuang dan memberikan bantuan pikiran, waktu, tenaga serta bantuan moril maupun materil khususnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Hairunnas, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta staff.
2. Bapak Dr. Imron Rosidi, S.Pd., M.A, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.
3. Bapak Dr. Masduki, M.Ag selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si selaku Wakil Dekan II, Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.
4. Bapak Dr. Muhammad Badri, SP., M.Si, selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau.
5. Bapak Artis, S.Ag., M.I.Kom, selaku Sekretaris Prodi Akuntansi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.
6. Bapak Dr. Azni, S.Ag., M.Ag, selaku penasehat akademik yang telah memberikan nasehat selama masa perkuliahan.
7. Ibu Dr. Titi Antin, S.Sos., M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Untuk Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau
9. Untuk Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

10. Keluarga tercinta, terkhusus orang tua yang tidak pernah berhenti memberikan semangat serta mendoakan selama menempuh pendidikan.
11. Untuk sahabat di masa kuliah Daniel dan Riki yang selalu membantu penulis melewati masa suka maupun duka dalam melewati masa perkuliahan.
12. Untuk partner dari SMA hingga sekarang Sherel Audry Okvita, S.Ak, yang selalu membantu penulis melewati masa-masa sulit dan selalu memberikan semangat.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan-perbaikan kedepannya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pekanbaru, 24 Agustus 2022
Penulis,

Swarez
NIM. 11840311704

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	14
2.3 Kerangka Pemikiran	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian	35
3.2 Lokasi dan Jadwal Penelitian	35
3.3 Sumber Data	36
3.4 Informan Penelitian	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data	37
3.6 Validitas Data	37
3.7 Teknik Analisis Data	39
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
4.1 Gambaran Umum Diskominfotik	40
4.2 Gambaran Media Sosial Diskominfotik	45
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1 Hasil Penelitian	49
5.2 Pembahasan	61

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan	66
6.2 Saran.....	66

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN**



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Rekapitulasi Pengunjung Media Center.....	5
Tabel 3.1	Informan Penelitian.....	37



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	33
Gambar 4.1 Logo Pemprov Riau	41
Gambar 4.2 Website Media Center	45
Gambar 4.3 Youtube Diskominfotik.....	46
Gambar 4.4 Instagram Diskominfotik.....	46
Gambar 4.5 Facebook Diskominfotik	47
Gambar 4.6 Tiktok Dskominfotik.....	48
Gambar 5.1 Pelaksanaan Sosialisasi mengenai media yang baik di Riau...	50
Gambar 5.2 Kelas Kominfo	52
Gambar 5.3 Kelas Kominfo di SMP Pekanbaru	52
Gambar 5.4 Literasi Digital Talkshow	54
Gambar 5.5 Bujang Dara Riau	56
Gambar 5.6 Pemberitahuan riaukepri.com setelah mendapat klarifikasi....	57
Gambar 5.7 Pemberitahuan GoRiau setelah mendapat klarifikasi.....	58
Gambar 5.8 Kerjasama Diskominfo Riau dengan Dinas Kearsipan.....	58
Gambar 5.9 Kerjasama dengan Dinas Lainnya.....	59
Gambar 5.10 Website Media Center.....	60

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 2 Surat Penelitian



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1. Latar belakang

Perkembangan internet dan teknologi informasi yang sangat pesat akan mempengaruhi kebutuhan suatu informasi dalam kehidupan manusia pada saat ini. Informasi yang sangat cepat, tepat dan akurat memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan seperti pengambilan keputusan, alat bantu manusia maupun sebagai gaya hidup manusia modern. Sekarang banyak kalangan dari pemerintahan baik itu sipil, militer, bisnis, nirlaba hingga individu yang sangat bergantung dengan fenomena di zaman informasi ini.

Teknologi telah merubah segalanya sehingga banyak menghasilkan hal-hal baru dan manusia di zaman sekarang sangat bergantung kepada teknologi karena dapat diakses dalam waktu yang cepat untuk mendapatkan sebuah informasi dan memudahkan dalam proses komunikasi meskipun jarak yang sangat jauh tidak akan menjadi sebuah hambatan ketika menggunakan teknologi. Hal ini jelas merubah kehidupan manusia menjadi lebih instan, media massa seperti koran, TV dan radio peminatnya menjadi berkurang akibat adanya internet. Internet inilah yang menjadi pembuka lahirnya media – media baru yaitu media online dan media sosial seperti *instagram, twitter, facebook, line, whatsapp* dan lain sebagainya.¹ Masyarakat yang sebelumnya sering menggunakan media massa kini sudah beralih ke media sosial, bahkan mereka membentuk suatu grup atau organisasi untuk bertukar informasi dan saling berkomunikasi dengan manusia lain.

Pengakses internet bisa dilakukan oleh siapa saja, kapan saja dan dimana saja.² Hal ini tentu akan berdampak pada perilaku manusia dalam melakukan komunikasi dengan lawannya. Selain itu pengguna bebas memainkan telepon genggam nya jika memiliki akses internet, menekan tombol di area publik, kendaraan pribadi maupun di transportasi umum. Kemudian internet akan memberikan keleluasaan bagi para penggunanya seperti dalam membentuk jaringan pertemanan, kebebasan dalam mengutarakan pendapat menjadikan media sosial sangat amat penting bagi kehidupan manusia karena ketergantungan informasi yang tersebar luas dan mudah didapat di media sosial. Namun, dengan

¹ Anifuddin, A., Apriadi, A., & Hidayat, O. (2020). Strategi Polres Sumbawa Dalam Menangani Berita Bohong (Hoax) Di Media Sosial. *Kaganga Komunika: Journal of Communication Science*, 2(2), 119-126.

² Rosita, D., & Pratiwi, N. I. (2018). Strategi Komunikasi Dalam Sosialisasi Literasi Media di Dinas Komunikasi dan Informasi (Diskominfo) Provinsi Bali. *Ilmiah Dinamika Sosial*, 2 No, 1, 1-15

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kemudahan dan kenyamanan yang diberikan oleh media sosial tentu juga akan mengundang tindak kejahatan atau kriminalitas di dunia maya atau yang biasa disebut *cyber crimes* oleh para pelaku yang mengambil kesempatan untuk mendapatkan keuntungan dari para korbannya. Contohnya yakni mudah tersebarnya berita bohong (*hoax*) di kalangan masyarakat, pencurian data, ujaran kebencian maupun isu - isu politik.

Seiring dengan berkembangnya teknologi komunikasi, berita dan informasi kini dapat disebar dalam hitungan detik dengan dukungan internet. Namun semua perkembangan teknologi komunikasi yang dilewati memiliki dampak positif dan negatif yang terjadi. *Public Relations* berperan penting dalam memberikan informasi yang sehat dan positif kepada masyarakat di tengah polemik perkembangan teknologi komunikasi yang banyak pula menyebarkan berita *hoax* atau *fake news*. *Public Relations* harus dapat memberikan informasi yang memperhatikan *pluralisme* atau *cultural sensisitivity* yang ada di lingkungan masyarakat. Media sosial merupakan tempat yang sangat rawan akan penyebaran berita *hoax*. Banyak individu yang menggunakan media sosial juga akan mempengaruhi suatu informasi yang didapat oleh individu tersebut, karena jika seseorang mem-*posting* suatu berita atau informasi maka akan mudah tersebar luas di dunia maya dan jika ada pihak yang tidak bertanggung jawab tentu berita tersebut akan dimanipulasi menjadi berita palsu (*hoax*), inilah yang harus kita cegah dan harus dihindari dengan cara menyaring informasi yang masuk di media sosial.

Hoax atau berita bohong merupakan sebuah informasi yang direkayasa untuk menutupi informasi yang sebenarnya terjadi dengan cara membanjiri suatu media dengan berita bohong demi kepentingan pribadi seseorang, dan bertujuan untuk menyesatkan pikiran seseorang yang melihat informasi tersebut. Saluran yang sering digunakan untuk menyebarkan berita bohong ini seperti *whatsapp*, *web*, *twitter*, *facebook*, dan lain sebagainya. Penyebaran *hoax* yang begitu cepat dan sulitnya mengetahui siapa yang membuat kemudian menyebarkannya tentu menjadi sebuah masalah besar yang harus kita selesaikan. Berita *hoax* diciptakan oleh orang pintar namun memiliki maksud dan tujuan yang tidak sesuai dengan aturan (menyimpang), dan berita *hoax* disebarkan oleh orang baik tapi bodoh karena tidak menyaring informasi yang didapat langsung di media sosial.

Penelitian Triyono (Adiarsi, 2015) mengatakan bahwa penelitiannya berfokus pada kecenderungan orang menggunakan ponsel pintar dan sabak digital yang kemungkinan tanpa diimbangi dengan pemahaman media.³ Besarnya dampak

³ Adiarsi, G. R., Stellarosa, Y., & Silaban, M. W. (2015). Literasi media internet di kalangan mahasiswa. *Humaniora*, 6(4), 470-482.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

organisasi. Pada era globalisasi sekarang ini *Public Relations* semakin mengikuti perkembangan zaman, internet menjadi sarana pilihan efektif bagi praktisi *Public Relations* untuk melakukan kegiatannya.⁵ *Public Relations* merupakan perantara antara organisasi dengan publik-publiknya yang memiliki tujuan mampu menciptakan citra yang baik, mempertahankan, serta memelihara dan memperbaiki jika citra suatu organisasi menurun. Kaitan *Public Relations* dan *hoax* disini yaitu, *Public Relations* pada Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau mempunyai tugas dan tanggung jawab menyampaikan kebenaran atau kepalsuan (*hoax*) suatu berita yang beredar di media sosial. Jika suatu berita yang beredar *hoax*, maka *Public Relations* diharapkan mampu mengatasi permasalahan berita *hoax* yang beredar. *Public Relations* memiliki tanggung jawab untuk berinteraksi dengan masyarakat yang dilakukan secara *two ways communication*. Namun sifat komunikasi ini bisa berubah-ubah tergantung isi yang disampaikan dan orang yang terlibat. Untuk membangun komunikasi dua arah tersebut, *Public Relations* dituntut menggunakan segala bentuk media komunikasi termasuk dengan menggunakan media sosial. Ronald D. Smith dalam Mulia (2015) mendefinisikan strategi *public relations* sebagai jumlah kampanye komunikasi yang terencana. Lebih spesifik lagi, ini adalah komunikasi yang sengaja dilakukan oleh perusahaan atau organisasi non profit, terkadang juga oleh kelompok dengan struktur kecil, ia memiliki tujuan dan rencana, yang mana pilihan-pilihannya di pertimbangkan dan keputusan-keputusannya dilaksanakan.⁶

Fenomena mengenai *hoax* telah menyebar luas. Mengingat bahwa literasi digital Tanah Air masih rendah. Literasi Digital Indonesia menempati peringkat 56 dari 63 negara (Kamaliah, 2020).⁷ Fakta ini selaras dengan hasil survei “Wabah *Hoax* Nasional” yang dilakukan oleh Masyarakat Telematika Indonesia (Mastel, 2019) dari 1.116 responden yang menerima *hoax* dari suatu kali perhari sebanyak 14,7%, lalu 34,6% menerima *hoax* setiap hari dan 23,5% menerima *hoax* seminggu sekali, lalu sebanyak 18,2% menerima *hoax* sebulan sekali. *Hoax* ini tidak hanya tersebar melalui media online, namun kadang juga media arus utama juga terkontaminasi dan kadang juga menerbitkan berita *hoax*. Persentase media yang menyebar *hoax* seperti radio (1,20%), media cetak (5%), dan televisi (8,70%). Media penyebaran *hoax* pada telegram (62,80%), situs web sebanyak (34,90%), dan media sosial seperti *facebook*, *instagram* dan *twitter* (92,40%). Jika dilihat dari hasil survei tersebut bahwa media sosial merupakan tempat yang paling banyak disebarkannya berita *hoax*. Data dari web kominformasi.go.id

⁵ Satira, A. U., & Hidriani, R. (2021). Peran Penting Public Relations Di Era Digital. *SADIDA*, 1(2), 179-202.

⁶ Mooduto, M. B. P. (2015). Strategi Public Relations KOMNAS Perempuan dalam Mengkomunikasikan ‘Tragedi 98’. *dalam Jurnal Visi Komunikasi*, 14(02), 167-179.

⁷ Kamaliah A. 2020. *Literasi Digital Indonesia Ketinggalan Jauh di Dunia*. *Detik Inet*.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengatakan ada 800.000 situs penyebar *hoax* dan *hate speech* di Indonesia. *Hoax* merupakan efek samping dari era keterbukaan, yang memiliki peluang untuk menciptakan perpecahan dan permusuhan karena dapat membuat masyarakat bingung akan sebuah kebenaran informasi.⁸

Mengingat *hoax* begitu menjamur di Indonesia, Ketua Asosiasi Perusahaan Public Relation Indonesia (APRI). Suharjo Nugroho melihat ada korelasi antara menjamurnya *hoax* dengan rendahnya minat baca masyarakat Indonesia. Data UNESCO menyebutkan minat baca masyarakat Indonesia 0,001 artinya satu dari seribu orang yang membaca buku. Tidak hanya itu, pegawai di Indonesia mencapai 60 juta, urutan terbesar kelima di dunia sehingga semakin mudah untuk mengakses media daring yang didalamnya banyak ditemukan *hoax*.⁹

Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau merupakan unsur pelaksana urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah yang mempunyai tugas membantu Gubernur melaksanakan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah dan tugas pembantuan yang ditugaskan kepada daerah. Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau mengelola website *mediacenter.riau.go.id* dari tahun 2012 hingga 2020 jumlah pengunjung sudah mencapai 3.642.837 pengunjung dan 1.554.777 halaman. Berikut rekapitulasi pengunjung website *mediacenter.go.id* 3 tahun terakhir :

Tabel 1.1.
Rekapitulasi Pengunjung Media Center
Tahun 2018-2020

Tahun	Jumlah Pengunjung	Jumlah Halaman
2018	126,180	270.868
2019	86,047	201.072
2020	946,748	381.300

(Sumber : Diskominfo Provinsi Riau)

Dalam sebuah artikel cakaplah.com Satgas Penanganan Covid-19 di Riau, informasi tentang *hoax* yang beredar mengenai covid-19 ada sebanyak 3.777 *hoax* yang berkembang melalui media sosial, baik itu disampaikan masyarakat awam maupun petugas kesehatan yang tidak bertanggung jawab. Dari 3.777 yang beredar diantaranya, facebook 3.155 *hoax*, instagram 26 *hoax*, twitter 547 *hoax*,

⁸ kominfo.bengkulukota.go.id.

