

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Media sosial menjadi salah satu media yang digunakan oleh *Public Relations*. Menurut pernyataan para ahli bahwa media sosial merupakan media yang tepat untuk menjangkau publik yang luas dengan harga yang murah, yang mempengaruhi masyarakat Indonesia mengakibatkan menjadi fenomena besar terhadap arus informasi. Dengan berkembangnya waktu, media sosial muncul dalam media baru dan selalu mendapat sambutan yang baik dari pengguna internet. Media sosial ini membuat kita bisa bertukar informasi dimanapun dan kapanpun, selain itu media sosial di hadirkan untuk membuat komunikasi dan berbagai kegiatan menjadi lebih mudah dengan semua orang sesama pengguna media tersebut (Ardianto, 2011: 165).

Media sosial tempat yang sering digunakan untuk menyebarkan berita *hoax*. Banyaknya orang yang menggunakan media sosial di Indonesia akan lebih banyak juga orang yang terpengaruh oleh suatu informasi, karena berita apa pun yang di-*posting* oleh seseorang akan gampang tersebar membanjiri media sosial bahkan orang yang menyebarkan *hoax* akan semakin mudah, karena kurangnya masyarakat dalam penyaringan berita di media sosial. Hadirnya media sosial di jaman milenial ini banyak memberikan dampak positif tetapi tidak sedikit pula dampak negatifnya (Jurnal M. Ravii Marwan tahun 2017 Vol. 2. No.1).

Hoax merupakan informasi yang direkayasa untuk menutupi informasi sebenarnya dengan cara membanjiri suatu media demi kepentingan pribadi, yang bertujuan untuk menyesatkan pemahaman seseorang seolah peristiwa di dengar dan dilihat benar terjadi. Saluran yang banyak digunakan dalam penyebaran *hoax* adalah situs web 34,90%, aplikasi *chatting* (Whatsapp dan Line) 62,80%, dan melalui media sosial (Instagram, Facebook, dan Twitter) yang merupakan media terbanyak digunakan yaitu mencapai 92,40%. Sementara itu, data yang dipaparkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika menyebut ada sebanyak 800 ribu situs di Indonesia yang terindikasi sebagai penyebar *hoax* dan ujaran kebencian (www.cnnindonesia.com tanggal 2 Desember 2017).

Hoax dapat menyebar dengan cepat dan susah untuk diketahui siapa pembuat atau penyebar berita tersebut. Berita bohong tergolong sulit untuk ditelusuri karena pesan tersebut dapat ditambah atau dikurangi sehingga memperbesar dampak dari berita bohong tersebut. Berita *hoax* diciptakan oleh orang pintar tapi jahat, dan disebarluaskan oleh orang baik tapi bodoh. Konten berita palsu yang sedemikian massif kemudian “dibiarkan” dan tanpa sadar telah meningkatkan kebodohan dalam masyarakat. Pemerintah Indonesia telah menyadari dampak yang ditimbulkan dari tindak pidana *hoax* sehingga pemerintah telah mengambil langkah tegas dengan mengeluarkan Undang-Undang penyebar berita *hoax* dan ujaran kebencian dapat di jerat sesuai dengan UU ITE Pasal 28 ayat 1 yang menyebutkan bahwa “Setiap orang yang dengan sengaja dan atau tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan,

ancamannya bisa terkena pidana maksimal enam tahun dan denda maksimal Rp 1 Miliar.”

Maraknya pemberitaan bohong di masyarakat hingga mengakibatkan kepanikan dan kekhawatiran di masyarakat seperti kasus yang di unggah didalam akun facebook berinisial JL pada tanggal 2 januari 2019. Status itu menyebutkan JL masuk Istana Bogor dengan membayar Rp. 15.000. Dalam foto tersebut, ia mengunggah foto seorang anak kecil berfoto di depan sebuah kolam dengan latar belakang Istana Bogor. Tulisan ini menjadi viral dan dibagikan lebih dari 20 ribu orang di media sosial. Menanggapi pemberitaan ini, dengan sigap akun Twitter Divisi Humas Polri (@DivHumas_Polri) mengklarifikasi dan menyatakan kabar itu tidak benar adanya (*hoax*). Bahwasanya kawasan Istana Bogor itu tidak dibuka untuk umum. Kemudian foto yang diunggah akun tersebut, berada di Kebun Raya Bogor dan yang dikenakan biaya adalah Kebun Raya Bogor bukan Istana Bogor, sebagaimana penjelasan dari Kapolresta Bogor, Kombes. Pol. Ulung Sampurna Jaya, S.I.K., M.H Rabu (2/1/2019).

Humas Polda Jabar mempunyai peran penting bagi masyarakat Indonesia. Melindungi, mengayomi, melayani masyarakat dan menegakkan hukum merupakan tugas pokok dari instansi kepolisian menurut UU No 2 tahun 2002. Data pengguna internet dan media sosial yang cukup besar di negara Indonesia tepatnya di daerah Jawa Barat ini tentunya merupakan tugas besar yang perlu diperhatikan oleh pihak Humas Polda Jawa Barat karena melihat fenomena yang terjadi di masyarakat maraknya pemberitaan hoax di media sosial ini semakin merajalela seakan tak terbendung lagi, karena banyaknya masyarakat Indonesia

yang kurang bertanggungjawab dengan itu para pengguna internet masih banyak yang kurang cerdas dalam mengkonsumsi setiap informasi yang beredar di media sosial dan ingin menjadi orang pertama dalam menyebar berita.

