

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai “Strategi Komunikasi Dinas Kominfo Kab. Gorontalo Dalam Mengatasi Penyebaran Informasi *Hoax* Di Media Sosial Facebook,” yang telah diuraikan oleh peneliti dibab-bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan yang ditemukan dalam penelitian. diantaranya yaitu:

1. Khalayak/masyarakat kabupaten Gorontalo merupakan tipe masyarakat yang dalam menerima informasi yang beredar hanya mau mendengar apa yang mereka ingin dengar.
2. Dinas KOMINFO menyusun pesan dengan tema yang menarik dan kekinian seperti salah satu hal yang dilakukan saat melakukan sosialisasi dengan memilih tema ”cara berinternet sehat”.
3. Bahwa dalam mengatasi penyebaran Informasi *hoax* di Media Sosial Facebook Dinas Kominfo fokus menggunakan dua startegi komunikasi yaitu:
 - a. Melakukan Sosialisasi, dimana Dinas Kominfo turun ke masyarakat dan ke sekolah-sekolah untuk memberikan pemahaman mengenai cara berinternet yang sehat yaitu supaya masyarakat dan siswa-siswi tidak terjerumus kedalam bahaya

penyebaran berita *hoax* di Media Sosial terutama facebook, dan juga melakukan sosialisasi di akun Facebook Kominfo Kabupaten Gorontalo dengan menyajikan data-data untuk masyarakat ketahui bahwa informasi mana saja yang termasuk kedalam kategori berita *hoax*.

b. Membentuk Satgas Anti *Hoax*, yang mana anggotanya tersebut dipilih berdasarkan dari saran para tokoh masyarakat sekitar, dan salah satu tujuannya yaitu untuk membantu pemerintah pusat dalam meminimalisir penyebaran berita *hoax* di Media Sosial yang tersebar di daerah daerah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Peneliti mengenai strategi komunikasi Dinas Kominfo dalam mengatasi penyebaran Informasi *Hoax* di Media Sosial Facebook. Maka Peneliti memberikan saran yang diharapkan dapat dijadikan pertimbangan baik bagi bagi Dinas KOMINFO itu sendiri, yakni antara lain:

1. Harusnya Masyarakat mau mengelola setiap informasi yang di dengar, baik itu informasi positif maupun negative, jika informasi tersebut negative maka harus di kroscek kembali sebelum di sebar luaskan.
2. Sebaiknya supaya pesan yang di sampaikan bisa maksimal maka dinas KOMINFO harusnya mampu melakukan sosialisasi secara terus menerus melalui media internet atau melalui sms gateway dan lainnya.

3. Langkah yang dilakukan oleh Dinas Kominfo Kab. Gorontalo merupakan langkah kecil yang bisa berdampak besar bagi lalu lintas informasi dunia maya dan apa yang dilakukan mereka sudah luar biasa sehingga penulis hanya bisa menyarankan Dinas Kominfo Kab. Gorontalo untuk lebih serius dan terus menebarkan semangat positif di masyarakat untuk terus memerangi virus *hoax*, juga mampu membuat daftar Informasi Hoax Lokal yang telah ditangani, karena sejauh ini media sosial Facebook milik Dinas Kominfo kabupaten Gorontalo sangat aktif tapi belum ada daftar hoax lokalnya.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

Abidin, Yusuf Zaenal. 2015. *Manajemen Komunikasi (Filosofi, Konsep, dan Aplikasi)*. Bandung: Pustaka Setia

Arifin Anwar. 1982. *Strategi Komunikasi Suatu Pengantar Ringkas*. Bandung: Armico

Brent D. Ruben dan Lea P. Stewart. 2013. *Komunikasi dan Perilaku Manusia., terj. Ibnu Hamad*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Cangara Hafied. 2013. *Perencanaan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Dr. Ismail Nurdin. 2015. *Budaya organisasi konsep, teori, dan implementasi*. Malang : Penerbit Universitas Brawijaya Press (hal 56)

Efendy, Onong Uchana. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya

Hamidi. 2017. *Teori Komunikasi Dan Strategi Dakwah*. Malang:UMM Pres

Kietzmann, J. H. (2011). *Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Block of Social Media*. Business Horizon, 241-251.

Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif* . Bandung : PT Remaja Rosdakarya Offset.

Soekanto, Soerjono. 2010. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers

Yuhefizar, Mooduto, & Hidayat, R. (2009). *Cara Mudah Membangun Website Interaktif Menggunakan Content Management System Joomla Edisi Revisi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo

JURNAL :

Ade Novianti. 2017. *Pola Dan Jaringan Komunikasi Tentang Pengangkatan Anak Secara Adat Pepadun Di Kabupaten Lampung Tengah*, Skripsi IlmuKomunikasi, Universitas Lampung:

Atmadi, Widati, S. R. W. 2015. *Strategi pemilihan media komunikasi LPPOM MUI dalam sosialisasi & promosi produk halal di Indonesia*. Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial, 2(2), 87-97.

Anisrullah. 2018. *Strategi Komunikasi PT. Aceh Media Grafika dalam Menjalankan Bisnis Media Massa*. Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Aceh. hal. 26

Budiman, A. 2017. *Berita bohong (hoax) di media sosial dan pembentukan opini publik*. Majalah Info Singkat Pemerintahan Dalam Negeri Isu Aktual,

Dedi Rianto Rahadi. 2017. *Perilaku Penggunaan dan Informasi Hoax Di Media Sosial*. Jurnal Universitas Merdeka, Malang. Volume 5, Nomor 1,

SUMBER LAINNYA :

Bisnis.com, di akses pada tanggal 19 bulan Agustus pukul 04:00 AM.
<https://surabaya.bisnis.com/read/20180914/105/838292/javascript>

Detiknews, di akses pada tanggal 17 bulan september Pukul 11:49 PM.
<https://news.detik.com/berita/d-4368351/62-hoax-pemilu-2019-teridentifikasi-kominfo-ini-daftarnya>

kabar berita dinas kominfo pusat, di akses pada 18 agustus pukul 00:43 AM.
https://kominfo.go.id/content/detail/18440/temuan-kominfo-hoax-paling-banyak-beredar-di-april-2019/0/sorotan_media

kabar berita dinas kominfo pusat, di akses pada 18 agustus, pukul 01:11 AM.
https://kominfo.go.id/content/detail/8790/melawan-hoax/0/sorotan_media

Kompasiana, di akses pada tanggal 19 bulan agustus, pukul 02:28 AM.
<https://www.kompasiana.com/wenynoviasuryani01/593101bbca23bddf4ce89452/dampak-negatif-dan-jejaring-sosial-penyebaran-berita-hoax-dan-provokatif?page=all>