⁹ Iskandar, Muhammad. 2017. Survei: Satu persen responden langsung teruskan *hoax*; diakses 23 November 2022

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan youtube 499 *hoax*¹⁰. Hal ini berarti menunjukkan bahwa facebook merupakan penyebaran *hoax* yang paling tinggi.

Salah satu berita *hoax* yang telah ditangani oleh Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau yakni pada tahun 2019 beredar unggahan di facebook foto dan video korban tawuran di pekanbaru, yang mana pada unggahan tersebut terlihat luka serius yang dialami oleh para korban seperti tangan buntung, punggung menganga dan lain halnya. Faktanya tak ada korban yang putus tangan seperti foto yang beredar pada saat itu, dan tidak ada korban dengan sejumlah luka di bagian belakangnya seperti dalam video. Itu semua *hoax*, yang ada dilapangan ada 4 korban yaitu korban berinisial RA mengalami luka sayatan di bagian pergelangan tangan kanan, A dibagian kepala, dan dua lainnya luka-luka. Hal ini langsung diklarifikasi oleh Kabid Humas Polda Riau AKBP Sunarto.¹¹

Penelitian Saidah dan Rusfian (2020) mengungkap bahwa Staf Presiden menerapkan strategi humas pemerintah dalam manajemen *hoax* model Cutlip, Center dan Broom. Model strategi humas tersebut meliputi identifikasi masalah, perencanaan program, implementasi program, dan evaluasi program. Tim Humas Kantor Staf Kepresidenan melakukan *media monitoring* secara rutin sebagai langkah awal untuk menghimpun informasi dan potensi isu di media sosial. Pada tahap perencanaan program, Kantor Staf Kepresidenan melakukan verifikasi informasi dengan mentralisir *hoax*. Hal in dilakukan dengan melakukan sosialisasi untuk menyebarkan kontra-narasi atau nformasi yang memuat kebajikan pemerintah. Kantor Staf Kepresidenan juga berusaha merangkul para pemimpin komunitas. Pada tahap implementasi program, kontra-narasi pemerintah diseberluaskan melalui meia massa, media sosial, konferensi pers, artikel opini dan saluran lainnya, termasuk Televisi Republik Indonesia (TVRI) dan Radio Republik Indonesia (RRI). Hubungan media merupakan salah satu pendekatan *Public Relations* yang dilakukan untuk mendukung publisitas. Kantor Staf Kepresidenan juga bekerja sama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam hal membangun narasi tunggal dan melakukan manajemen isu, Pada tahap akhir, Kantor Staf Kepresidenan melakukan evaluasi atas efektivitas diseminasi informasi tersebut.¹²

Peran humas pemerintah dalam menangkal berita palsu juga diuraikan melalui penelitian (Endri et al, 2020) tentang strategi Humas Kementerian Komunikasi Dan Informatika dalam merespon foto *hoax* FPI di media online pada tahun 2018.

¹⁰ Cakaplah.com.

¹¹ <https://riaukepri.com/2019/05/17/beredar-foto-dan-video-hoax-korban-tawuran-di-pekanbaru/>

¹² Saidah, M., & Rusfian, E. Z. (2020). Hoax management of presidential staff office: An example of government public relations strategies. *Jurnal Studi Komunikasi*, 4(1), 32-48.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penelitian tersebut menggunakan teori strategi *Public Relations* yang dikemukakan oleh Ronald D. Smith. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Humas Kementerian Komunikasi Dan Informatika menerapkan strategi proaktif dan strategi reaktif untuk merespon foto *hoax* FPI pada tahun 2018. Strategi proaktif dilakukan dengan cara melibatkan partisipasi masyarakat dan kerjasama dengan pihak lain (aliansi) untuk menyampaikan himbauan kewaspadaan terhadap foto *hoax* FPI. Sementara itu, strategi reaktif merespon *hoax* dilakukan melalui pernyataan sanggahan terhadap foto *hoax* FPI dan mempublikasikan pernyataan klarifikasi di media cetak, media online dan media sosial.¹³

Keberhasilan atau kegagalan dalam mengatasi *hoax* bergantung pada upaya yang dilakukan oleh seorang *Public Relations* dalam menangani kasus serta isu yang beredar. Sesuai dengan penjelasan mengenai permasalahan yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana strategi yang dilakukan *Public Relations* dalam mengatasi *hoax*, yang tertuang dalam penelitian yang berjudul “**Strategi Public Relations Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Riau Dalam Mengatasi Penyebaran Berita Hoax di Media Sosial**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis dapat merumuskan beberapa permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah :

- a. Bagaimana strategi *Public Relations* Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau dalam mengatasi penyebaran berita *hoax* di media sosial?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui strategi *Public Relations* Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau dalam mengatasi penyebaran berita *hoax* di media sosial.

1.4. Manfaat penelitian

Adapun manfaat penelitian ini dari segi teoritis dan praktis, yaitu sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

¹³ Endri, E. P., Kom, S. I., Rahayu, M. M., Ikom, S., Rialdo, M. I., Toruan, R. M., ... & Si, M. (2020). Public Relations Strategy In Responding To Hoax (Case Study of Public Relations Strategy of the Ministry of Communication and Information Technology in Responding to the Islamic Defenders Front Hoax Photo (FPI) in 2018 Online Media). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 4(6), 152-159.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya pada kajian *Public Relations* dalam mengatasi penyebaran *hoax*.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menyumbang ilmu pengetahuan bagi mahasiswa jurusan ilmu komunikasi, serta memberikan kontribusi yang positif dalam perkembangan studi tentang *Public Relations* dan juga dapat membantu Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau sebagai bahan evaluasi.

1.5. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari sub bab yang dijelaskan di dalamnya yakni latar belakang masalah, penegasan istilah, permasalahan, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Bab ini menjelaskan sub bab mengenai teori, kajian terdahulu, dan kerangka pikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan sub bab mengenai jenis penelitian, sumber data penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum dan subyek penelitian.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai hasil penelitian dan pembahasan.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

2.1. Kajian Terdahulu

Dalam penelitian ini dicantumkan kajian terdahulu yang bertujuan sebagai panduan terhadap isi dan judul peningkatan kualitas proses dan hasil pelaksanaan penelitian. Kajian terdahulu juga memiliki hubungan atau keterikatan. Adapun penelitiannya yaitu :

1. Penelitian dari Nurlatun, R., Nayoan, H., & Pangemanan, F. Jurnal Governance, yang berjudul Upaya Pemerintah Dalam Mengatasi Penyebaran Berita Palsu (Hoax) di Media Sosial (Studi Kasus Dinas Kominfo Kota Manado).¹⁴

Permasalahan dalam penelitian ini yaitu keberadaan media sosial sekarang berakibat berita bohong beredar di masyarakat. Menggunakan metode pendekatan kualitatif. Teori yang digunakan Teori Barda Nawawi Arif. Hasil penelitian nya yaitu melakukan pendekatan masyarakat melalui grup-grup yang ada di media sosial kemudian mensosialisasikan tentang tindak pidana apabila menyebarkan berita bohong yang sudah dijelaskan dalam UU ITE NO.19 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas UU NO.11 Tahun 2008 Tentang Penyebaran Berita Bohong (*hoax*) di media sosial. Adapaun persamaan dan perbedaan penelitian ini ialah sama-sama menggunakan teori Barda Nawawi dalam acuan penelitian, namun perbedaan penelitian ini yaitu terletak pada objek penelitian.

2. Penelitian dari A.Yudo Triartanto yang diterbitkan oleh Jurnal Komunikasi, Vol. VI, No.2, 2015, yang berjudul Kredibilitas Teks Hoax di Media Siber.¹⁵

Adapun permasalahan penelitian yaitu teks *hoax* yang menyebar di berbagai portal berita. Tujuan penelitian ini yaitu menganalisis tentang teks yang mengandung *hoax* yang ada di media siber, khususnya portal berita Posmetro. Menggunakan metedo analisis tekstual. Teori yang digunakan yaitu Erie C. Hopwood yaitu mengenai perbedaan yang tajam mengenai berita dan *hoax*. Hasil dari penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa teks *hoax* memang masif diproduksi menjadi suatu berita yang dianggap benar. Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama

¹⁴Nurlatun, R., Nayoan, H., & Pangemanan, F. (2021). Upaya Pemerintah Dalam Mengatasi Penyebaran Berita Palsu (Hoax) di Media Sosial (Studi Kasus Dinas Kominfo Kota Manado). *GOVERNANCE*, 1(2).

¹⁵Triartano, "Kredibilitas Teks Hoax di Media Siber". Jurnal Komunikasi, Vol. VI, No.2, 2015.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

meneliti mengenai *hoax* di media, perbedaan penelitian ini yaitu metode yang digunakan.

3. Penelitian dari Rohmiyati, diterbitkan oleh Jurnal Pekomnas, Vol. 3, No. 1, April 2018 : 31-44, yang berjudul Interaksi Komunikas *Hoax* di Media Sosial serta Antisipasinya.¹⁶

Permasalahan dalam penelitian ini yaitu survei Mastel (2017) mengungkapkan masyarakat menerima *hoax* setiap hari lebih dari satu kali. Tujuan dari penelitian ini yaitu mendapat gambaran tentang interaksi komunikasi *hoax* di media sosial dan cara antisipasinya. Teori yang digunakan yaitu Mahmud dan Auter yang merancang model komunikasi *online*. Menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa pengguna dalam hal ini pengirim pesan, merupakan pihak yang tidak menyenangkan pemerintah dan ada tiga pendekatan penting dalam mengantisipasi penyebaran *hoax* yaitu pendekatan kelembagaan, teknologi dan literasi. Adapun persamaan dan perbedaan penelitian ini ialah sama-sama membahas *hoax* di media sosial, namun perbedaan penelitian ini terletak pada pengkajian lebih mendalam yang mana penelitian ini mengkaji bagaimana strategi dan upaya mengatasi penyebaran berita *hoax*, sedangkan pada penelitian sebelumnya mengkaji mendalam mengenai interaksi komunikasi *hoax* yang terjadi di media sosial dan antisipas *hoax*.

4. Penelitian dari Laila, Atjep dan Uwes, diterbitkan oleh Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Vol.5, No.2, 2020, yang berjudul Strategi Dakwah Santri dalam Menghadapi Berita Hoax di Media Sosial.¹⁷

Permasalahan dalam penelitian ini yaitu banyak santri yang berdakwah melalui media sosial yang belum tentu benar kebenarannya. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui strategi dakwah pada santri dalam menghadapi berita *hoax* di media sosial. Metode yang digunakan yaitu studi kasus. Teori yang digunakan yaitu Faerch dan Kasper mengenai strategi reduksi. Persamaan penelitian yaitu mengenai penelitian strategi dalam menghadapi berita *hoax*, perbedaan penelitian nya yaitu strategi pr dan dakwah santri, serta metode yang digunakan.

¹⁶ Rohmiyati, Y. 2018. Analisis penyebaran informasi pada sosial media. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, 2(1), 29-4.

¹⁷ Laila, Atjep dan Uwes. 2020. *Strategi Dakwah Santri dalam Menghadapi Berita Hoax di Media Sosial*. Vol.5, No.2

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Penelitian dari Etikayanti, Skripsi Universitas Islam Negeri Mataram, 2019, yang berjudul Strategi Kominfo Dalam Menangkal Berita Hoax.¹⁸

Permasalahan dalam penelitian ini yaitu pesatnya berita yang tersebar dikalangan masyarakat. Menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini yaitu strategi yang dilakukan oleh kominfo antara lain mengadakan kampung media, serta menggunakan media tradisional media. Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti bagaimana strategi mengatasi *hoax*, sedangkan perbedaan penelitian ini yaitu objek penelitian.

6. Penelitian dari Dewi, yang diterbitkan oleh Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.V, NO.1, Februari 2022, yang berjudul Strategi Media Monitoring Pada Pemberitaan Covid-19 di Media Daring.¹⁹

Permasalahan dalam penelitian ini yaitu maraknya pemberitaan *hoax*. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi *media monitoring* yang dilakukan oleh Biro Humas Pemprov Jabar dalam mendeteksi berita Covid-19 ini sebagai langkah preventif penyebaran berita *hoax* di media daring. Menggunakan metode kualitatif deskriptif. Menggunakan teori Cutlip, Center dan Broom (2019) yang mengatakan ada beberapa tahap untuk memecahkan masalah strategi yaitu peluang, perencanaan, mengambil tindakan, mengevaluasi program. Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti bagaimana suatu strategi humas untuk mengatasi berita *hoax*, namun perbedaan penelitian ini yaitu penelitian sebelumnya mengkhususkan berita covid-10, dan terletak pada objek penelitian.

7. Penelitian dari Chantika dan Hadi, diterbitkan oleh e-Proceeding of Management, Vol.8, No.5, Oktober 2021, yang berjudul Strategi *Public Relation* dalam Menangani Hoaks Selama Pandemi Covid-19.²⁰

Permasalahan dalam penelitian ini yaitu banyaknya berita bohong yang menerpa BPJS. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana humas BPJS Kesehatan dalam menangani terpaan *hoax* selama berlangsungnya Covid-19. Menggunakan metode kualitatif.

¹⁸ Etikayanti. (2019). *Strategi Kominfo Dalam Menangkal Berita Hoax*. Skripsi: Universitas Islam Negeri Mataram.

¹⁹ Dewi, M. S. (2022). *Strategi Media Monitoring Pada Pemberitaan Covid-19 Di Media Daring*. Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi, 5(1), 35-43.

²⁰ Cendani, C. S., & Purnama, H. (2021). *Strategi Public Relations Dalam Menangani Hoaks Selama Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Penanganan Hoaks Bpjs Kesehatan Bandung Di Media Sosial)*. Eproceedings Of Management, 8(5).

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Teori yang digunakan adalah Ronald D. Smith mengenai konsep strategi PR. Hasil penelitian ini yaitu BPJS Kesehatan tetap berkoordinasi dengan pusat agar informasi mengenai BPJS Kesehatan tetap terjaga dan tetap satu pintu, serta memanfaatkan komunitas-komunitas yang memiliki kepentingan dengan BPJS Kesehatan. Adapun persamaan dan perbedaan penelitian ini ialah sama-sama menekankan pada menangani *hoax* strategi PR, sedangkan perbedaan penelitiannya terletak pada waktu yang mana penelitian sebelumnya menghususkan selama Pandemi Covid-19 Studi Kasus BPJS, sedangkan peneliti mengkaji penyebaran *hoax* di media sosial.