Berdasarkan pengamatan yang saya lakukan media sosial yang digunakan oleh Humas Polda Jabar seperti Instagram (*@bidhumaspoldajabar*), Facebook (*Humas Polda Jawa Barat*), dan Twitter (*@bidhumaspoldjbr*) di rata-ratakan memposting ataupun mensosialisasikan mengenai pemberitaan *Hoax* itu 1 sampai 3x dalam satu minggu tergantung banyaknya berita *Hoax* yang ada. Humas Polda Jabar juga melakukan peranan faktual nya dalam menangkal pemberitaan *Hoax* di media sosial seperti menerima laporan dengan memonitor setiap berita, mengumpulkan bukti permulaan dan melakukan penindakan dengan memberikan stempel *Hoax* kemudian disebar kembali pada masyarakat, serta melakukan penyidikan dengan menerjunkan divisi Multimedia yang khusus menangani kasus *cybercrime* yang bekerja sama dengan krimsus, selain itu Humas Polda Jabar juga membentuk *Patroli cyber* untuk menelusuri akun-akun yang menyebarkan konten *Hoax* namun kekurangannya Humas Polda Jabar hanya sebatas patroli memantau masyarakat di media sosial, untuk tindak lanjutnya Humas bekerja sama dengan Krimsus.

Zaman sekarang sudah makin maju dan demikian masyarakat lebih banyak mengakses informasi di media sosial, tetapi masyarakat kini kurang sadar dalam mengkonsumsi setiap informasi yang beredar bahwa tentang pemberitaan di media sosial ini tidak seluruhnya benar. Oleh karena itu Humas Polda Jabar sangat berperan penting dengan tersebarnya pemberitaan *hoax*, seperti Humas

Polda Jabar hampir setiap minggunya membuat meme di Instagram @bidhumaspoldajabar dengan konten positif untuk mendongkrak citra positif dimasyarakat yang di dalamnya terdapat himbauan “Bijaklah dalam bermedia sosial saring sebelum sharing. Stop Hoax dan ujaran kebencian”. Selain itu Humas Polda Jabar berupaya memberikan sosialisasi literasi cerdas bermedia sosial untuk memberikan edukasi melalui diskusi para pakar untuk membahas suatu masalah dalam situasi informal dan santai. Upaya yang dilakukannya seperti *Goes To Campus*, FGD (*Focus Group Discussion*), Kampanye Anti *Hoax*, Lomba & *Event*, Silaturahmi Kamtibmas, Satgas, dll. (Wawancara dengan Lintar Prasajo selaku staff PID Bidang Humas Polda Jabar)

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif karena pada rancangan penelitian ini, peneliti berusaha menggambarkan pemanfaatan media sosial sebagai media dalam menyebarkan berita atau informasi yang benar berdasarkan tanggapan Humas Polda Jabar dengan menggunakan pendekatan kualitatif karena penelitian ini akan menafsirkan dan menjelaskan suatu fenomena menggunakan kata-kata, tidak bergantung pada sebuah angka. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivisme yang mengungkapkan bahwa pengetahuan manusia terhadap suatu hal merupakan hasil pemaknaan dan kontruksi dirinya sendiri serta tidak dapat digeneralisasikan dengan pemikiran orang lain, dalam hal ini peneliti hanya menguraikan dan menjelaskan secara komprehensif mengenai kondisi sebenarnya dari objek yang diteliti.

Berdasarkan kondisi yang sudah dijelaskan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai pemberitaan hoax yang sedang marak, tepatnya pada media

sosial yang banyak digunakan oleh kalangan masyarakat milenial ini. Pasalnya, Humas Polda Jabar sudah berperan penting dalam menanggapi pemberitaan Hoax, tetapi masih banyak informasi membanjiri suatu media dengan pesan yang salah membuat masyarakat merasa tidak aman, tidak nyaman, dan kebingungan. Sehingga dirumuskan, fokus persoalan dalam penelitian ialah bagaimana Peran Humas Polda Jabar Dalam Menanggapi Pemberitaan Hoax Di Media Sosial.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah ditemukan sebelumnya, maka fokus penelitian dalam penelitian ini yaitu ingin mengetahui “Peran Humas Polda Jabar Dalam Menanggapi Pemberitaan Hoax Di Media Sosial” dengan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan Humas Polda Jabar dalam menanggapi pemberitaan *hoax* di media sosial?
2. Bagaimana pelaksanaan Humas Polda Jabar dalam menanggapi pemberitaan *hoax* di media sosial?
3. Bagaimana perorganisasian Humas Polda Jabar dalam menanggapi pemberitaan *hoax* di media sosial?
4. Bagaimana pengawasan Humas Polda Jabar dalam menanggapi pemberitaan *hoax* di media sosial?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini, ialah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perencanaan Humas Polda Jabar dalam menanggapi pemberitaan *hoax* di media sosial
2. Untuk mengetahui pelaksanaan Humas Polda Jabar dalam menanggapi pemberitaan *hoax* di media sosial
3. Untuk mengetahui perorganisasian Humas Polda Jabar dalam menanggapi pemberitaan *hoax* di media sosial
4. Untuk mengetahui pengawasan Humas Polda Jabar dalam menanggapi pemberitaan *hoax* di media sosial

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini dapat dibedakan dalam dua kategori yaitu, kegunaan secara akademis dan kegunaan secara praktis.

