

BAB 1

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Dinamika kehidupan masyarakat mengalami perkembangan yang sangat pesat. Akulturasi budaya dengan sentuhan teknologi informasi merupakan fenomena pendorong perubahan tersebut. Kebebasan personal dalam menyampaikan ide, kritik, saran dan bahkan “hujatan” sering dijumpai setiap jam dan hari melalui berbagai varian media yang digunakan. Situasi yang dihadapi masyarakat Indonesia saat ini menuntut adanya sikap adaptif serta tanggung jawab dari pemerintah. Media sosial kini memiliki peran yang signifikan bagi masyarakat, terutama dalam hal bertukar maupun mencari informasi yang dianggap lebih cepat, mudah, dan efektif. Saat ini, media sosial telah dimanfaatkan untuk berbagai keperluan komunikasi dan digunakan oleh berbagai pihak, termasuk organisasi, perusahaan, pemerintah, serta lembaga sosial masyarakat. Hal ini seiring dengan perkembangan sebuah jaringan internet yang telah masuk kedalam salah satu bagian dari kehidupan masyarakat salah satu bentuk perkembangan teknologi informasi ialah munculnya media sosial (*Social Media*). (Nasrullah,2015) menjelaskan media sosial ialah medium di internet yang memungkinkan penggunanya untuk mempresentasikan diri baik itu dalam bentuk interaksi, bekerjasama, berbagi, maupun berkomunikasi dengan pengguna lainnya dan membentuk ikatan sosial virtual. Beberapa media sosial yang berkembang saat ini telah melahirkan gaya hidup baru dalam kehidupan sosial bermasyarakat. Dengan menggunakan media sosial, seseorang dapat menjalin pertemanan dan saling berinteraksi dengan siapapun, kapanpun, dan di mana saja (Mansyur, 2016).

Media sosial kini sudah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat khususnya generasi milenial (Komariah, 2019). Berbagai manfaat dari media sosial menjadikan alasan jika semua orang menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi dan sudah menjadi kebutuhan primer masyarakat. Sehingga membuat keberadaan media sosial semakin digemari oleh kalangan masyarakat baik anak-anak, orang dewasa bahkan sampai kaum lanjut usia. Penggunaan media sosial oleh organisasi maupun instansi

pemerintah memiliki peran yang sangat penting. Bagi organisasi atau instansi pemerintahan, media sosial menjadi salah satu sarana untuk menyebarkan informasi positif secara lebih luas, sekaligus mempromosikan program, kegiatan, serta kinerja masing-masing. Dengan demikian, media sosial dapat membantu membentuk opini dan persepsi yang baik di masyarakat. Secara nyata, media sosial telah membawa perubahan besar dalam kehidupan sosial masyarakat di berbagai lapisan. Perubahan serta perkembangan dalam masyarakat pada dasarnya diperlukan untuk menjaga dinamika sosial, sementara meningkatnya kebutuhan akan informasi mendorong media untuk terus berkembang dalam berbagai bentuk dan fungsi. Sebagaimana diketahui, media sosial merupakan salah satu platform online yang memungkinkan penggunaannya untuk berkomunikasi, membangun jaringan pertemanan, serta mencari berbagai informasi. Beragam fitur dan aplikasi yang tersedia, seperti Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram, dan lainnya, semakin mempermudah akses serta interaksi dalam dunia digital. (Suyanto, 2018).

Media sosial menurut (Hidayatullah, 2020) adalah platform atau layanan daring yang memungkinkan penggunaannya untuk mengakses, mengikuti, serta berpartisipasi dalam pembuatan, pengomentaran, dan penyebaran berbagai konten dalam beragam format, seperti teks, gambar, video, dan foto. Saat ini, media sosial telah menjadi salah satu sarana utama bagi masyarakat, termasuk mahasiswa, dalam memperoleh informasi dan berinteraksi secara luas. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial paling populer di dunia, tidak hanya dimanfaatkan untuk berbagi momen pribadi, tetapi juga menjadi sumber berita dan informasi bagi jutaan penggunaannya. Namun, dibalik kemudahan serta kecepatan dalam mengakses informasi yang ditawarkan oleh Instagram, terdapat tantangan besar, salah satunya adalah maraknya penyebaran berita *hoak*. (Mafulla, 2021). Instagram yang digunakan oleh para penggunaannya sebagai media sosial dengan fungsi membagikan informasi berupa gambar, foto, video dan caption karena itu Instagram dikategorikan sebagai media sosial yang dilahirkan oleh Kevin Systrom dan Mike Kriger pada 06 oktober 2010. Kehadiran Instagram menjadi salah satu media online yang paling disukai oleh masyarakat karena didalamnya terdapat berbagai

macam informasi, foto dan video yang menarik dan unik mulai dari berita-berita yang sedang viral, konten edukasi, konten hiburan, konten agama, dan masih banyak lagi (Riyanto, 2022).

Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang memunculkan persoalan baru bagi mereka yang menyebarkan dan mendapatkan informasi yang kredibel dan terpercaya. Pengguna sosial media diuntut untuk lebih selektif dan memahami cara-cara melindungi diri, keluarga dan lingkungan sekitar dengan tepat dalam hal mengola pikiran, tindakan dan perasaan dalam bersosial media. Dalam penelitian ini, Instagram dipilih sebagai objek penelitian berdasarkan beberapa pertimbangan. Sejak diluncurkan pada tahun 2010, pertumbuhan Instagram sebagai media sosial berkembang dengan sangat pesat. Menurut (Adi & Hidayat, 2017) sekitar 45 juta pengguna di Indonesia secara aktif menggunakan Instagram, menjadikan Indonesia sebagai komunitas Instagram terbesar di Asia Pasifik dan salah satu negara dengan jumlah pengguna terbesar di dunia dari total 700 juta pengguna aktif setiap bulan. Padahal, pada awal tahun 2016, jumlah pengguna aktifnya hanya mencapai 22 juta. Saat ini, Instagram tidak hanya dimanfaatkan oleh individu, tetapi juga digunakan oleh kelompok, komunitas, organisasi, perusahaan, bahkan instansi pemerintahan. Menurut Direktorat Jenderal informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika (2018:11-15). Instagram juga salah satu platform media sosial yang tepat untuk digunakan sebagai publikasi. Instagram juga dinilai memiliki fitur serta penyajian visual yang lebih menarik dan banyak dibandingkan platform lain. Fitur-fitur Instagram terdiri dari fitur kamera, *profile*, *reals*, *caption*, *tag and hashtag*, *highlight*, *instagram shopping*, *Instagram story*, *Instagram live* dan masih banyak lagi (Abidin & Soegiarto, 2021). Instagram pun memiliki potensi pada komunitas *influencer* yang memungkinkan semua orang bisa menjadi terkenal melalui media sosial. Selain memiliki cakupan *audience* yang cukup tinggi, Instagram juga memiliki salah satu fitur yang memudahkan penggunaannya untuk mencari video ataupun foto yaitu menggunakan fitur *hashtag*. Dengan fitur-fitur tersebut menjadikan kekuatan atau *strength* bagi platform ini (Maharani & Djuwita, 2020).

Oleh karena itu dalam kehidupan sehari-hari, pasti sering berinteraksi dengan media sosial. Sering mengakses berbagai jenis informasi dari internet, majalah, dan televisi. Apalagi, di era digital dengan internet yang mudah diakses saat ini, informasi baru juga mudah diakses oleh semua orang. Menurut data dari Websindo.com pada Januari 2019, terdapat sekitar 150 juta pengguna internet aktif di Indonesia dari total populasi 268,2 juta jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa sekitar 56% penduduk Indonesia telah menggunakan internet. Selain itu, hampir seluruh pengguna internet juga merupakan pengguna aktif media sosial, dengan jumlah mencapai 56% dari total populasi. Dengan kata lain, lebih dari setengah penduduk Indonesia telah memanfaatkan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Saat ini, penggunaan media sosial semakin berkembang pesat, salah satunya adalah Instagram, yang menjadi salah satu platform yang banyak digunakan. (Amira & Nurhayati, 2019).

Media sosial Instagram merupakan salah satu media yang sangat berpengaruh dewasa dikarenakan hampir sebagian masyarakat menggunakan kegiatannya masing-masing. Melalui Instagram penyebaran informasi berjalan sangat cepat yang dapat menimbulkan rasa khawatir dari pengguna dalam menyaring suatu informasi untuk menghindari berita-berita *hoax*. Instagram merupakan salah satu media sosial yang digunakan sebagai sumber banyaknya berita *hoax* yang beredar di masyarakat yang dilakukan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab serta digunakan untuk menyebarkan berita *hoax*. Penyebaran berita *hoax* di Instagram dapat memengaruhi opini publik, sikap remaja, dan kehidupan masyarakat. Kehadiran fitur *share*, *like*, *hashtag*, *tranding topic*, di media sosial Instagram tidak dapat dipungkiri begitu sangat berpengaruh dalam memberikan informasi kepada masyarakat luas. Melalui fitur-fitur tersebut, informasi serta berita dapat dibagikan secara viral, disebar luaskan dan bisa terjadi dalam waktu yang sangat singkat (Gumilar, 2017).

Menurut hasil studi Jonah Berger dan Katherine Milkman (Sturhar, 2014), berita-berita yang disebar luaskan secara viral melalui media sosial ialah berita yang mampu membangkitkan emosi baik positif maupun negatif. Dalam jangka kurun waktu satu tahun terakhir, istilah berita *hoax* sangat begitu melekat ditelinga masyarakat Indonesia (Alber, 2017). Beredarnya

informasi yang dialami oleh masyarakat terutama melalui media sosial Instagram menyebabkan terjadinya penyebaran berita *hoax* yang membuat masyarakat resah, karena banyak pihak yang merasa dirugikan dengan penyebaran informasi yang tidak valid (Junami, 2018). Perkembangan media sosial yang begitu pesat, memang memudahkan kita dalam berkomunikasi, namun disisi lain munculnya berita bohong atau *hoax* telah banyak membersamai bagi setiap orang khususnya pengguna Instagram sendiri. Berita *hoax* dalam undang-undang ITE bertujuan untuk menipu, memunculkan rasa kebencian atau permusuhan individu atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas SARA (Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik).