8. Penelitian dari Manka, Imron dan Enjang, yang diterbitkan oleh Jurnal Ilmu Komunikasi Jurnalistik, Vol.3, No.4, 2014, yang berjudul Strategi Wartawan Online dalam Mencegah Berita *Hoax*.²¹

Permasalahan dalam penelitian ini yaitu standar kelayakan berita yang tidak terkontaminasi *hoax*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui komitmen wartawan *online*, tahapan pemberitaan serta standar kelayakan dalam mencegah berita *hoax*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam menjaga komitmen wartawan *online* melakukan pemberitaan berdasarkan kode etik jurnalistik serta melakukan verifikasi berdasarkan pedoman pemberitaan media siber. Teori yang digunakan yaitu teori informasi organisasi Karl Weick. Menggunakan metode deskriptif. Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama mencegah berita *hoax*, namun yang membedakan dari bidangnya yaitu wartawan dan humas.

9. Penelitian dari Benny, Yudi, dan Ridwan Gunawan, yang diterbitkan oleh Universitas Pertahanan, Vol.4, No.2, 2018, yang berjudul Strategi Kontra Opini Pemberitaan Palsu (*hoax*) oleh Dinas Penerangan Angkatan Darat.²²

Adapun permasalahan dalam penelitian ini yaitu pemberitaan palsu yang sudah merambah di lingkungan TNI AD pada era globalisasi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi dan upaya Dispenad melaksanakan perannya secara optimal dalam penyelenggaraan tugas dan fungsi dalam rangka menghadapi berita palsu. Menggunakan metode kualitatif. Teori dalam penelitian ini yaitu menurut William S

²¹Manika, N. D. (2018). *Strategi wartawan online dalam mencegah berita hoax*. *Annaba: Jurnal Ilmu Jurnalistik*, 1(2), 39-56.

²²Lesmana, B., Rusfiana, Y., & Gunawan, R. (2018). *Strategi Kontra Opini Pemberitaan Palsu (Hoax) Oleh Dinas Penerangan Angkatan Darat*. *Peperangan Asimetris*, 4(2).

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Maulsby, bahwa berita sebagai suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi yang dapat menarik perhatian para pembaca di surat kabar tersebut, maka berita palsu bukan merupakan kategori definisi berita. Hasil penelitian ini yaitu Dispenad menggunakan Strategi Bertahan, Menyerang dan Pembuatan Jaringan dalam kontra opin berita palsu. Persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini ialah sama-sama menekankan pada strategi dalam mengatasi penyebaran pemberitaan palsu (*hoax*) namun perbedaan dalam penelitian ini yaitu penelitian ini meneliti strategi yang digunakan oleh Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau dalam mengatasi berita *hoax* di media sosial, sementara penelitian sebelumnya strategi yang digunakan oleh Dinas Penerangan Angkatan Darat dalam perkembangan pemberitaan *hoax* di lingkungan TNI AD.

10. Penelitian dari Gian dan Muhammad Sufyan, diterbitkan oleh e-Proceeding of Management, Vol.6, No.1, April 2019, yang berjudul Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemerintah Indonesia dalam Penanggulangan Hoax.²³

Permasalahan dalam penelitian ini yaitu terdapat 800.000 penyebaran berita palsu pada akhir tahun 2017 di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pelaksanaan strategi komunikasi pemerintah Indonesia dalam penanggulangan *hoax*. Menggunakan Metode Kualitatif deskriptif dengan menggunakan paradigma pos-positivisme. Teori yang digunakan yaitu Onong Uchjana Effendy mengenai perumusan strategi dalam kegiatan komunikasi. Hasil penelitiannya yaitu bahwa pelaksanaan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika dengan membuat pondasi utama penanggulangan *hoax* melalui UU NO. 19 Tahun 2016 Perubahan UU Informasi Transaksi Elektronik (ITE) mengenai larangan dalam menyebarkan informasi *hoax*. Adapun persamaan dan perbedaan penelitian ini yaitu sama-sama menanggulangi mengenai *hoax*, namun perbedaan penelitian ini yaitu terletak pada subjeknya yang mana pada penelitian ini menggunakan subjek strategi PR nya, sedangkan pada penelitian sebelumnya menggunakan strategi komunikasi.

²³ Nugraha, G. R., & Abdurrahman, M. S. (2019). *Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemerintah Indonesia Dalam Penanggulangan Hoax (studi Kualitatif Deskriptif Laman Aduankonten. id Kementerian Komunikasi Dan Informatika)*. Proceedings of Management, 6(1).

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Strategi

Pengertian strategi secara etimologi adalah turunan dari kata dalam bahasa berasal Yunani yaitu *strategos*. Adaun *strategos* dapat diterjemahkan sebagai "komandan mliter" pada zaman demokrasi Athena. Pada mulanya istilah strategi berarti memimpin. Jadi strategi diartikan sebagai general ship yang artinya sesuatu yang dikerjakan oleh para jendral dalam menaklukkan musuh dan memenangkan perang. Menurut David Hunger dan Thomas L. Wheelen, strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Sedangkan strategi menurut anwar Arifin adalah seluruh kepuasan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan.²⁴

Pengertian umum strategi yaitu suatu proses yang menentukan adanya perencanaan terhadap para top manajer yang sungguh berarah pada tujuan jangka panjang perusahaan yang disertai dengan penyusunan akan upaya bagaimana agar mencapai tujuan yang dharapkan. Sementara pengertian strategi secara khusus yaitu suatu tindakan yang bersifat terus menerus mengalami peningkatan dan dilakukan sesuai dengan sudut pandang tentang apa yang diinginkan serta dharapkan oleh para konsumen untuk di masa depan. Dengan strategi ini maka ada yang hampir dimulai dari apa yang selalu untuk bisa terjadi dan bukan yang dimulai dari apa yang terjadi.²⁵ Menurut Effendy (2015), strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan. Akan tetapi, untu mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Dari bebraa definisi diatas, dapat disimpulkan strategi adalah jalur atau langkah yang direncanakan dengan mengintegrasikan semua sumber daya dan kemampuan ke dalam pencapaian tujuan. Dengan kata lain, strategi dapat digunakan untuk panduan atau pedoman untuk mencoba dan bertindak untuk mencapai tujuan.²⁶

2.3. Strategi Public Relations

Public Relations diartikan sebagai hubungan masyarakat (Humas). Menurut Ronald D. Smith mendefenisikan strategi *Public Relations* sebagai sejumlah kampanye komunikasi yang terencana yang memiliki tujuan dan

²⁴ Larasati, D. S. (2018). Strategi Public Relations PT. PLN (persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau Dalam Pengelolaan Pesan Pencabutan Subsidi Listrik Tepat Sasaran di Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 5(2), 1-14.

²⁵ Fauquirokhan, 2016, Manajemen Strategik. Jakarta: fakultas ilmu sosial dan ilmu politik. Hal 21

²⁶ Effendy, Onong, Uchyana. 2015. Ilmu komunikasi: Teori dan Prakteknya, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

rencana, yang mana pilihannya di pertimbangkan dan keputusan-keputusannya dilaksanakan. Dengan lain strategi dapat sebagai arah yang dipilih organisasi untuk diikuti dalam mencapai misinya.²⁷

Menurut Onong Uchjana Effendi, pakar ilmu komunikasi mengatakan strategi pada hakikatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu perencanaan tersebut. Strategi tidak dapat berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan peta arah saja melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.²⁸

Public Relations dapat dimaknai sebagai aktivitas manajemen komunikasi yang terjadi dalam dua pendekatan yaitu sebagai metode komunikasi dan teknik komunikasi (Kariyantono, 2014). Sebagai metode komunikasi, aktivitas *Public Relations* dilakukan secara metodis, yaitu terencana oleh struktur kelembagaan yang jelas seperti divisi *Public Relations*. Sebagai teknik komunikasi, aktivitas *Public Relations* dilakukan setiap individu, direncanakan atau tidak, sehingga melahirkan prinsip ‘everybody is a *Public Relations*’.²⁹ Dalam suatu perusahaan *public relation* sangat dibutuhkan untuk mengkomunikasikan informasi perusahaan dengan publiknya untuk mendukung terwujudnya tujuan perusahaan atau dengan kata lain *public relation* merupakan perencanaan.

Kaitan *Public Relations* dan strategi yaitu menjalankan strategi dan mengaturnya bersama pimpinan yaitu seorang praktisi *Public Relations* memiliki pekerjaan untuk mengawasi setiap kegiatan ke dalam maupun ke luar perusahaan. Sehingga, jika perusahaan memiliki permasalahan, maka *Public Relations* perusahaan itulah yang seharusnya terlebih dahulu menyusun strategi mengatasinya. Perencanaan manajemen strategi public, tujuan perusahaan menjadi dasar acuan dalam memilih strategi yang akan dijalankan. Berikut beberapa pengertian *Public Relations* menurut ahli:

- a. J.C.Seidel
Public Relations adalah proses *continue* dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh *goodwill* dan pengertian dari para langganannya, pegawainya dan publik umumnya; ke dalam dengan mengadakan analisa dan perbaikan-perbaikan sendiri, keluar mengadakan pernyataan.
- b. Howard Honham
Public Relations adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik yang dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap seseorang atau organisasi/badan.

²⁷ Mooduto, M. B. P.... hal. 172

²⁸ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Jakarta: Erlangga, 2015).

²⁹ Supada, W. (2020). *Efektivitas CSR (Corporate Social Responsibility) Dalam Praktik Public Relations*. Danapati: Jurnal Ilmu Komunikasi, 1(1), hal 37.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. J.H.Wright

Public relations adalah suatu rencana tentang kebijaksanaan dan kepemimpinan yang akan menanamkan kepercayaan publik dan menambah pengertian mereka.

Berbagai penelitian di Amerika Serikat mengidentifikasi dua peran yang menonjol yang dijalankan seorang praktisi *public relation* dalam sebuah organisasi yaitu peran manajer dan peran teknisi. Hal mendasar yang membedakan kedua peran ini adalah pada keterlibatan praktisi *public relation* dalam proses pengambilan keputusan ditingkat korporat manager terlibat dalam proses pengambilan keputusan sedangkan para teknisi tidak berpartisipasi dalam pengambilan keputusan. Secara ideal, kedua peranan harus ada dalam praktek *public relation* pada sebuah organisasi karena pada dasarnya, peran-peran tersebut saling melengkapi.³⁰ Terdapat empat fungsi utama yang dituntut diri seorang *public relation* menurut Rosady dalam Wayan (2020), yaitu:

1. Sebagai *Communicator* yaitu *public relations* sebagai juru bicara organisasi, *public relations* berkomunikasi secara intensif melalui media dan kelompok masyarakat. Serta dapat membantu manajemen dalam hal mendengar apa yang diinginkan publik, sekaligus menjelaskan keinginan, kebijakan dan harapan organisasi atau perusahaan kepada publiknya. Sehingga dengan komunikasi timbal balik tersebut dapat tercipta saling pengertian, mempercayai, menghargai, mendukung dan toleransi yang baik dari kedua belah pihak.
2. *Relationship* merupakan kemampuan *public relation* membangun hubungan positif antara lembaga yang diwakilinya dan publik internal maupun eksternal. Hubungan yang positif bisa dilakukan dengan melakukan pertemuan, melakukan penghargaan pada publik yang setia dan percaya pada perusahaan guna untuk meningkatkan citra perusahaan.
3. *Backup Management* yaitu melaksanakan dukungan fungsi manajemen organisasi atau perusahaan seperti memperkenalkan produk atau jasa, menjual produk atau jasa dan melihat bagaimana kinerja karyawan agar dapat mengevaluasi kinerjanya demi tercapainya tujuan bersama dalam suatu kerangka tujuan pokok perusahaan.

³⁰ Satira, A. U., & Hidriani, R. (2021). Peran Penting Public Relations Di Era Digital. *SADIDA*, 1(2), 179-202.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. *Good Image Maker* yaitu menciptakan citra perusahaan yang merupakan prestasi, reputasi sekaligus menjadi tujuan utama bagi aktivitas *public relations* dalam melaksanakan manajemen kehumasan.

Fungsi *public relations* menurut Rosady dalam Wayan (2020) meliputi hal-hal sebagai berikut :

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi,

Disini *public relations* melakukan beberapa cara untuk menunjang kegiatan manajemen baik itu dalam menganalisa situasi (publik), pembuatan strateg yang tepat, kemudian melakukan / bertindak sesuai strategi yang telah dibuat dan yang terakhir melakukan penilaian terhadap strategi tersebut apakah sudah tepat sasaran kepada masyarakat.
2. Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari perusahaan kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada perusahaan,

Dengan adanya komunikasi dua arah tentu akan memudahkan baik itu *public relations* maupun masyarakat dalam melakukan komunikasi, perusahaan akan mengerti apa yang diinginkan masyarakat perusahaan, jika ini sudah bisa ditetpkan tentu akan menciptakan keharmonisan kedua belah pihak.
3. Melayani publik dan memberikan nasihat kepada pimpinan organisasi untuk kepentingan umum,

Contoh perusahaan melakukan kegiatan amal dan mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan tersebut. Kemudian dalam kegiatan tersebut masyarakat menyampaikan harapan mereka kepada perusahaan, setelah itu perusahaan merespons hal tersebut, kemudian perusahaan melakukan tindakan dengan baik sehingga masyarakat merasa dilayani.
4. Membina hubungan secara harmonis antara organisasi dengan publik, baik internal maupun eksternal,

Hubungan baik akan tercipta jika kenyamanan di dapat dalam sebuah organisasi/perusahaan, jika perusahaan terus melakukan kegiatan positif yang menimbulkan kedekatan antara internal dan eksternal maka hubungan baik akan tetap terjaga.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Memberikan penerangan kepada masyarakat,
Misalnya perusahaan melalui *public relations* terjun langsung ke masyarakat, kemudian memberikan informasi-informasi penting kepada masyarakat. Contoh pentingnya memberikan sosialisasi mengenai berita yang valid seperti apa.

6. Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat.³¹

Contoh perusahaan mengajak masyarakat untuk jangan langsung percaya terhadap berita yang diterima, ditelaah terlebih dahulu sumbernya dari mana.