1.4.1 Kegunaan Akademis

Kegunaan akademis yang didapatkan dalam penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi hasanah pengembangan pengetahuan di bidang Ilmu Komunikasi dalam kajian Hubungan Masyarakat khususnya mengenai pemberitaan

hoax di media sosial agar informasi yang di dapat disaring dengan bijak dan dicerna terlebih dahulu sebelum membanjiri media sosial.

2. Penelitian ini juga diharapkan mampu menjadi bahan referensi atau dasar pijakan bagi penelitian yang lebih lanjut mengenai permasalahan-permasalahan serupa.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat memberikan kegunaan, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini menjadi sarana untuk menimba sebuah pengalaman baru dalam mengenal dunia kerja PR dan pemanfaatan media *public relations* dalam sebuah praktek kerja.
2. Bagi instansi terkait (Polda Jabar) dalam penelitian ini agar semakin giat dalam menjalankan Patroli Dunia Maya setidaknya dapat mencegah angka penyebaran berita *hoax* dan berkurangnya masyarakat untuk mengetahui informasi yang belum tentu benar (*hoax*) di media sosial.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama ialah penelitian yang telah dilakukan oleh Ilham Panunggal Jati Darwin mahasiswa Universitas Lampung Bandar Lampung Fakultas Hukum pada tahun 2018 yang berjudul “Peran Kepolisian Dalam

Penyidikan Tindak Pidana Penyebaran Berita Bohong (*Hoax*)”. Penelitian tersebut menjelaskan tentang bagaimana Peran yang dilakukan oleh Polda Lampung dalam penyidikan tindak pidana penyebaran berita bohong (*hoax*) adalah sesuai dengan peranan normatif yaitu sesuai dengan undang-undang Kepolisian Nomor 2 Tahun 2002.

Penelitian kedua ialah penelitian yang dilakukan oleh Maulida Riani mahasiswa Universitas Sumatera Utara Medan Fakultas Hukum pada tahun 2018 yang berjudul “Penegakan Hukum Pidana Terhadap Penyebaran Berita Bohong (*Hoax*) Di Sosial Media”. Penelitian tersebut menjelaskan tentang Penyebaran berita bohong (*hoax*) dapat diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik pada Pasal 45A. Media elektronik yang sangat rentan dan sering digunakan sebagai tempat untuk menyebarkan berita bohong (*hoax*) adalah media sosial, media sosial di internet seperti Facebook, Instagram, LINE, dan Whatsapp, Messenger dll.

Penelitian ketiga ialah penelitian yang dilakukan oleh Dwi Putri Aulia Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Fakultas Dakwah dan Komunikasi 2018 yang berjudul “Memerangi Berita Bohong di Media Sosial”. Penelitian tersebut menjelaskan Strategi yang digunakan dalam memerangi berita bohong adalah dengan menggunakan duta anti *hoax* dan memanfaatkan media sosial sebagai media penyampaian pesan mereka. Media sosial yang digunakan Mapindo sebagai alat untuk menyuarakan perang terhadap *hoax*.

Facebook, Twitter, Instagram, serta website berisikan debunk, imbauan mengenai hoax, serta publikasi acara.

Penelitian keempat ialah penelitian yang dilakukan oleh Christiany Juditha Universitas Medan Area Fakultas Ilmu Komunikasi dengan Jurnal Pekommas, Vol. 3 No. 1, April 2018 yang berjudul “Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya”. Penelitian tersebut menjelaskan tentang bagaimana interaksi komunikasi terbangun dengan sangat dinamis. Pengirim atau penerima pesan hoax merupakan pihak yang tidak menyenangi pemerintah. Penerima pesan lainnya juga pihak yang tidak sepakat dan membantah hoax sebagai dukungan terhadap pemerintah. Hoax yang banyak disebar berulang-ulang melalui media sosial dapat membentuk opini publik bahwa berita tersebut benar adanya. Ada tiga pendekatan penting untuk mengantisipasi penyebaran hoax di masyarakat yaitu pendekatan kelembagaan, teknologi dan literasi.

Penelitian kelima ialah penelitian yang dilakukan oleh M. Ravii Marwan mahasiswa Universitas Gunadarma Fakultas Ilmu Komunikasi dengan Jurnal Vol. 2. No.1 2017 yang berjudul “Analisis Penyebaran Berita Hoax Di Indonesia”. Penelitian tersebut menjelaskan tentang bagaimana kemajuan teknologi yang mudah dan murah menjadi factor penentu dalam mengakses informasi, selain itu para pegiat media sosial agar lebih cerdas dalam menggunakan informasi yaitu pemahaman terhadap literasi media yang umumnya dianggap sebagai sumber kebenaran, serta pentingnya peran pemerintah dalam mengontrol penyebaran berita bohong (hoax) hal ini

sebagai penentu kebijakan hukum seperti yang telah tertuang dalam UU ITE.


Penelitian keenam, peneliti akan menyertakan hasil penelitian ini sebagai bahan perbandingan dengan kelima penelitian terdahulu yang diuraikan diatas, selain itu juga sebagai acuan agar pembaca dapat melihat posisi penelitian ini dengan penelitian lainnya. Penelitian ini berjudul “Peran Humas Polda Jabar dalam Menanggapi Pemberitaan *Hoax* di Media Sosial”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam menanggapi pemberitaan hoax di media sosial dimulai dengan tahapan perencanaan dengan merencanakan Sumber Daya Manusia dan Perlengkapan, merencanakan kegiatan sosialisasi, merencanakan patroli cyber, merencanakan profiling, dan merencanakan laporan informasi. Selanjutnya tahap pengorganisasian Humas Polda Jabar dengan Sub Bidang Kriminal Khusus (Krimsus), pengorganisasian dengan menentukan team dan tugas sesuai keahlian, dan pengorganisasian dengan komunikasi yang baik. Lalu tahap pelaksanaan terdiri dari bentuk kegiatan seperti goes to campus, focus group discussion, kampanye anti hoax, lomba & event, dan silaturahmi kamtibmas. Pelaksanaan bentuk Laporan seperti Laporan A berasal dari Kepolisian dan Laporan B berasal dari masyarakat, dan pelaksanaan penindakan berdasarkan UU ITE pasal 28 ayat 2 dan KUHP pasal 14 dan 15. Dan tahap terakhir tahap pengawasan dengan pengawasan monitoring penyebar berita hoax, pengawasan kinerja team, dan pengawasan bahan evaluasi.

Tabel 1.1

Hasil Penelitian Terdahulu

Nama/ Tahun	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
Ilham Panunggal Jati Darwin/ Fakultas Hukum Universitas Lampung Bandar Lampung 2018	Peran Kepolisian Dalam Penyidikan Tindak Pidana Penyebaran Berita Bohong (<i>Hoax</i>)	Studi deskriptif, kualitatif	Peran yang dilakukan oleh Polda Lampung dalam penyidikan tindak pidana penyebaran berita bohong (<i>hoax</i>) adalah sesuai dengan perananan normatif yaitu sesuai dengan undang-undang Kepolisian Nomor 2 Tahun 2002.
Maulida Riani/ Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara Medan 2018	Penegakan Hukum Pidana Terhadap Penyebaran Berita Bohong (<i>Hoax</i>) Di Sosial Media	Pendekatan normatif menggunakan bahan kepustakaan penelitian	Penyebaran berita bohong (<i>hoax</i>) dapat diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik pada Pasal 45A. Media elektronik yang sangat rentan dan sering digunakan sebagai tempat untuk menyebarkan berita bohong (<i>hoax</i>) adalah media sosial, media sosial di internet seperti Facebook, Instagram, LINE, dan Whatsapp, Messenger dll.
Dwi Putri Aulia/ Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2018	Memerangi Berita Bohong di Media Sosial	Studi Kasus, Kualitatif	Strategi yang digunakan dalam memerangi berita bohong adalah dengan menggunakan duta anti <i>hoax</i> dan memanfaatkan media sosial sebagai media penyampaian pesan mereka. Media sosial yang digunakan Mapindo sebagai alat untuk menyuarakan perang terhadap <i>hoax</i> . Facebook, Twitter, Instagram, serta website berisikan

			debunk, imbauan mengenai hoax, serta publikasi acara.
Christiany Juditha/ Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area Jurnal Pekommas, Vol. 3 No. 1, April 2018: 31-44	Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya	Studi deskriptif, kualitatif	Interaksi komunikasi terbangun dengan sangat dinamis. Pengirim atau penerima pesan hoax merupakan pihak yang tidak menyenangkan pemerintah. Penerima pesan lainnya juga pihak yang tidak sepakat dan membantah hoax sebagai dukungan terhadap pemerintah. Hoax yang banyak disebar berulang-ulang melalui media sosial dapat membentuk opini publik bahwa berita tersebut benar adanya. Ada tiga pendekatan penting untuk mengantisipasi penyebaran hoax di masyarakat yaitu pendekatan kelembagaan, teknologi dan literasi.
M. Ravii Marwan/ Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma 2017 Vol. 2. No.1	Analisis Penyebaran Berita <i>Hoax</i> Di Indonesia	Studi deskriptif, kualitatif	Kemajuan teknologi yang mudah dan murah menjadi factor penentu dalam mengakses informasi, selain itu para pegiat media sosial agar lebih cerdas dalam menggunakan informasi yaitu pemahaman terhadap literasi media yang umumnya dianggap sebagai sumber kebenaran, serta pentingnya peran pemerintah dalam mengontrol penyebaran berita bohong (hoax) hal ini sebagai penentu kebijakan hukum seperti yang telah tertuang dalam UU ITE.
Georgina Citra Lestari. Fakultas Dakwah dan	Peran Humas Polda Jabar dalam Menanggapi	Studi Deskriptif, Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam menanggapi pemberitaan <i>hoax</i> di media sosial dimulai

<p>Komunikasi 2019</p>	<p>Pemberitaan <i>Hoax</i> di Media Sosial</p>		<p>dengan tahapan perencanaan dengan merencanakan Sumber Daya Manusia dan Perlengkapan, merencanakan kegiatan sosialisasi, merencanakan <i>patroli cyber</i>, merencanakan <i>profiling</i>, dan merencanakan laporan informasi. Selanjutnya tahap pengorganisasian Humas Polda Jabar dengan Sub Bidang Kriminal Khusus (Krimsus), pengorganisasian dengan menentukan team dan tugas sesuai keahlian, dan pengorganisasian dengan komunikasi yang baik. Lalu tahap pelaksanaan terdiri dari bentuk kegiatan seperti <i>goes to campus</i>, <i>focus group discussion</i>, kampanye anti <i>hoax</i>, lomba & event, dan silaturahmi kamtibmas. Pelaksanaan bentuk Laporan seperti Laporan A berasal dari Kepolisian dan Laporan B berasal dari masyarakat, dan pelaksanaan penindakan berdasarkan UU ITE pasal 28 ayat 2 dan KUHP pasal 14 dan 15. Dan tahap terakhir tahap pengawasan dengan pengawasan monitoring penyebar berita <i>hoax</i>, pengawasan kinerja team, dan pengawasan bahan evaluasi.</p>
----------------------------	--	--	--