Menurut Cutlip fungsi manajemen *public relations* mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Memperkirakan, menganalisis, dan menginterpretasikan opini dan sikap publik, dan isu-isu yang mungkin mempengaruhi operasi dan rencana organisasi, baik pengaruh buruk maupun baik.
2. Member saran kepada manajemen di semua level di dalam organisasi sehubungan dengan pembuatan keputusan, jalannya tindakan, dan komunikasi serta mempertimbangkan ramifikasi publik dan tanggung jawab sosial.
3. Meriset, melaksanakan dan mengevaluasi secara rutin program-program aksi dan komunikasi untuk mendapatkan pemahaman publik yang dibutuhkan untuk kesuksesan tujuan organisasi.
4. Merencanakan dan mengimplementasikan usaha organisasi untuk mempengaruhi kebijakan publik.
5. Mengelola sumber daya yang dibutuhkan untuk melakukan semua hal tersebut di atas.³²

Menurut Cultic dan Center dalam Yugih dan Jessica (2018) menyatakan bahwa ruang lingkup humas (*public relation*) terdiri tujuh aktivitas utama, yaitu :

1. Publikasi (*publication*), merupakan untuk menyebarluskan informasi melalui beberapa media mengenai kegiatan atau aktivitas perusahaan yang layak diketahui publik.
2. Acara (*event*), maksudnya adalah merancang berbagai kegiatan yang bertujuan untuk memperkenalkan kegiatan atau apa saja keberhasilan perusahaan. Contoh: Kampanye PR, seminar, pameran, *launching*,

³¹ Ibid. Hal.38

³² MOODUTO,... hal. 171

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan lain-lain. Hal ini berkaitan dengan penyusunan program acara dapat dibedakan menjadi:

- a) *Calender Event – Regular Event* (kegiatan rutin);
 - b) *Special Event* – kegiatan khusus dan dilaksanakan pada momen-momen tertentu, seperti ulang tahun perusahaan, peluncuran produk; dan
 - c) *Momen Event* – kegiatan yang bersifat momentum, seperti perayaan 50 ulang tahun perusahaan (Ulang tahun Emas Perusahaan).
3. Pemberitaan (*News*), berupaya menciptakan serta untuk menciptakan publisitas. Berbentuk informasi yang dikomunikasikan kepada khalayak yang dapat disampaikan secara langsung maupun tidak langsung, informasi yang disampaikan bertujuan agar dapat diterima oleh khalayak ramai dan mendapatkan respon positif.
 4. Keperdulian terhadap Komunitas, maksudnya keterlibatan sehari-hari seorang profesional humas guna menjaga hubungan baik antara masyarakat dan perusahaan.
 5. Lobi dan negosiasi, maksudnya memperoleh dukungan dari individu dan lembaga terkait terhadap keberlangsungan perusahaan. Sebuah rencana baik jangka panjang maupun jangka pendek yang dibuat oleh PR dalam rangka penyusunan *budget* yang dibutuhkan. Dengan perencan yang matang akan membuat kegiatan yang sudah direncanakan dengan baik dan dapat meminimalisasi kegagalan.
 6. Menginformasi dan membangun citra, yaitu memberikan informasi kepada publik sehingga memperoleh berita yang baik terkait perusahaan. Citra yang terbentuk dapat berupa citra positif atau negatif, tergantung dari upaya yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk menciptakan serta mempertahankan citra positif, demi keberlangsungan hidup perusahaan.
 7. Tanggung jawab sosial, yaitu menunjukkan bahwa perusahaan memiliki keperdulian terhadap masyarakat. Dalam rangka mengambil peran untuk secara bersama melaksanakan aktivitasnya dalam rangka mensejahterakan masyarakat di sekitarnya.³³

Ada lima pokok tugas *public relation* Menurut Rumanti dalam Mulia (2015) adalah sebagai berikut :

1. Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, melalui gambar kepada publik supaya

³³ Tamara, J., & Setyanto, Y. (2018). Strategi Public Relations dalam Membangun Brand Image Jamu (Studi pada Suwe Ora Jamu Kedai Jamu & Kopi). *Prologia*, 2(2), 377-384.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- publik mempunyai pengertian yang benar tentang organisasi serta kegiatan yang dilakukan.
2. Memonitor, merekam dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum atau masyarakat.
3. Memperbaiki citra organisasi, bisa merupakan citra dari pimpinan, ada citra yang menjadi keinginan, harapan, dan sebagainya.
4. Tanggung jawab sosial. *Public Relation* merupakan instrumen untuk bertanggungjawab terhadap semua kelompok yang berhak mendapat tanggungjawab tersebut.
5. Komunikasi. *Public Relation* mempunyai bentuk komunikasi yang khusus, komunikasi timbal balik. Maka, pengetahuan komunikasi menjadi modalnya.³⁴

Menurut Barda Nawawi Arif (2011) bahwa upaya merupakan kebijakan untuk melakukan pencegahan dan penanggulangan kejahatan termasuk bidang kebijakan Criminal. Bahwa upaya penanggulangan lewat jalur non penal ini juga bisa disebut sebagai upaya yang dilakukann melalui jalur hukum pidana. Upaya ini merupakan penanggulangan yang lebh menitikberatkan pada sifat preventif, yakni tndakan yang berupa pencegahan sebelum terjadinya kejahatan. Kebijakan ini tidak terlepas dari kebijakan yang lebih luas, yaitu kebijakan sosial yang terdiri dari kebijakan atau upaya – upaya untuk kesejahteraan sosial dan kebijakan atau upaya – upaya untuk perlindungan masyarakat. Adapun indikator dalam strategi atau upaya non penal yang digunakan dalam teori Barda Nawawi Arif yaitu ³⁵:

1. Sosialisasi, merupakan hal yang sangat penting dilakukan dalam pencegahan informasi *hoax* di media sosial, dengan cara ini kita mampu menanamkan nilai-nilai / norma-norma yang baik kepada pengguna media sosial bahwa informasi yang diterima tidak serta merta dalam artian yang baik semuanya ada juga informasi yang mengandung isu sara dan ujaran kebencan serta mengandung informasi *hoax* atau bohong, maka dalam hal ini diharapkan mampu mengatasi tindakan serupa.
2. Kerjasama, hal ini dilakukan untuk memudahkan pemerintah dalam mengatasi penyebaran sebelum terjadinya informasi palsu (*hoax*) di media sosial.

³⁴ Mooduto.. hal 171-172.

³⁵ Nurlatun, R., Nayoan, H., & Pangemanan, ...

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Pengawasan, hal ini dilakukan dalam rangka mencegah terjadinya penyebaran informasi *hoax* di media sosial.

Pemerintah merupakan suatu organisasi yang memiliki kewenangan untuk membuat kebijakan dan menerapkan hukum serta di wilayah tertentu. Studi kebijakan publik menurut Thomas R. Dye, sebagaimana dikutip Sholichin Abdul Wahab (Suharno: 2010) sebagai berikut “Studi kebijakan publik mencakup menggambarkan upaya kebijakan publik, penilaian mengenai dampak dari kekuatan – kekuatan yang berasal dari lingkungan terhadap isi kebijakan publik, analisis mengenai akibat berbagai pernyataan kelembagaan dan proses – proses politik terhadap kebijakan publik; penelitian mendalam mengenai akibat – akibat dari berbagai kebijakan politik pada masyarakat, baik berupa dampak kebijakan publik pada masyarakat, baik berupa dampak yang diharapkan (direncanakan) maupun dampak yang tidak diharapkan.³⁶

Salah satu upaya dalam menangani penyebaran berita *hoax* yaitu dengan melakukan upaya preventif. Adapun yang dimaksud dengan upaya preventif yaitu merupakan tindakan sebelum terjadinya kejahatan, penekanan dalam upaya ini yaitu dengan menghilangkan adanya kesempatan untuk melakukan kejahatan.

2.4. Berita Bohong (Hoax)

2.4.1. Pengertian *Hoax*

Berita merupakan laporan peristiwa (fakta) atau pendapat (opini) yang terkni. *Hoax* berasal dari bahasa Inggris yang artinya tipuan, menipu, berita bohong, berita palsu atau juga disebut sebagai berita burung yang disebarkan oleh individu. Sejarah *Hoax*, pada awalnya yaitu dari sebuah kasus dari *Drummer of Tedworth* pada tahun 1661. Kasus ini menceritakan tentang seseorang yang bernama John Mepesson, merupakan seorang tuan tanah yang selalu dihantui oleh suara–suara drum pada malam hari di rumahnya. Kemudian seorang penulis yang bernama Glanvil mendengarkan kisah tersebut. Lalu ia menceritakan kisah tersebut ke dalam tiga buku cerita yang diakuinya berasal dari kisah nyata. *Local horror story* tersebut berhasil menaikkan penjualan buku Glanvil. Namun pada akhirnya, buku ketiga Glanvil tersebut ia mengakui bahwa suara–suara drum tersebut hanyalah sebuah trik dan apa yang sudah diceritakan adalah sebuah kebohongan belaka. Selanjutnya kisah *hoax* yang berasal

³⁶ Nurlatun, R., Nayoan, H., & Pangemanan, F. (2021). Upaya Pemerintah Dalam Mengatasi Penyebaran Berita Palsu (Hoax) di Media Sosial (Studi Kasus Dinas Kominfo Kota Manado). *GOVERNANCE*, 1(2).

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dari seseorang yang bernama Benjamin Franklin pada tahun 1745 pada harian *Pennsylvania Gazette* yang mengungkap sebuah benda yang bernama “Batu Cina” yang mana batu tersebut dapat mengobati penyakit rabies, kanker, dan penyakit–penyakit lainnya. Namun, batu tersebut hanya terbuat dari tanduk seekor rusa biasa yang sama sekali tidak memiliki fungsi sebagai obat media apapun. Hal ini diketahui oleh seseorang yang membaca surat kabar harian *Pennsylvania Gazette* yang membuktikan tulisan Benjamin Franklin tersebut sebuah kebohongan. Menurut Werme (2016) *hoax* sebagai suatu berita palsu yang mengandung berbagai informasi yang memang sengaja untuk menyesatkan orang-orang dan juga memiliki hubungan dengan politik. Pada saat ini *hoax* merupakan berita palsu yang sering muncul di media sosial yang memiliki tujuan untuk menyebabkan ketakutan pada masyarakat dan kegiatan yang dilakukan dari oknum yang menyebarkan berita palsu tersebut tidak bertanggung jawab atas berita yang disebar. ³⁷

Berita *hoax* merupakan berita bohong yang kebenarannya tidak dapat dipertanggungjawabkan oleh siapapun bahkan oleh pembuatnya sendiri. *Hoax* terkategori sebagai perbuatan melawan hukum di dunia maya yang sangat mengkhawatirkan, mengingat tindakan *carding*, *hacking*, *teorisme*, *hoax*, penipuan telah menjadi aktivitas pelaku kejahatan di media sosial, hal ini sangat kontras dengan kurangnya regulasi yang mengatur pemanfaatan teknologi. ³⁸ *Hoax* memiliki tujuan untuk menciptakan opini publik, menggiring opini publik dan menciptkn persepsi sebagai *hufing fun* yang menguji ketelitian dan kepandaian pengguna internet dan media sosial. Berikut merupakan alasan mengapa berita *hoax* tersebar luas di jejaring sosial:

1. Hanya sebuah humor demi kesenangan belaka. Setiap orang memiliki cara sendiri untuk membuat dirinya merasa senang. Dengan kecanggihan teknologi zaman sekarang, orang bisa melakukan hal-hal yang aneh dan tidak logis.
2. Usaha untuk mencari sensasi di internet dan media sosial. Biasanya untuk merebut perhatian lebih banyak *user*, pemilik *website* dengan sengaja memberikan konten atau berita sekedar mencari perhatian publik.

³⁷ Megasari. 2020. Kebijakan Pemeintah Surabaya dalam Menangani Berita Hoax. *Jurnal Pemerintahan dan Politik Islam*. Vol 5(1), hal.75

³⁸ Benny, Yudi dan Ridwan. 2018. Strategi Kontra Opini Pemberitaan Palsu (Hoax) oleh dinas perangan angkatan darat. Vol.4. No.2

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Beberapa menyebarkan *hoax* demi mendapat lebih banyak uang dengan bekerja sama dengan oknum.
4. Hanya untuk ikut-ikutan yang terlihat lebih seru. Hal ini merupakan salah satu strategi internet marketing dengan menyuguhkan berita yang lebay maka akan semakin banyak komentar dan like sehingga kelihatan lebih hidup dan ramai.³⁹

2.4.2. Jenis Berita Hoax

Menurut Mulyaningsih, dkk (2020) jenis berita *hoax* yaitu :

1. *Fake news* (Berita bohong), yaitu suatu berita yang berusaha untuk menggantikan berita yang asli. Berita ini bertujuan untuk memalsukan atau mencampurkan dengan ketidakbenaran ke dalam berita asli. Penulis berita bohong biasanya menambahkan hal-hal yang tidak bena dan teori persengkokolan, makin aneh, makin baik. Berita bohong bukanlah komentar humor terhadap suatu berita.
2. *Clickbait* (Tautan jebakan), yaitu penulis berita bohong biasanya akan menambahkan hal – hal yang tidak benar, makin aneh, dan makin baik. Tautan yang diletakkan secara strategis di dalam suatu situs dengan tujuan menarik orang masuk ke situs lainnya. Konten di dalam tautan ini sesuai fakta namun judulnya dibuat berlebihan dipasang gambar yang menarik untuk memancing pembaca.
3. *Confirmation bias* (Bias konfirmasi), yaitu kecenderungan mengabaikan informasi yang sebenarnya.
4. *Misinformation* (Informasi yang salah), sebuah informasi bisa saja mengandung kesalahan atau tidak akurat.
5. *Satire*, yaitu sebuah berita yang di dalamnya mengandung humor dan ironi, hal yang dibesar-besarkan untuk mengomentari kejadian yang sedang hangat.
6. Propaganda, yaitu suatu aktivitas untuk menyebarluaskan informasi fakta, argumen, gosip, setengah kebenaran dan atau bahkan kebohongan untuk mempengaruhi opini publik.⁴⁰

³⁹Shalu Chandani Kalia, B. (2021). *Analisis Penyebaran Berita Hoaks Pandemi Covid-19 di Bondowoso Melalui facebook* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Jember).