1.5.2 Landasan Teoritis

Konsep POAC (*Planing, Organizing, Actuating, Controlling*)

Public Relations saling berkaitan dengan manajemen, karena *Public Relations* sesungguhnya sebagai alat manajemen modern secara struktural merupakan bagian dari integral perusahaan *Public Relations* memiliki fungsi terpisah dari fungsi perusahaan/lembaga tersebut alias bersifat melekat pada manajemen perusahaan. *Public Relations* dapat menyelenggarakan komunikasi dua arah timbal balik antara perusahaan/lembaga yang di wakilinya dengan publiknya.

Menurut Ruslan (2012: 24) peranan umum *Public Relations* dalam manajemen suatu organisasi/perusahaan itu terlihat dengan adanya beberapa aktivitas pokok kehumasan. Aktivitas pokok tersebut yaitu mengevaluasi sikap atau opini publik, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur organisasi/perusahaan dengan kepentingan publiknya, merencanakan dan melakukan penggiatan aktivitas *Public Relations*.

Manajemen dan *Public Relations* saling berkaitan konsepsi, sistem dan aplikasinya di lapangan praktik. Selain itu juga, manajemen dan *Public Relations* saling berkaitan dengan motivator suatu proses pekerjaan dan fungsi manajemen *Public Relations* dalam suatu organisasi/perusahaan.

Jika ditelusuri, konsep POAC ini berakar dari karya pemikiran George R.Terry. Diantara begitu banyak pemikiran tentang manajemen, pemikiran Terry yang di ketengahkan, sebab dianggap salah satu yang paling jelas. Karenanya banyak dikutip dan dijadikan dasar untuk

penerapan, baik dalam hubungannya dengan jenis organisasi maupun dengan sistem pemerintahan dimana organisasi itu berada

POAC merupakan sub-aktivitas yang masing-masing merupakan fungsi fundamental. Keempat sub-aktivitas itu lebih lanjut Effendy (2009:5) yaitu *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuating* (Pelaksanaan) dan *Controlling* (Pengawasan).

1. *Planning* (Perencanaan)

George R. Terry dalam bukunya *Principles of Management* (Sukarna, 2011: 10) menjelaskan bahwa perencanaan adalah memilih fakta dan penghubungan fakta-fakta serta pembuatan dan penggunaan perkiraan-perkiraan atau asumsi-asumsi untuk masa yang akan datang dengan jalan menggambarkan dan merumuskan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan.

2. *Organizing* (Pengorganisasian)

Pengorganisasian tidak dapat diwujudkan tanpa ada hubungan dengan yang lain dan tanpa menetapkan tugas-tugas tertentu untuk masing-masing unit. George R. Terry dalam bukunya *Principles of Management* (Sukarna, 2011: 38) menjelaskan bahwa pengorganisasian ialah penentuan, pengelompokkan, dan penyusunan macam-macam kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan, penempatan orang-orang (pegawai), terhadap kegiatan-kegiatan ini, penyediaan faktor-faktor fisik yang cocok bagi keperluan kerja dan penunjukkan hubungan wewenang,

yang dilimpahkan terhadap setiap orang dalam hubungannya dengan pelaksanaan setiap kegiatan yang diharapkan.

3. *Actuating* (Pelaksanaan)

Menurut George R. Terry dalam bukunya *Principles of Management* (Sukarna, 2011: 82) mengatakan bahwa pelaksanaan adalah membangkitkan dan mendorong semua anggota kelompok agar supaya berkehendak dan berusaha dengan keras untuk mencapai tujuan dengan ikhlas serta serasi dengan perencanaan dan usaha-usaha pengorganisasian dari pihak pimpinan.

4. *Controlling* (Pengawasan)

Control mempunyai peranan atau kedudukan yang penting sekali dalam manajemen, mengingat mempunyai fungsi untuk menguji apakah pelaksanaan kerja teratur, tertib, terarah atau tidak. Walaupun *planning, organizing, actuating* baik, tetapi apabila pelaksanaan kerja tidak teratur, tertib dan terarah, maka tujuan yang telah ditetapkan tidak akan tercapai. Dengan demikian *control* mempunyai fungsi untuk mengawasi segala kegiatan agar tertuju kepada sasaran, sehingga tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai, untuk melengkapi pengertian diatas, menurut George R. Terry (Sukarna, 2011: 110) mengemukakan bahwa pengawasan dapat dirumuskan sebagai proses penentuan apa yang harus dicapai yaitu *standard*, apa yang sedang dilakukan yaitu pelaksanaan, menilai pelaksanaan, dan bilaman perlu melakukan

perbaikan-perbaikan, sehingga pelaksanaan sesuai dengan rencana, yaitu selaras dengan *standard* (ukuran).

1.5.3 Kerangka Konseptual

Media Sosial

Media sosial merupakan cikal bakal perkembangan teknologi internet. Banyak ahli yang mengatakan media sosial merupakan media yang tepat untuk menjangkau publik yang luas dengan harga yang tidak terlalu mahal. Begitu pula dengan *Public Relations* saat ini, PR setuju bahwa media sosial/ internet merupakan hal yang mempengaruhi publik dengan mudah. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki forum dan dunia virtual. Blog jejaring sosial, dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Kaplan dan Haenlein (2010:59) mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun diatas dasar ideology dan teknologi web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *usergenerated content*.

Menurut Presiden Joko Widodo dalam *Tempo.co*, ada perbedaan mendasar antara media massa yang merupakan media arus utama atau media *mainsteam* dengan pemberitaan di media sosial. Menurutnya, media sosial cenderung lebih mudah menyebarkan pemberitaan bohong (*hoax*)

ketimbang media arus utama. Namun juga menurut Jokowi, permasalahan seperti ini merupakan fenomena yang terjadi di setiap Negara yang sebenarnya bisa mendewasakan masyarakat serta bisa menguatkan bangsa Indonesia jika melewati tantangan seperti ini.

Jenis- Jenis Hoax

Hoax merupakan suatu pemberitaan atau pernyataan yang tidak sesuai faktanya dan tidak sesuai apa yang sedang terjadi, bisa juga dikatakan berita bohong. *Hoax* berkembang karena banyaknya masyarakat Indonesia yang kurang bertanggung jawab dalam bermedia sosial, dan ingin menjadi orang pertama dalam menyebarkan berita. Selaras dengan yang diungkapkan Juliswara 2017 bahwasanya pemberitaan *hoax* disebarkan oleh situs situs yang tidak jelas. Selama informasi bohong atau *hoax* masih tersebar, akan terus memecah belah publik. Oleh karena itu *hoax* sangat berpengaruh terhadap publik, disebabkan teknologi semakin maju tetapi pengguna media kurang kontrol dalam mengakses suatu informasi. Jenis-jenis *hoax* diantaranya:

1. *Hoax proper*

Hoax proper adalah berita bohong yang dibuat secara sengaja. Berita itu bohong dan bermaksud untuk menipu orang bahkan yang membuat beritanya tahu akan hal ini.

2. Judul heboh tapi berbeda dengan isi berita

Kebiasaan buruk banyak netizen adalah hanya membaca headline berita tanpa membaca isinya. Banyak beredar artikel yang isinya benar tapi diberi judul yang heboh dan provokatif yang sebenarnya tidak sama dengan isi artikelnya.

3. Berita benar dalam konteks menyesatkan

Kadang-kadang berita benar yang sudah lama diterbitkan bisa beredar lagi di sosial media. Ini membuat kesan bahwa berita itu baru terjadi dan bisa menyesatkan orang yang tidak mengecek kembali tanggalnya.

4. *Hoax* yang dibuat untuk hiburan

Dibuat kerap meraup keuntungan dengan mengundang *clickbait*, informasi seperti ini dibuat dengan melintir berita atau informasi sehingga seolah betul-betul terjadi. Bentuknya bisa berupa meme, pesan berantai atau infografis.

1.6 Langkah- langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Kepolisian Daerah Jawa Barat (Polda Jabar) yang beralamat di Jl. Soekarno Hatta No. 748, Bandung, Jawa Barat. Pada lokasi penelitian tersebut terdapat adanya ketersediaan sumber data sebagai landasan untuk melakukan penelitian ini. Alasan memilih lokasi ini peneliti ingin mengetahui lebih dalam mengenai bagaimana peran Humas Polda Jabar dalam menanggapi pemberitaan hoax yang sedang marak, tepatnya pada media sosial yang banyak digunakan oleh kalangan

masyarakat. Pasalnya, Humas Polda Jabar sudah berperan penting dalam menanggapi pemberitaan *Hoax*, tetapi masih banyak informasi membanjiri suatu media dengan pesan yang salah membuat masyarakat merasa tidak aman, tidak nyaman, dan kebingungan. Dengan demikian peneliti akan membantu publik dan mencari solusi agar publik mendapatkan informasi yang benar bersama Tim Patroli Dunia Maya Polda Jabar dengan mendapatkan dan mengetahui data yang objektif langsung dari humas, ataupun anggota kepolisian Polda Jabar.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

1. Paradigma Penelitian

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme yang mengungkapkan bahwa pengetahuan manusia terhadap suatu hal merupakan hasil pemaknaan dan konstruksi dirinya sendiri serta tidak dapat digeneralisasikan dengan pemikiran orang lain, dalam hal ini peneliti hanya menguraikan dan menjelaskan secara komprehensif mengenai gejala-gejala sosial yang diambil berdasarkan realitas sosial. Dan yang jelas konstruktivisme ini lebih spesifik karena data yang diambil itu berdasarkan realitas sosial yang diamati.

Para peneliti konstruktivisme mempelajari beragam realita yang terkonstruksi oleh individu dan implikasi dari konstruksi tersebut bagi kehidupan mereka dengan yang lain. Dalam konstruktivis, setiap individu

memiliki pengalaman yang unik. Dengan demikian, penelitian dengan strategi seperti ini menyarankan bahwa setiap cara yang diambil individu dalam memandang dunia adalah valid, dan perlu adanya rasa menghargai atas pandangan tersebut (Hidayat: 2003).