⁴⁰Mulyaningsih, S., Wahyudi, I., & Harahap, D. H. (2020). Perilaku Remaja Masjid X dalam Menyikapi Hoax di Media Sosial. *Jurnal Psikologi*, 16(2), 8-15.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.4.3. Ciri – Ciri atau Karakteristik Hoax

Berita bohong (*hoax*) adalah berita yang isinya tidak sesuai dengan kebenaran yang sesungguhnya.⁴¹ Adapun beberapa ciri *hoax* Menurut Ayu dan I Wayan (2021) diantaranya sebagai berikut :

- a. Sumber berita atau *link* yang tidak jelas,

Biasanya informasi *hoax* pengirim berita tersebut tidak tau siapa yang melakukannya, oknum tersebut hanya mengajak orang lain untuk meneruskan berita tersebut sedangkan berita tersebut belum tau akan kebenarannya. Berita *hoax* yang tersebar di media sosial tidak terverifikasi, tidak berimbang dan cenderung menyudutkan pihak tertentu.
- b. Dapat mengakibatkan kecemasan, kebencian dan permusuhan,

Berita mengandung unsur kecemasan terhadap orang yang membacanya, kemudian berita tersebut mengandung ujaran kebencian terhadap seseorang maupun instansi agar orang lain berpikir negatif terhadap instansi tersebut, sehingga terciptalah permusuhan antara pihak terkait. Hoax beredar di dunia maya, disebar dari satu kakun ke akun lain, berpindah dari facebook ke twitter, twitter ke whats app group, dan dalam beberapa jam tanpa diketahui siapa yang pertama menyebarnya pesan itu telah mengundang amarah atau rasa takut pengguna. Hal ini mengakibatkan terpancingnya perdebatan sehingga menimbulkan saling benci dan bermusuhan.
- c. Menurunkan reputasi pihak–pihak yang dirugikan baik itu sebuah instansi atau lembaga maupun individu,

Denga adanya informasi yang tidak benar terhadap sebuah instansi tentunya akan berengaruh terhadap reputasi instansi tersebut. Jika reputasi sudah buruk, maka instansi tersebut harus cepat dalam penanganannya agar tidak muncul persepsi lain terhadap instansi terkait.
- d. Judul mengandung unsur provokatif, menarik dan sensasional,

Judul berita *hoax* yang mengandung unsur yang memicu terjadinya salah persepsi yang akan mengakibatkan pecahnya kepercayaan masyarakat terhadap instansi maupun individu. Memberikan penghakiman bahkan penghukuman tetapi

⁴¹Adami Chazawi dan Ferdian Ardi, *Tindak Pidana Pemalsuan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), hlm 236.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menyembunyikan fakta dan data, bahkan mencatut tokoh tertentu juga.

- e. Merupakan sebuah himbauan kepada orang lain untuk menyebarkan berita palsu tersebut.⁴²

Berita *hoax* yang tidak tau siapa yang membuatnya biasanya mengajak orang lain untuk menyebarkan kepada masyarakat sehingga informasi tersebut terus menerus merusak persepsi masyarakat.

Menurut Hamzah, dkk (2020), ciri – ciri berita *hoax* adalah sebagai berikut :

- a. Berita *hoax* sengaja diciptakan untuk kepentingan tertentu dan membuat keresahan,

Berita *hoax* merupakan kepentingan dibuat oleh orang yang memiliki kepentingan dan tujuan tertentu akan suatu hal sehingga membuat berita yang tidak benar dan menimbulkan kecemasan ditengah masyarakat.

- b. Judul berita heboh, membuat kepanikan dan kegaduhan publik,

Judul yang sangat provokatif tentu akan memancing masyarakat untuk percaya akan berita tersebut sehingga menimbulkan keresahan bagi yang melihat dan membacanya.

- c. Berita berisi konteks provokasi yang dapat menyesatkan pembaca,

Berita *hoax* yang biasanya mengandung unsur provokasi yang menyebabkan pembacanya termakan isu-isu yang tidak benar yang merugikan pihak lain.

- d. Sumber berita yang tidak jelas,

Berita *hoax* yang dibuat oleh seseorang maupun instansi untuk menjatuhkan orang lain atau adanya kepentingan tertentu, namun berita tersebut tidak tau asal-usul nya darimana dan dibuat oleh siapa.

- e. Mengatasnamakan lembaga lain yang kredibel,

Ini yang akan membuat permusuhan jika seseorang telah mengatasnamakan berita *hoax* tersebut atas nama sebuah instansi maka instansi tersebut akan mengalami penurunan reputasi.

⁴² Kotianartha, I. W., & Sari, A. W. (2021). Tingkat Kemampuan Siswa Dalam Mengenal Karakteristik Berita Hoax Di Media Sosial Pada Siswa Sma Negeri 1 Abiansemal. *Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi*, 23(2), Hal. 13

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- f. Selalu meminta kepada orang lain untuk menyebar luaskan berita tersebut.⁴³

Berita hoax selalu mengajak orang lain untuk meneruskan berita tersebut agar masyarakat yang belum mengetahui berita tersebut termakan berita hoax yang merugikan orang lain. Sedangkan ciri berita asli di media sosial biasanya mempunyai ciri-ciri, diantaranya yaitu:

1. Akun yang menyebarkan biasanya memang akun resmi,

Biasanya berita benar (asli) tertera jelas siala yang membuat dan menyebarkan nya, kemudian mencatumkan tanggal maupun lokasi. Ini merupakan salah satu ciri inti untuk menandakan berita tersebut baik/benar.

2. Berbentuk tulisan bukan hanya gambar saja,

Biasanya berita benar (asli) mencantumkan gambar sekaligus penjelasan mengenai gambar tersebut agar masyarakat lebih memahami apa yang sebenarnya terjadi.

Dari segi penerimaan *hoax* banyak dipercaya karena beberapa hal, diantaranya:

1. Keterbatasan arus informasi yang akan datang,

Dengan keterbatasan arus informasi yang didapat oleh masyarakat tentu akan berdampak jika masyarakat tiba-tiba menerima informasi yang beredar baik itu media televisi, cetak seperti koran, maupun media sosial apalagi di media sosial banyak informasi yang belum jelas kebenarannya.

2. Semakin banyak orang yang percaya terhadap informasi tersebut semakin masyarakat yakin bahwa info itu benar,

Perlunya peran dari pihak terkait seperti lembaga, dosen, guru maupun mahasiswa untuk berperan memberikan edukasi kepada masyarakat tentang ciri-ciri berita *hoax*.

3. Topik yang menarik dan populer,

Biasanya menyangkut tentang sesuatu yang tengah hangat dibicarakan di masyarakat (publik) sehingga menimbulkan bermacam-macam persepsi di kalangan publik.

4. Hanya melihat informasi dari satu sisi saja, tidak mempertimbangkan sudut yang lain,⁴⁴

⁴³ Hamzah, R. E., & Putri, C. E. (2020). Mengenal dan Mengantisipasi Hoax di Media Sosial pada Kemandirian Pelajar. *Abdi Moestopo: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 3(01), 9-12.

⁴⁴ Adnan A. I Idris, *Klarifikasi Al-Quran Atas Berita Hoax*, (jakarta, Kompas Gramedia, 2018).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Perlunya ilmu yang banyak untuk menyaring sebuah informasi agar tidak mudah dipengaruhi oleh berita *hoax*, perlunya melihat aspek lain sebelum menilai berita tersebut *hoax* atau tidak.

2.4.4. Dampak Berita Hoax

Adapun Menurut Ayu dan I Wayan (2021) berita *hoax* dapat menimbulkan beberapa dampak sebagai berikut :

- a. Menyita waktu bagi generasi muda, selain itu juga merugikan dari sisi *financial* (uang),
Berita *hoax* merugikan orang lain seperti generas muda, berita *hoax* hanya membuang waktu generasi muda maka dari itu kita harus menjadi penerus bangsa yang memiliki intelektual yang baik supaya terhindar dari informasi *hoax*.
- b. Memicu perpecahan yang dapat merugikan,
Berita *hoax* dapat menimbulkan perpecahan antara pihak yang terkait sehingga hubungan kedua nya tidak harmonis.
- c. Merugikan pihak tertentu akibat dari berita bohong,
Dengan adanya berita *hoax* yang muncul dan merugikan pihak lain tentu akan berdampak pada instansi atau seseorang, masyarakat/publik tidak akan percaya lagi kepada instansi bahkan lebih buruknya turun nya reputasi instansi tersebut.
- d. Menyebarkan fitnah kepada pihak lain,
Fitnah akan mendatangkan keburukan dan akan menimbulkan perpecahan, permusuhan. Oleh karena itu, hati-hat dalam bersosial media.
- e. Sebuah pengalihan isu,
Biasanya berita *hoax* yang dibuat untuk pengalihan isu agar kejadian sebelumnya dilupakan masyarakat (publik) dan dengan adanya berita *hoax* akan mempengaruhi masyarakat. Oleh karena itu harus dibekali ilmu yang cukup dalam bersosial media.
- f. Membuat kepanikan atau kecemasan publik,
Berita *hoax* yang judul nya provokatif dan lain sebagainya dapat menimbulkan kecemasan publik akan suatu yang terjadi. Masyarakat tidak tahu apa yang sebenarnya terjadi. Berita *hoax* dibuat untuk memperkeruh keadaan.
- g. Berita *hoax* memuat fakta yang tidak dapat lagi dipercaya,⁴⁵

⁴⁵Kotaniartha, I. W., & Sari..... hal. 13

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berita hoax tidak bisa dipercaya karena mengandung unsur-unsur provokatif yang menimbulkan permusuhan, perpecahan dan tidak adanya keharmonisan yang dapat merusak hubungan persaudaraan. Oleh karena itu, setiap orang harus dibekali ilmu pengetahuan agar tidak tersesat dalam informasi *hoax*.

2.4.5. Pasal—pasal dalam Undang-undang yang Mengatur tentang Hoax

Berikut merupakan penjabaran singkat terkait pasal-pasal dalam Undang-Undang yang mengatur tentang *hoax*⁴⁶ :

- a. KUHP, 1. Pasal 311 KUHP : “jika yang melakukan kejahatan atau pencemaran tertulis dibolehkan untuk membuktikan apa yang dituduhkan itu benar, tidak membuktikannya, dan tuduhan dilakukan bertentangan dengan apa yang diketahui, maka dia dancam melakukan fitnah dengan pidana penjara paling lama empat tahun”.
 2. Pasal 378 KHUP : “barang siapa dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum, dengan memakai nama palsu atau martabat palsu, dengan tipu muslihat, ataupun rangkaian kebohongan, menggerakkan orang lain untuk menyerahkan barang sesuatu kepadanya, atau supaya memberikan hutang maupun menghapuskan piutang dengan pidana penjara paling lama empat tahun”.
- b. Undang-Undang No.1 Tahun 1946 tentang Peraturan Hukum Pidana.
 1. Pasal 14 ayat (1) dan (2): Ayat 1 “barang siapa dengan mudah menyiarkan berita palsu dengan secara sengaja menyebabkan keonaran dikalangan masyarakat maka akan dihukum dengan hukuman penjara setinggi-tingginya sepuluh tahun. Ayat 2 “barang siapa menyiarkan suatu berta atau mengeluarkan suatu berita yang dapat menerbitkan keonaran dikalangan rakyat, sedangkan ia patut dapat menyangka bahwa berita atau pembertahuan itu adalah bohong, dihukum dengan penjara setinggi-tingginya adalah tiga tahun.

⁴⁶ Megasari. 2020. Kebijakan Pemeintah Surabaya dalam Menangani Berita Hoax. Jurnal Pemerintahan dan Politik Islam. Vol 5(1). Hal. 76

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Pasal 15 : “barang siapa menyebarkan kabar yang tidak pasti atau kabar yang berlebihan atau yang tidak lengkap, sedangkan ia mengerti setidaknya tidaknya patut dapat menduga bahwa kabar demikian akan atau sudah dapat menerbitkan keonaran dikalangan rakyat, dihukum dengan hukuman penjara setinggi-tingginya dua tahun.
- c. Undang-undang No.19 Tahun 2016 tentang suatu Informasi dan Transaksi Elektronik.
 1. Pasal 27 ayat (3) : “setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik.
 2. Pasal 28 ayat (1) dan (2) : “setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik. Ayat 2 “setiap orang 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 antar golongan (SARA).⁴⁷

2.5. Media Sosial**2.5.1. Pengertian Media Sosial**

Kata media berasal dari bahasa Latin yang berarti pengantar. Menurut Asosiasi Teknologi dan Komunikasi Pendidikan (*Association of Education and Communication Technology/AECT*) di Amerika, membatasi media sebagai segala bentuk dan saluran yang digunakan orang untuk menyalurkan pesan atau informasi (dalam Sapriyah, 2017).⁴⁸ Menurut Laughey dalam Mulawarman dan Aldila (2017) media diartikan sebagai alat untuk berkomunikasi sedangkan sosial diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu memberikan kontribusi kepada masyarakat lain. Media merupakan alat perantara yang mempunyai fungsi yang lengkap. Dalam menyampaikan pesan dari suatu komunikasi

⁴⁷ Megasari... hal. 77-78

⁴⁸ Sapriyah, S. (2019, May). Media Pembelajaran Dalam Proses Belajar Mengajar. In *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan FKIP* (Vol. 2, No. 1, pp. 470-477).

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang dilancarkan, kita harus selektif dengan menyesuaikan keadaan dan kondisi.⁴⁹

2.5.2. Macam-Macam Media Sosial

Menurut Karjaluto dalam Rohmiyati (2018), ada enam macam media sosial yaitu:

1. Blog, yaitu sebuah website yang dapat digunakan untuk memasang tulisan sehingga pembaca memberikan komentator. Manfaat dari *blog* sebagai sarana menginformasikan kegiatan-kegiatan yang dilakukan.
2. Forum, yaitu sebuah situs yang terdiri dari beberapa pengguna yang dapat membuat topik dan dapat dikomentari. Contoh dari forum yaitu kaskus.
3. Komunitas Konten, yaitu situs yang dapat memungkinkan pengguna memasang atau menyebarkan informasi/konten. Khalayak pun dapat mengakses konten secara global.
4. Dunia Virtual, yaitu dunia yang dapat berinteraksi dengan orang lain. Contohnya adalah *game online*.
5. Wikis, yaitu situs yang dapat menghasilkan data-data atau dokumen. Contohnya adalah wikipedia.
6. Jejaring Sosial, yaitu yang dapat memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan yang lainnya. Contohnya adalah *facebook*.⁵⁰

2.5.3. Dampak Media Sosial Dalam Kehidupan

Media sosial memiliki dampak dalam kehidupan bermasyarakat atau sehari-hari. Adapun dampak positif media sosial menurut Cahyono (2016) antara lain:

1. Memudahkan berinteraksi dengan banyak orang.
Media sosial dapat memudahkan kita berinteraksi dengan banyak orang.
2. Memperluas pergaulan.
Media sosial dapat memperluas pergaulan di berbagai kalangan masyarakat.
3. Jarak dan waktu bukan lagi masalah.
Dengan adanya sosial media, jarak tempat bukan lagi suatu masalah atau alasan untuk seseorang dapat berkomunikasi.