Dalam penelitian ini, paradigma konstruktivisme digunakan untuk melihat pemberitaan *hoax* di media sosial berdasarkan tanggapan Humas Polda Jabar.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang memungkinkan seorang peneliti untuk menginterpretasikan dan menjelaskan suatu fenomena secara holistik dengan menggunakan kata-kata, tanpa harus bergantung pada sebuah angka. Metodologi kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh). Jadi tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan (Bodgan & Taylor dalam Lexy J. Moelong, 2011:154)

Pendekatan kualitatif menekankan pada makna, penalaran, definisi suatu situasi tertentu (dalam konteks tertentu), lebih banyak meneliti hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari. Pendekatan kualitatif, lebih lanjut mementingkan proses dibandingkan dengan hasil akhir. Oleh

karena itu urutan-urutan kegiatan dapat berubah sewaktu-waktu tergantung pada kondisi dan banyaknya gejala-gejala yang ditemukan. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu secara holistik (utuh).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan dan menginterpretasikan fenomena pemberitaan *hoax* di media sosial sebagai medium penyebaran informasi kepada masyarakat.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode adalah aspek yang sangat penting dan besar pengaruhnya terhadap berhasil tidaknya suatu penelitian, terutama untuk mengumpulkan data. Sebab data yang diperoleh dalam suatu penelitian merupakan gambaran dari obyek penelitian. Metode yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif. Metode analisis deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan sesuatu, misalnya kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang berkembang, proses yang

sedang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi, atau tentang kecendrungan yang tengah berlangsung.

Ciri metode deskriptif ialah lebih menitik beratkan pada observasi dan suasana alamiah. Peneliti bertindak sebagai pengamat. Misalnya membuat kategori perilaku, mengamati gejala, dan mencatatnya dalam buku observasi (Rakhmat, 2001:25). Begitu pula rancangan penelitian ini, berusaha menggambarkan pemanfaatan media sosial sebagai media dalam menyebarkan berita atau informasi yang benar, berdasarkan Humas Polda Jabar dalam menanggapi fenomena tersebut, dalam upaya mendorong opini positif kepada masyarakat agar dapat mencermati berita hoax, sehingga informasi palsu itu tidak menyebar.

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh secara langsung dari Humas Polda Jabar beserta jajarannya, jenis data yang digunakan ini sebagai berikut:

- a. Data tentang perencanaan Humas Polda Jabar dalam menanggapi pemberitaan hoax di media sosial.
- b. Data tentang pelaksanaan Humas Polda Jabar dalam menanggapi pemberitaan hoax di media sosial.

- c. Data tentang pengorganisasian Humas Polda Jabar dalam menanggapi pemberitaan hoax di media sosial.
- d. Data tentang pengawasan Humas Polda Jabar dalam menanggapi pemberitaan hoax di media sosial.

2. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan informasi yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumbernya (Sutrisno, 2000). Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada responden dan informan, yaitu admin (pengelola) media sosial Polda Jabar, Sub Bidang Multimedia dan Sub Bidang Krimsus yang mengelola cybercrime. Data yang didapatkan berupa identitas dan persepsi atau pendapat responden terkait peran Humas Polda Jabar dalam menanggapi pemberitaan *hoax* di media sosial.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung, baik berupa keterangan maupun literatur yang ada hubungannya dengan penelitian yang sifatnya melengkapi atau mendukung data primer. Adapun sumber yang menjadi rujukan di data sukunder adalah dokumen-dokumen Humas Polda Jabar mengenai pemberitaan *hoax*, data laporan penyebar *hoax* di media sosial Humas Polda Jabar, dll.

1.6.5 Penentuan Informan

1. Informan

Penelitian yang akan diteliti ini menggunakan informan untuk menjadi subjek penelitian, yang merupakan orang atau pelaku yang benar-benar mengetahui dan menguasai serta terlibat langsung dengan fokus penelitian. Peneliti menentukan informan ialah publik internal atau pegawai Humas Polda Jabar, baik yang berkedudukan sebagai staff, kepala sub bidang, atau lain sebagainya yang berada dalam cakupan Humas Polda Jabar.

2. Teknik Penentuan Informan

Dalam menentukan informan, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu peneliti sengaja menentukan informannya sendiri berdasarkan pertimbangan tertentu dan berdasarkan kriteria sampel yang akan diteliti. Teknik pengambilan sampel berdasarkan penilaian peneliti mengenai siapa saja yang dirasa sesuai. *Purposive sampling* merupakan cara menentukan informan yang ditetapkan secara sengaja atas dasar kriteria dan pertimbangan tertentu, dan menurut peneliti dapat memberikan informasi dengan jelas (Sugiyono 2011: 53-54).

Menurut Spreadley dan Faisal (1990: 60), agar memperoleh informasi yang lebih terbukti, terdapat beberapa kriteria yang perlu dipertimbangkan yakni :

- a. Subyek yang lama dan intensif dengan suatu kegiatan atau aktivitas yang menjadi sasaran atau perhatian penelitian;
- b. Subyek yang masih terkait secara penuh dan aktif pada lingkungan atau kegiatan yang menjadi sasaran atau perhatian penelitian;
- c. Subyek yang mempunyai cukup banyak informasi, banyak waktu dan kesempatan untuk dimintai keterangan;
- d. Subyek yang berada atau tinggal pada sasaran yang mendapat perlakuan yang mengetahui kejadian tersebut.