⁴⁹ Pratama, E. D., & Sihombing, A. (2018). Strategi Komunikasi KOMINFO dalam Menghadapi Fenomena Penyebaran Ujaran Kebencian. *Communicare: Journal of Communication Studies*, 5(1), 77-92.

⁵⁰ Rohmiyati, Y. (2018). Analisis penyebaran informasi pada sosial media. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, 2(1), 29-4

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Lebih mudah dalam mengekspresikan diri.
Dengan adanya sosial media lebih mudah mengekspresikan diri, misal seseorang sedang merasakan gembira dapat diekspresikan di sosial media miliknya.
5. Penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat.
Media sosial dapat memberikan informasi terkini secara cepat bahkan dalam hitungan detik.
6. Biaya murah, dibandingkan media lainnya.
Media sosial merupakan biaya murah untuk menjalin komunikasi.

Adapun dampak negatif dari media Menurut Cahyono (2016) antara lain:

1. Menjauhkan orang-orang yang dekat dan sebaliknya,
Adanya sosial media dapat membuat menjauhkan orang yang dekat atau sebaliknya, dikarenakan adanya media sosial banyak yang berpendapat komunikasi lewat media sosial itu lebih baik daripada bertemu.
2. Interaksi tatap muka cenderung menurun,
Adanya media sosial membuat orang cenderung ingin lewat HP saja daripada tatap muka.
3. Membuat orang-orang menjadi kecanduan terhadap internet,
Adanya media sosial membuat orang menjadi candu terhadap internet.
4. Rentan berpengaruh terhadap buruk orang lain,
Adanya media sosial dapat memberi pengaruh buruk buat orang lain.
5. Masalah Privasi,
Adanya media sosial membuat seseorang membagikan masalah pribadinya begitu saja sehingga privasi individu tidak ada lagi.
6. Menimbulkan Konflik,
Adanya media sosial dapat menimbulkan konflik jika terjadi kesalahpahaman terhadap informasi yang didapat.⁵¹

Media sosial adalah media *online* yang mendukung interaksi sosial. Melalui media sosial setiap orang dapat membuat sekaligus mempublikasikan sendiri konten, berita, promosi, aertikel, dan lain-lain. Disisi lain, bagi pengguna yang tidak bisa secara bijak memanfaatkannya akan mudah terpengaruh. Berita *hoax* dapat

⁵¹ Cahyono. 2016. *Pengaruh Meda Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Indonesia. Jurnal Publician*. 9(1):140-157.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menyebar dengan mudah. Jika hal tersebut tidak sejalan dengan pengetahuan dan pemahaman akan berdampak pada kerukunan hidup masyarakat.⁵²

2.5.4. Fungsi Media Sosial

Menurut Keitzmann dalam Dedi (2017) menggambarkan hubungan kerangka kerja yang mendefinisikan media sosial dengan menggunakan tujuh kotak bangunan fungsi :

1. *Identity*, menggambarkan pengaturan identitas para pengguna dalam sebuah media sosial menyangkut nama, usia, jenis kelamin, profesi, lokasi serta foto.
2. *Conversations*, menggambarkan pengaturan para pengguna berkomunikasi dengan pengguna lainnya dalam media sosial.
3. *Sharing*, menggambarkan pertukaran, pembagian, serta penermaan konten berupa teks, gambar, atau video yang dilakukan oleh para pengguna.
4. *Presence*, menggambarkan apakah para pengguna dapat mengakses pengguna lainnya.
5. *Relationship*, menggambarkan para pengguna terhubung atau terkait dengan pengguna lainnya.
6. *Reputation*, menggambarkan para pengguna dapat mengidentifikasi orang serta dirinya sendiri.
7. *Groups*, menggambarkan para pengguna dapat membentuk komunitas dan sub-komunitas yang memiliki latar belskang, minat, atau demografi.⁵³

2.6. KERANGKA PEMIKIRAN

Dalam penelitian ini Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau sebagai lembaga yang bertanggung jawab dalam memberikan informasi yang akurat serta meluruskan dari beredarnya berita-berita yang beredar di masyarakat kemudian bagaimana strategi yang digunakan. Peneliti menggunakan teori menurut Barda Nawawi (2011) dalam Strategi atau upaya *Public Relations* yang terdiri dari Sosialisasi, Kerjasama dan Pengawasan. Berikut kerangka pemikiran dalam penelitian ini yaitu :

⁵² Harahap, M. A., & Adeni, S. (2020). Tren penggunaan media sosial selama pandemi di Indonesia. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 7(2), 13-23.

⁵³ Rianto, Dedi. 2017. *Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Vol. 5(1).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



(Sumber : diolah peneliti, 2022)

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, peneliti susun berdasarkan teori yang berkaitan dengan strategi atau upaya bagaimana penanggulangan penyebaran berita informasi *hoax* di media sosial yang dilakukan oleh *Public Relations* Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Riau menggunakan beberapa strategi atau upaya yaitu sosialisasi, kerjasama dan pengawasan guna mencegah sebelum terjadinya penyebaran informasi berita *hoax* tidak sampai masyarakat (*audiens*).

1. Sosialisasi menanamkan kebiasaan atau nilai dan aturan dari satu generasi kegenerasi lainnya tujuannya adalah membentuk kepribadian seseorang agar selaras dengan nilai yang berlaku dimasyarakat bisa melalui media sosial atau pertemuan langsung secara tatap muka.
2. Kerjasama dalam hal ini pihak Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Riau bekerjasama dengan komunitas maupun lembaga yang ada di Riau terkait dalam proses pencegahan penyebaran berita *hoax* dengan menempuh jalur non penal atau bisa disebut dengan jalur preventif yakni upaya pencegahan sebelum terjadinya kejahatan.
3. Pengawasan dilakukan oleh pihak Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Riau yaitu memantau atau mengawasi akun,

berita-berita yang mengandung unsur negatif atau bohong (*hoax*) di media sosial secara manual.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. DESAIN PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif mengenai kata-kata lisan maupun tertulis dan tingkah laku yang dapat diamati dari orang-orang yang diteliti (Taylor dalam Poppy dan Ririh, 2015).⁵⁴ Adapun riset kualitatif sendiri memiliki tujuan yakni menjelaskan suatu fenomena sedalam-dalamnya dengan pengumpulan data yang sedalam-dalamnya juga. Alasan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif yaitu agar mempermudah peneliti dalam membantu peneliti untuk menggali informasi yang mendalam mengenai suatu topik penelitian yang nantinya informasi tersebut didapatkan untuk menentukan tujuan penelitian.

Penelitian ini juga menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dimana ciri-ciri dari deksriptif yaitu melakukan sendiri pada hasil observasi dan suasana yang alamiah serta memahami pengalaman manusia yang terbentuk dan dialami manusia sebagai hidup sesungguhnya dalam kehidupan sehari-hari. Adapun paradigma yang digunakan dalam penelitian ini yaitu paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme menurut Pujileksono (2015:28) yaitu melihat bagaimana cara pandang kita terhadap sesuatu realita yang dibentuk oleh adanya latar belakang.⁵⁵

3.2. LOKASI DAN JADWAL PENELITIAN

Lokasi penelitian ini dilakukan oleh peneliti di Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau yang beralamat di Jalan Jenderal Sudirman No. 460, Kecamatan Simpang Empat, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Alasan peneliti melakukan penelitian disini yaitu karena Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik merupakan lembaga yang mengelola tentang informasi di media sosial, maka dari itu peneliti tertarik melakukan penelitian disini. Jadwal penelitian ini dilaksanakan selama 3 bulan terhitung dari proposal ini diterima.

⁵⁴ Ruliana, P., & Dwiantari, R. (2015). Strategi Public Relations Hotel dalam Membentuk Citra Objek Wisata. *Jurnal Aspikom*, 2(4), 255-271.

⁵⁵ Pujileksono, Sugeng. 2015. Metode Penelitian Kualitatif. Malang: Intrans Publishing.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.3. SUMBER DATA

Sumber data utama yang digunakan dalam penelitian kualitatif yaitu berupa kata-kata, serta tindakan, sedangkan selebihnya adalah data tambahan berupa dokumen dan lain-lain. Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu :

1. Data Primer

Merupakan data yang didapat secara langsung oleh pengumpul data. Sumber data primer didapatkan melalui kegiatan wawancara dengan subjek penelitian dan dengan observasi atau pengamatan langsung peneliti di lapangan. Data primer dalam penelitian ini berupa catatan dan hasil pengamatan langsung peneliti di lapangan yang diperoleh melalui wawancara dengan informan yang dijadikan sumber dalam penelitian. Jadi dalam penelitian ini yang menjadikan data primer atau data utama adalah data yang berupa hasil wawancara dengan berbagai *stakeholder* yang terlibat pada proses pencegahan penyebaran berita *hoax* di media sosial.

2. Data Sekunder

Merupakan sumber data suatu penelitian yang diperoleh oleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (di peroleh atau dicatat oleh pihak lain) contohnya lewat dokumen catatan-catatan, laporan-laporan, atau orang lain. Data sekunder berupa bukti, catatan atau data dokumenter, serta arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak publikasikan secara. Sumber data sekunder digunakan untuk mendukung informasi yang didapatkan dari sumber data primer. Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data sekunder melalui wawancara pendukung, literature yang relevan, peneliti terdahulu, jurnal yang berkaitan dengan strategi penanggulangan berita *hoax* ataupun karya ilmiah lainnya.

3.4. INFORMAN PENELITIAN

Adapun teknik penentuan informan dalam penelitian ini yaitu dipilih secara purposive sesuai dengan keperluan. Kriteria informan adalah orang yang benar-benar mengetahui dan terlibat langsung dalam mengatasi berita yang beredar di sosial media, sehingga peneliti dapat merangkum informasi yang tepat dan dapat dipercaya sehingga mampu memberikan gambaran dan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian. Maka informan dalam penelitian ini yaitu:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 3.1
Informan Penelitian

NO	NAMA	JABATAN	UMUR	KETERANGAN
1	Raja Hendra Saputra, S.STP	Kepala Bidang Humas	40th	Informan
2	Eriadi Fahmi, SP, MM.	Penata Humas Ahli Muda	42th	Informan
3	Raden Heru Christianto S.Ikom	Staff Bidang Informasi Komunikasi Publik	42th	Informan
JUMLAH				3

(Sumber : *diolah peneliti, 2022*)

3.5. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Pengumpulan data merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan teknik *field reserch* yaitu dengan menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi.

1. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi dengan cara bertanya secara langsung kepada pemberi informasi. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan secara langsung dan bertatap muka dengan subjek yang diwawancarai secara bebas terkontrol sehingga data yang didapatkan adalah data yang luas dan mendalam.

2. Observasi

Merupakan melakukan pengamatan secara pencatatan yang dilakukan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.

3. Dokumentasi

Merupakan menganalisa dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri ataupun orang lain. Dokumen merupakan sumber informasi yang berupa catatan yang sudah berlalu.⁵⁶

3.6. Validitas Data

Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Kriteria yang digunakan penelitian kualitatif yaitu :

⁵⁶ Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian ...* hlm 240.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. *Credibility*, kriteria ini untuk memenuhi data dan informasi yang dikumpulkan harus mengandung nilai kebenaran, yang berarti bahwa peneliti harus dapat dipercaya dan dapat diterima oleh orang-orang yang memberikan informasi yang dikumpulkan selama informasi berlangsung.
2. *Transferability*, kriteria ini untuk memenuhi bahwa hasil penelitian-penelitian yang dilakukan dapat diaplikasikan kepada konteks yang lain untuk membangun keteralihan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara uraian rinci. Teknik ini peneliti akan melaporkan hasil penelitian setelah dan secara cermat mungkin menggambarkan tempat penelitian diselenggarakan dengan mengacu pada fokus penelitian.
3. *Dependability*, kriteria dapat digunakan untuk menilai apakah proses penelitian kualitatif bermutu atau tidak. Yaitu dengan jalan meminta independen auditor guna mereview aktivitas yang dilakukan oleh peneliti (berupa catatan yang disebut “*audit trail*”), di samping catatan-catatan data/informasi dari lapangan, arsip-arsip serta laporan penelitian yang telah dibuat oleh peneliti.
4. *Confirmability*, kriteria ini digunakan untuk menilai apakah hasil penelitian itu bermutu atau tidak. Perbedaan dengan *dependability* yaitu *dependability* digunakan untuk menilai kualitas proses yang ditempuh oleh peneliti sampai dapat membuahkan hasil penelitian, *confirmability* berkaitan dengan pertanyaan apakah data dan informasi oleh materi-materi yang tersedia digunakan dalam “*audit trail*”. Apabila *confirmability audit* telah memutuskan bahwa hasil penelitian telah memenuhi kriteria keempat standar yaitu (*truth, value, applicability, consistency, dan neutrality*) maka hasil penelitian tersebut dapat dikatakan sudah dapat diterima.

Dalam penelitian ini uji keabsahan menggunakan Triangulasi. Triangulasi yaitu menekankan seorang peneliti menggali informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber untuk mendapatkan gambaran dari fenomena yang sedang diteliti dengan melakukan wawancara maupun observasi, sehingga diharapkan dapat memperkuat kebenaran dan memperkecil bias dari data informasi yang diperoleh dalam penelitian.⁵⁷

Peneliti ini melakukan uji keabsahan data dengan menggunakan metode triangulasi sumber, peneliti membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang telah peneliti dapatkan dari Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau.