Kriteria yang ditentukan oleh penulis dalam menentukan informan berdasarkan pertimbangan di atas, yaitu:

- a. Kepala Sub Bidang Multimedia Humas Polda Jabar
- b. Admin (pengelola) akun media sosial Humas Polda Jabar
- c. Sub Bidang krimsus yang menangani kasus cybercrime

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik yang digunakan untuk menghimpun data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data dalam metode survey melalui daftar pertanyaan yang diajukan secara lisan terhadap responden (subjek). Biasanya data yang dikumpulkan bersifat kompleks, sensitif, dan kontroversial sehingga menyebabkan kurang

mendapat respon dari subjeknya, apa lagi kalau responden tidak dapat membaca dan menulis atau kurang memahami daftar pertanyaan yang diajukan tersebut (Ruslan, 2010: 23)

Wawancara dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan secara lisan kepada kepala/ jajaran Divisi Humas Polda Jabar beserta stafnya. Tujuan dari wawancara tersebut untuk memperoleh data tentang peran Humas Polda Jabar dalam menanggapi pemberitaan *hoax* di media sosial, karena wawancara merupakan teknik yang paling utama untuk mengumpulkan data dalam penelitian kualitatif. Sekali itu, wawancara dilakukan dengan maksud untuk mengungkap fakta dan data yang terjadi langsung dilokasi penelitian. Hasil wawancara mengacu kepada pedoman yang dapat dilihat pada lampiran.

2. Observasi

Observasi diartikan sebagai suatu cara untuk mengadakan penelitian dengan jalan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang diteliti. Penelitian ini melakukan pengamatan nonpartisipan, melakukan observasi pengumpulan data dan informasi tanpa melibatkan diri, atau tidak menjadi bagian dari lingkungan sosial/ organisasi yang diamati (Ruslan, 2010: 36). Observasi pada penelitian ini dilakukan untuk melihat peran Humas Polda Jabar dalam menanggapi pemberitaan *hoax* di media sosial, dimana peneliti tidak terlibat langsung dengan aktivitas yang sedang diamati dan hanya sebagai pengamat independen.

Hasil dari observasi ini peneliti mengamati dari situs resmi/ akun media sosial Humas Polda Jabar yang berkaitan dengan *hoax*, mengenai aktifitas atau pelaksanaan Humas Polda Jabar dalam menanggapi pemberitaan *hoax* melalui akun media sosialnya.

1.6.7 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan setelah data terkumpul. Analisis data merupakan proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola kategori satuan uraian dasar sehingga dapat di temukan tema, maka dalam penelitian ini analisis data yang dilakukan menggunakan analisis data kualitatif.

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluuh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari observasi dan wawancara. Setelah dibaca, dipelajari dan ditelaah, maka langkah berikutnya mengadakan reduksi data yang dilakukan dengan cara membuat abstraksi. Langkah berikutnya adalah menyusun dalam satuan-satuan itu kemudian dikategorisasikan pada langkah berikutnya, tahapan akhir dari analisis data adalah mengambil kesimpulan (Milles M.B & Huberman A.M, 1984: 115)

Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis data yaitu sebagai berikut :

1. Reduksi data, sebagai suatu proses pemilihan, pemutaran, perhatian, penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan lapangan (Miles dan Huberman, 2009:16-

21), sehingga data tersebut memberi gambaran yang lebih jelas tentang hasil observasi dan wawancara mengenai peran Humas Polda Jabar dalam menanggapi pemberitaan *hoax* di media sosial. Peneliti menyajikan hasil reduksi atas setiap data yang ditemukan selama penelitian pada bagian **Gambaran Umum Hasil Penelitian dan Pembahasan** di bab 3 antara halaman 56-124.

2. Penyajian data, yaitu sekumpulan informasi tersusun memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dilakukan dalam uraian singkat, bagan, tabel, grafik, pictogram, dan sejenisnya (Miles dan Huberman, 2009:16-21), Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan sehingga dapat mudah dipahami bagaimana peran Humas Polda Jabar dalam menanggapi pemberitaan *hoax* di media sosial. Penyajian data disajikan pada bagian **Gambaran Umum Hasil Penelitian dan Pembahasan** di bab 3 antara halaman 56-124.
3. Kesimpulan, peneliti membuat kesimpulan berdasarkan data yang telah diproses melalui reduksi data dan penyajian data. Penarikan kesimpulan berdasarkan data yang dikemukakan bersifat sementara dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. (Miles dan Huberman, 2009:16-21). Peneliti akan menarik kesimpulan penelitian setelah melakukan reduksi atas data yang mempunyai bukti yang kuat.

Adapun bukti atas data yang ditemukan peneliti pada bagian simpulan halaman 125-126, dan dilampirkan pada lembar lampiran.

1.6.8 Rencana Jadwal Penelitian

Tabel 1.2
Rencana Jadwal Penelitian

Daftar Kegiatan	Nov 2018	Des 2018	Jan 2019	Feb 2019	Mar 2019	Apr 2019	Mei 2019
Pengumpulan Data Proposal Penelitian							
Penyusunan Proposal Penelitian							
Bimbingan Proposal Penelitian							
Sidang Usulan Penelitian							
Revisi Usulan Penelitian							
Bimbingan Skripsi							
Pelaksanaan Penelitian							
Analisis dan Pengolahan Data							
Penulisan Laporan							
Bimbingan Skripsi							

Bimbingan Akhir Skripsi							
Sidang Skripsi							
Revisi Skripsi							