⁵⁷Hardani, Dhika dan Helmina. 2020. Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif .../lm 200-207

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.7. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif menurut Sugiyono (2008) adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih yang mana penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Setelah data terkumpul, kemudian dilaksanakan pengolahan data dengan metode kualitatif, setelah itu dianalisis secara kualitatif dilakukan dengan langkah-langkah sebagaimana dikemukakan oleh Lexy J. Meolong berikut:

- a. Klasifikasi data, yaitu mengelompokkan data sesuai dengan topik-topik pembahasan.
- b. Reduksi data, yaitu memeriksa kelengkapan data untuk mencari kembali data yang masih kurang dan mengesampingkan data yang kurang relevan.
- c. Deskripsi Data, yaitu menguraikan data secara sistematis sesuai dengan topik-topik pembahasan.
- d. Menarik Kesimpulan, yaitu merangkum uraian-uraian penjelasan ke dalam susunan yang singkat dan padat.⁵⁸

Berdasarkan langkah-langkah teknik analisis data, dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif, yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan kalimat bukan angka, peneliti hanya memaparkan situasi atau peristiwa lalu kemudian dianalisis dengan bantuan kerangka pikir dan menggunakan asumsi sehingga data yang diperoleh peneliti dapat dipahami maksud dan maknanya.

⁵⁸ Meolong, Metode Penelitian.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau

4.1.1. Sejarah Singkat

Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau yang dibentuk sesuai Peraturan Daerah Provinsi Riau nomor 4 Tahun 2016 perihal Pembentukan serta Susunan Perangkat wilayah Provinsi Riau yang pembentukannya mengalami tahapan perubahan nomenklatur sebagai berikut :

1. Tahun 1997 telah dibuat Kantor Pengolahan Data Elektronik Provinsi Riau berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Riau Nomor 7 Tahun 1997 tentang Organisasi dan Tata Kerja Tempat Kerja Pengolahan Data Elektronik Daerah Pemerintah Provinsi Daerah Tingkat I Riau.
2. Dalam rangka pelaksanaan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 dan Peraturan Pemerintah Nomor 25 Tahun 2000 pada Tahun 2001 telah dibentuk:
 - a. Badan Pengolahan Data Elektronik (BPDE) Provinsi Riau yang ditetapkan melalui Peraturan Daerah Provinsi Riau Nomor 23 Tahun 2001 tentang Pembentukan, Susunan Organisasi dan Tata Kerja Badan Pengolahan Data Elektronik.
 - b. Badan Informasi Komunikasi dan Kesatuan Bangsa Provinsi Riau melalui Peraturan Daerah Provinsi Riau Nomor 27 Tahun 2001 tentang Pembentukan, Susunan Organisasi dan Tata Kerja Badan Informasi, Komunikasi dan Kesatuan Bangsa.
3. Pada Tahun 2008, kedua lembaga tersebut di atas (BPDE dan Badan Infokom Kesbang) mengalami peleburan menjadi Dinas Komunikasi Informatika dan Pengolahan Data Elektronik Provinsi Riau sesuai dengan Peraturan Daerah Provinsi Riau Nomor 9 Tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah Provinsi Riau.
4. Tahun 2014, sesuai dengan Peraturan Daerah Provinsi Riau Nomor 2 Tahun 2014 tentang Organisasi Dinas Daerah Provinsi Riau, Diskominfo dan PDE Provinsi Riau berubah menjadi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Riau, sedangkan untuk Unit Pelaksana Teknis pada Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Riau dibentuk berdasarkan Peraturan Gubernur Riau No. 10 Tahun 2014 tentang Organisasi Unit Pelaksana Teknis Pada Dinas dan Lembaga Teknis Daerah di Lingkungan Pemerintah Provinsi Riau.

5. Tahun 2016, dalam rangka melaksanakan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah dibentuk Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau sebagai Organisasi Perangkat Daerah Baru sesuai dengan Peraturan Daerah Provinsi Riau Nomor 4 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Provinsi Riau.

VISI

“Terwujudnya Riau yang Berdaya Saing, Sejahtera Bermatabat dan Unggul di Indoesia (RIAU BERSATU)“.

MISI

“Mewujudkan Mewujudkan Tata Kelola Pemerintahan yang Baik dan Pelayanan yang Prima Berbasis Teknologi Informasi”.

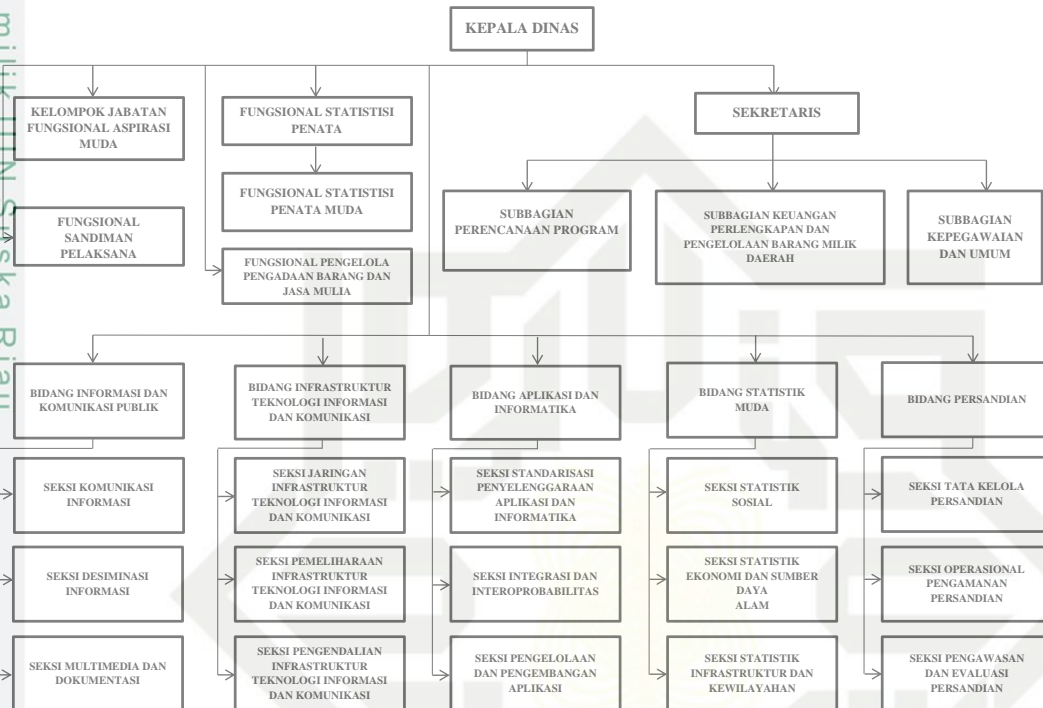
Gambar 4.1.

Logo Pemerintah Provinsi Riau



4.1.2. Struktur Organisasi

BAGAN ORGANISASI DINAS KOMUNIKASI, INFORMATIKA DAN STATISTIK PROVINSI RIAU



(Sumber: Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau, 2022)

4.1.2.1. Uraian Tugas (Job Description) Bagian/Unit Kerja Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau

Adapun uraian tugas bagian / unit kerja PKL di Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau telah diatur dalam Peraturan Pergub No. 77 Tahun 2019.

1. Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik

Kepala Bidang Komunikasi dan Informasi Publik mempunyai tugas melakukan koordinasi, fasilitasi dan evaluasi pada Seksi Komunikasi Informasi, Seksi Diseminasi Informasi, Seksi Multimedia dan Dokumentasi.

2. Kepala Seksi Komunikasi Informasi

Kepala Seksi Komunikasi Informasi mempunyai tugas:

- a. Merencanakan program / kegiatan dan penganggaran pada Seksi Komunikasi Informasi;
- b. Membagi tugas, membimbing, memeriksa dan menilai hasil pelaksanaan tugas bawahan di lingkungan Seksi Komunikasi Informasi;

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Melaksanakan koordinasi, pembinaan, bimbingan teknis dan pengawasan serta evaluasi sesuai tugas pokok pada Seksi Komunikasi Informasi;
 - d. Melaksanakan pelayanan administrasi pada komisi informasi;
 - e. Melaksanakan pengelolaan komunikasi informasi pemerintah, komunikasi sosial dan kemitraan media komunikasi;
 - f. Melakukan kerjasama dengan media massa dan media sosial;
 - g. Melaksanakan pembinaan komunikasi informasi Kabupaten / Kota di Provinsi Riau;
 - h. Melaksanakan identifikasi, penentuan dan mengelola kebutuhan masyarakat terhadap komunikasi informasi;
 - i. Menyediakan dan mendistribusikan bahan-bahan komunikasi informasi;
 - j. Menyusun standar dan sistem pelayanan pengelolaan komunikasi informasi;
 - k. Melaksanakan pendayagunaan dan pengembangan kelompok informasi masyarakat;
 - l. Melaksanakan koordinasi, pengawasan dan bimbingan teknis komunikasi;
 - m. Melaksanakan pemantauan komunikasi informasi;
 - n. Melakukan pemantauan, evaluasi dan membuat laporan pelaksanaan tugas dan kegiatan pada Seksi Komunikasi Informasi; dan;
 - o. Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan atasan sesuai tugas dan fungsinya.
3. Kepala Seksi Diseminasi Informasi
 - a. Merencanakan program / kegiatan dan penganggaran pada Seksi Diseminasi Informasi;
 - b. Membagi tugas, membimbing, memeriksa dan menilai hasil pelaksanaan tugas bawahan di lingkungan Seksi Diseminasi Informasi;
 - c. Melaksanakan koordinasi, pembinaan, bimbingan teknis dan pengawasan serta evaluasi sesuai tugas pokok pada Seksi Diseminasi Informasi;
 - d. Melaksanakan pengelolaan diseminasi informasi pemerintah, diseminasi informasi sosial dan kemitraan media diseminasi informasi;
 - e. Melaksanakan pengelolaan dan pembinaan pada Media Center;
 - f. Melaksanakan pengisian konten pada portal resmi Pemerintah

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Provinsi Riau (riau.go.id, diskominfotik.riau.go.id dan mediacenter.go.id);
- g. Melaksanakan pembinaan diseminasi informasi Kabupaten / Kota di Provinsi Riau;
 - h. Melaksanakan identifikasi, penentuan dan mengelola kebutuhan masyarakat terhadap diseminasi informasi;
 - i. Menyediakan dan mendistribusikan bahan-bahan diseminasi informasi;
 - j. Menyusun standar dan sistem pelayanan pengelolaan diseminasi informasi;
 - k. Melaksanakan diseminasi informasi Kelompok Informasi Masyarakat;
 - l. Melaksanakan koordinasi, pengawasan dan bimbingan teknis diseminasi informasi;
 - m. Melaksanakan pemantauan diseminasi informasi;
 - n. Melakukan pemantauan, evaluasi dan membuat laporan pelaksanaan tugas dan kegiatan pada Seksi Diseminasi Informasi; dan.
 - o. Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan atasan sesuai tugas dan fungsinya.
4. Kepala Seksi Multimedia dan Dokumentasi
- Kepala Seksi Multimedia dan Dokumentasi mempunyai tugas;
- a. Merencanakan program / kegiatan dan penganggaran pada Seksi Multimedia dan Dokumentasi;
 - b. Membagi tugas, membimbing, memeriksa dan menilai hasil pelaksanaan tugas bawahan di lingkungan Seksi Multimedia dan Dokumentasi;
 - c. Melaksanakan koordinasi, pembinaan, bimbingan teknis dan pengawasan serta evaluasi sesuai tugas pokok pada Seksi Multimedia dan Dokumentasi;
 - d. Melaksanakan pengelolaan multimedia dan dokumentasi pemerintah, multimedia dan dokumentasi sosial dan kemitraan media multimedia dan dokumentasi;
 - e. Melaksanakan pembinaan multimedia dan dokumentasi Kabupaten/ Kota di Provinsi Riau;
 - f. Melaksanakan identifikasi, penentuan dan mengelola kebutuhan masyarakat terhadap multimedia dan dokumentasi;
 - g. Menyediakan dan mendistribusikan bahan-bahan multimedia dan dokumentasi;

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- h. Menyusun standar dan sistem pelayanan pengelolaan multimedia dan dokumentasi;
- i. Melaksanakan multimedia dan dokumentasi Kelompok Informasi Masyarakat;
- j. Melaksanakan koordinasi, pengawasan dan bimbingan teknis multimedia dan dokumentasi;
- k. Melaksanakan pemantauan multimedia dan dokumentasi;
- l. Melakukan pemantauan, evaluasi dan membuat laporan pelaksanaan tugas dan kegiatan pada Seksi Multimedia dan Dokumentasi; dan
- m. Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan atasan sesuai tugas dan fungsinya.

4.2. Gambaran tentang Media Sosial Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau

Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau dalam menyebarkan informasi atau isu-isu terkini melalui beberapa media sosial berikut :

4.2.1. Website

Adapun *website* resmi yang dikelola oleh Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau dalam menyebarkan informasi atau isu-isu terkini yaitu di <https://mediacenter.riau.go.id/>.⁵⁹

Gambar 4.2.
Website mediacenter.riau.go.id



Sumber: Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau
Berdasarkan gambar 4.2, merupakan *website* mediacenter.riau.go.id yang dikelola Dinas Komunikasi, Informatika dan

⁵⁹<https://mediacenter.riau.go.id/>.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

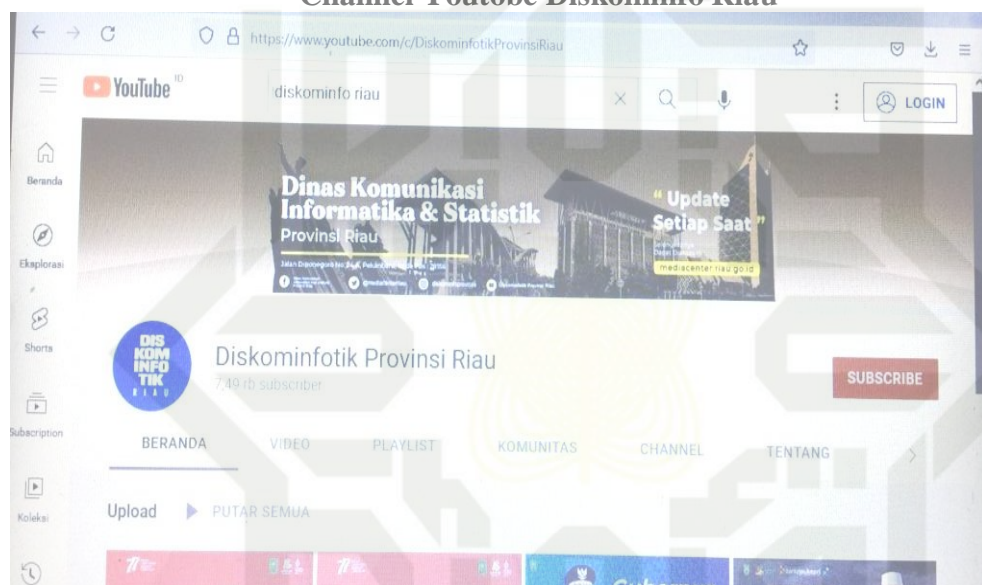
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Statistik Provinsi Riau dalam memberikan berita terbaru, kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Gubernur, dan mengklarifikasi berita yang tersebar di masyarakat.

4.2.2. Youtube

Adapun *youtube* resmi yang dikelola oleh Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau dalam menyebarkan informasi atau isu-isu terkini yaitu:⁶⁰

Gambar 4.3.
Channel Youtube Diskominfo Riau



Sumber: Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau

Berdasarkan gambar 4.3, merupakan chanel youtube resmi dari Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau. Chanel youtube yang berisikan segala kegiatan dan kebijakan pemerintahan.

4.2.3. Instagram

Adapun *youtube* resmi yang dikelola oleh Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau dalam menyebarkan informasi atau isu-isu terkini yaitu:⁶¹

⁶⁰ <https://youtube.com/@DiskominfotikProvinsiRiau>

⁶¹ <https://instagram.com/diskominfoprovriau/>

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 4.4.
Instagram Diskominfo Riau



Sumber: Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau

Berdasarkan gambar 4.4, merupakan instagram resmi dari Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau yang berisikan segala kegiatan dan kebijakan pemerintahan serta berita terbaru yang sedang marak-nya.

4.2.4. Facebook

Adapun *facebook* resmi yang dikelola oleh Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau dalam menyebarkan informasi atau isu-isu terkini yaitu:⁶²

Gambar 4.5.
Facebook Diskominfo Riau



Sumber: Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau

⁶²<https://m.Facebook.Com/100064260206415>

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

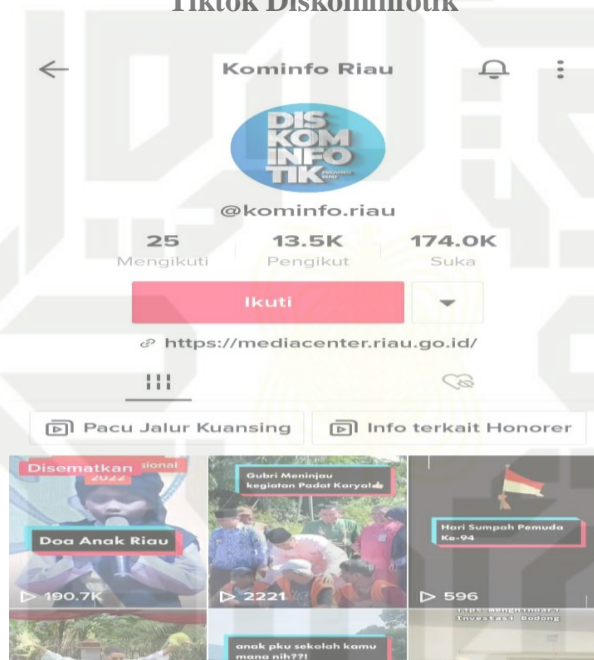
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan gambar 4.5, merupakan facebook resmi dari Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau yang berisikan segala kegiatan dan kebijakan pemerintahan.

4.2.5. Tiktok

Adapun *tiktok* resmi yang dikelola oleh Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau dalam menyebarkan informasi atau isu-isu terkini yaitu:⁶³

Gambar 4.6
Tiktok Diskominfotik



Sumber: Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau

Berdasarkan gambar 4.6, merupakan tiktok resmi dari Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau yang berisikan segala kegiatan dan kebijakan pemerintahan serta banyak video edukasi.

⁶³ <https://www.tiktok.com/@kominfo.riau/>

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan terkait tentang Strategi *Public Relations* Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau dalam mengelola berita *hoax* berdasarkan teori Barda Nawawi Arif dibagi dalam tiga tahapan yaitu Sosialisasi, Kerjasama dan Pengawasan. Hal ini dapat dibuktikan dengan melakukan:

1. Dilakukannya sosialisasi dengan melakukan pendekatan kepada masyarakat melalui media sosial serta melakukan edukasi tentang penyebaran berita bohong (*hoax*) dengan diadakannya kelas kominfo serta literasi digital diharapkan mampu mencegah sebelum terjadinya penyebaran berita informasi *hoax* di media sosial ini dilakukan mulai tingkat pelajar, mahasiswa dan seterusnya.
2. Dilakukannya kerjasama dengan melibatkan instansi lain misalnya Dinas Kesehatan serta kerjasama dengan kanal media terverifikasi untuk pencegahan berita informasi *hoax* mengenai Covid-19 maupun tentang kesehatan atau aspek lainnya dan juga melakukan kerjasama dengan dara riau (komunitas pelajar) dengan memberikan konten edukasi mengenai bagaimana ciri-ciri berita *hoax* diharapkan mampu mencegah informasi *hoax* tersebar luas di masyarakat.
3. Dilakukannya pengawasan yaitu dengan cara pemantauan setiap hari yang dilakukan secara manual yang dilakukan secara terus menerus di media sosial seperti tiktok, facebook, dan lainnya mengenai berita yang beredar di media sosial.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan analisa di atas dan sebagai langkah akhir dari penelitian ini, maka peneliti mencoba memberikan saran atau masukan yang berkaitan dengan penelitian. Hal ini sesuai dengan kemampuan penelitian saat ini.

Disarankan kepada *public relations* Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau dalam rangka meminimalisasi penyebaran berita *hoax*, lebih aktif membangun komunikasi dengan instansi di semua tingkatan baik pusat maupun daerah agar ada kesamaan cara pandang dan penyelesaian dalam menyikapi berita *hoax* yang beredar di masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajiarsi, G. R., Stellarosa, Y., & Silaban, M. W. (2015). Literasi Media Internet Di Kalangan Mahasiswa. *Humaniora*, 6(4), 470-482.
- Aifuddin, A., Apriadi, A., & Hidayat, O. (2020). Strategi Polres Sumbawa Dalam Menangani Berita Bohong (Hoax) Di Media Sosial. *Kaganga Komunika: Journal Of Communication Science*, 2(2), 119-126.
- Ayu, I Wayan Kotaniarta. 2021. Tingkat kemampuan siswa dalam mengenal karakteristik berita *Hoax* di media sosial pada siswa SMA Negeri 1 Abiansemal. *Jurnal kajian ilmu komunikasi Vol .23. No 2.*
- Benny, Yudi dan Ridwan. 2018. Strategi Kontra Opini Pemberitaan Palsu (Hoax) oleh dinas penerangan angkatan darat. Vol.4. No.2
- Cahyono. 2016. *Pengaruh Meda Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Indonesia. Jurnal Publician. 9(1):140-157.*
- Dewi, M. S. (2022). Strategi Media Monitoring Pada Pemberitaan Covid-19 Di Media Daring. *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 35-43.
- Hamzah, R. E., & Putri, C. E. (2020). Mengenal dan Mengantisipasi Hoax di Media Sosial pada Kalangan Pelajar. *Abdi Moestopo: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 3(01), 9-12.
- Harahap, M. A., & Adeni, S. (2020). Tren penggunaan media sosial selama pandemi di indonesia. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 7(2), 13-23
- Hardani, Dhika dan Helmina. 2020. Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif ...*hlm* 200-207.
- Iskandar, Muhammad. 2017. Survei: Satu persen responden langsung teruskan hoax; diakses 23 November 2022
- Manika, N. D. (2018). Strategi wartawan online dalam mencegah berita hoax. *Annaba: Jurnal Ilmu Jurnalistik*, 1(2), 39-56
- Laila, Atjep dan Uwes. 2020. Strategi Dakwah Santri dalam Menghadapi Berita Hoax di Media Sosial. Vol.5, No.2
- Kamaliah A. 2020. *Literasi Digital Indonesia Ketinggalan Jauh di Dunia. Detik Inet.*
- Megasari. 2020. Kebijakan Pemeintah Surabaya dalam Menangani Berita Hoax. *Jurnal Pemerintahan dan Politik Islam*. Vol 5(1)
- Mooduto, M. B. P. (2015). *Strategi Public Relations Komnas Perempuan Dalam Mempertahankan Ingatan Masyarakat Tentang Kasus Pemerkosaan Perempuan Dalam Tragedi 1998* (Doctoral Dissertation, Universitas Mercu Buana).
- Mulyaningsih, S., Wahyudi, I., & Harahap, D. H. (2020). Perilaku Remaja Masjid X dalam Menyikapi Hoax di Media Sosial. *Jurnal Psikologi*, 16(2), 8-15.
- Ngraha, G. R., & Abdurrahman, M. S. (2019). Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemerintah Indonesia Dalam Penanggulangan Hoax (studi Kualitatif Deskriptif Laman Aduankonten. id Kementerian Komunikasi Dan Informatika). *eProceedings of Management*, 6(1).

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Nurlatun, R., Nayoan, H., & Pangemanan, F. (2021). Upaya Pemerintah Dalam Mengatasi Penyebaran Berita Palsu (Hoax) di Media Sosial (Studi Kasus Dinas Kominfo Kota Manado). *GOVERNANCE*, 1(2).
- Pong Uchana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teor dan Praktek*, (Jakarta: Erlangga, 2015).
- Pratama, E. D., & Sihombing, A. (2018). Strategi Komunikasi KOMINFO dalam Menghadapi Fenomena Penyebaran Ujaran Kebencian. *Communicare: Journal of Communication Studies*, 5(1), 77-92.
- Pujileksono, Sugeng. 2015. Metode Penelitian Kualitatif. Malang: Intrans Publishing.
- Rahmadhany, A., Safitri, A. A., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena penyebaran hoax dan hate speech pada media sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis-JTEKSIS*, 3(1), 30-43.
- Rianto, Dedi. 2017. *Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Vol. 5(1).
- Rohmiyati, Y. (2018). Analisis penyebaran informasi pada sosial media. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, 2(1), 29-4.
- Rosita, D., & Pratiwi, N. I. (2018). Strategi Komunikasi Dalam Sosialisasi Literasi Media di Dinas Komunikasi dan Informasi (Diskominfo) Provinsi Bali. *Ilmiah Dinamika Sosial*, 2 No, 1, 1-12.
- Ruliana, P., & Dwiantari, R. (2015). Strategi Public Relations Hotel Dalam Membentuk Citra Objek Wisata. *Jurnal Aspikom*, 2(4), 255-271.
- Saidah, M., & Rusfian, E. Z. (2020). Hoax management of presidential staff office: An example of government public relations strategies. *Jurnal Studi Komunikasi*, 4(1), 32-48.
- Sapriyah, S. (2019, May). Media Pembelajaran Dalam Proses Belajar Mengajar. In *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Fkip* (Vol. 2, No. 1, Pp. 470-477).
- Stira, A. U., & Hidriani, R. (2021). Peran Penting Public Relations Di Era Digital. *SADIDA*, 1(2), 179-202.
- Sekar, Dwi. 2019. *Strategi Public Relations PT.PLN (persero) Wilayah Riau dan Kepulauan Riau dalam Pengelolaan Pesan Pencabutan Subsidi Listrik Tepat Sasaran Di Kota Pekanbaru*. JOM FISIP, VOL.5
- Salu Chandani Kalia, B. (2021). *Analisis Penyebaran Berita Hoaks Pandemi Covid-19 di Bondowoso Melalui facebook* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Jember).
- Sugiyono. 2013. Metode Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, dan R&D.
- Spada, W. (2020). Efektivitas CSR (Corporate Social Responsibility) Dalam Praktik Public Relations. *Danapati: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), hal 37.
- Tamara, J., & Setyanto, Y. (2018). Strategi Public Relations dalam Membangun Brand Image Jamu (Studi pada Suwe Ora Jamu Kedai Jamu & Kopi). *Prologia*, 2(2), 377-384.

Website:

Cakaplah.com

Kominfo.bengkulukota.go.id

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 DOKUMENTASI PENELITIAN



Gambar Peneliti saat melakukan wawancara dengan Bapak Raden Heru pada tanggal 02 Agustus 2022

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar Peneliti pada saat melakukan wawancara dengan Bapak Raja Hendra pada tanggal 15 Agustus 2022



Gambar Peneliti pada saat melakukan wawancara dengan Bapak Erdi Fahmi pada tanggal 20 Juli 2022



LAMPIRAN 2 SURAT PENELITIAN

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS KOMUNIKASI, INFORMATIKA DAN STATISTIK

Jalan Diponegoro Nomor 24 A, Pekanbaru, Kode Pos : 28156
 Telepon (0761) 45505, Faximile : (0761) 45505
 e-mail : diskominfotik@riau.go.id

Website : <http://diskominfotik.riau.go.id>, riau.go.id, mediacenter.riau.go.id

Pekanbaru, 21 Februari 2022

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan
 Komunikasi
 Universitas Islam Negeri Sultan
 Syarif Kasim Riau

Di -

Pekanbaru

Nomor : 423/Diskominfotik-Sekre/010
 Sifat : Penting
 Lampiran : -
 Hal : Penempatan Kerja Praktik/Magang/Riset

Bedasarkan Surat dari DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU
 PINTU PEMERINTAH PROVINSI RIAU Nomor: 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/0 tanggal
 16 Februari 2022, bersama ini Mahasiswa sebagai berikut :

NAMA : SWAREZ
 NIM : 11840311704
 PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI
 JUDUL PENELITIAN : ANALISIS STRATEGI PUBLIC RELATIONS DINAS KOMUNIKASI
 INFORMATIKA DAN STATISTIK PROVINSI RIAU DALAM
 MENGATASI PENYEBARAN BERITA HOAX DI MEDIA SOSIAL

Telah selesai melaksanakan Kegiatan Riset/Pra Riset di Bidang Informasi dan Komunikasi
 Publik pada Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Provinsi Riau.

Demikian disampaikan, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

a.n. KEPALA DINAS KOMUNIKASI, INFORMATIKA
 DAN STATISTIK PROVINSI RIAU
 KASUBAG. KEPELOMPOKAN DAN UMUM



HJ. PRAYUTI PANCASILAWATI, SE, MM
 Pembina
 NIP. 19650601 198603 2 004