Di era digital ini banyak berita palsu beredar di media sosial yang menyebabkan masyarakat menilai langsung tanpa menyaring kebenarannya. Perubahan dan permasalahan media sosial Instagram dalam menghindari masalah penegasan informasi individu, etika dalam penyebaran sara dan berita palsu, mempertimbangkan makna karya orang lain untuk memeriksa berita tersebut valid, tidak hanya memilih dari judul, dan benar-benar melihat ke dalam kebenaran berita/informasi (Anwar, 2017). Saat ini, media sosial menjadi salah satu sarana utama dalam penyebaran informasi. Kemudahan dalam menyampaikan informasi kepada publik melalui platform daring membuat arus informasi sulit untuk disaring dengan baik. Tidak adanya redaksi yang bertanggung jawab atas penyebaran informasi di media online menyebabkan siapa pun yang memiliki akses dapat dengan bebas membagikan berbagai informasi. Hal ini membuat kontrol terhadap kebenaran dan validitas berita menjadi semakin sulit dilakukan. Maraknya pengguna internet yang memanfaatkan literasi digital dan banyaknya penyebaran berita *hoax* yang beredar membuat resah masyarakat bahwa berita *hoax* sangat berbahaya dan mempunyai dampak yang tidak baik untuk pembentukan karakter generasi muda. Oleh karena itu untuk menghindari terpengaruhnya berita *hoax* penting bagi kita semua untuk mengecek kebenaran dengan melakukan strategi untuk menangkal berita *hoax*, salah satunya ialah mencari informasi dengan

sumber yang terpercaya serta tidak gampang terpengaruh oleh informasi yang tidak pasti kebenarannya dan juga harus lebih berhati-hati dengan beberapa informasi yang mengejutkan atau mengklaim hal-hal yang tidak masuk akal dan selalu mempertimbangkan sumber dan validitas informasi sebelum membagikannya kepada masyarakat. Dengan strategi tersebut kita tidak gampang terpengaruh oleh berita yang belum tentu kebenarannya.

Adapun strategi menurut (Thompson, 2020) strategi menggambarkan bagaimana perusahaan melakukan serangkaian aktivitas yang terkoordinasi sehingga menghasilkan nilai yang berbeda bagi pelanggan dibandingkan yang dilakukan oleh pesaingnya. Strategi ialah seperangkat komitmen dan tindakan yang terintegrasi dan terkoordinasi yang dirancang untuk memanfaatkan kompetensi inti perusahaan sehingga akan dicapai keunggulan kompetitif. Perusahaan memilih alternatif strategi untuk bisa mencapai daya saing yang strategis. Dengan kata lain strategi yang dipilih oleh perusahaan menunjukkan tindakan apa yang akan dilakukan dan tidak dilakukan oleh perusahaan (Hoskisson, 2016). Secara singkat pengertian strategi menurut (Kotler, 2016) mendefinisikan bahwa strategi adalah rencana yang disusun oleh perusahaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa setiap perusahaan memiliki strategi yang disesuaikan dengan tujuan yang ingin dicapai dan kompetensi inti yang dimiliki. Selain itu juga literasi media sangat diperlukan untuk membantu mencegah penyebaran *hoax*. Literasi media adalah perspektif yang dapat digunakan ketika berhubungan dengan media agar dapat menginterpretasikan pesan yang disampaikan oleh pembuat berita. Literasi media ialah suatu pendidikan yang mengajari khalayak media agar dapat menganalisis pesan yang disampaikan oleh media, memahami tujuan media untuk tujuan komersial, bisnis, dan politik serta membuat mereka mampu mempertanggung jawabkan dan memberikan tanggapan yang tepat ketika berinteraksi dengan media (Nurul, 2019).

Saat ini berita *hoax* sedang menjadi salah satu pembahasan yang serius di media sosial dan pemerintah menghimbau kepada seluruh masyarakat agar tidak mudah percaya dengan informasi yang belum jelas asal sumbernya,

dikarenakan banyak sekali oknum-oknum yang memanfaatkan sosial media hanya untuk kepentingan pribadinya kemudian menyebarkan informasi palsu yang membuat masyarakat khususnya pengguna Instagram yang resah kemudian percaya dengan apa yang mereka baca padahal belum pasti kebenarannya. Banyaknya informasi yang bersifat *anonymous* membuat penyebaran *hoax* pada media online begitu cepat tersebar. *Hoax* juga dapat diartikan sebagai sebuah informasi yang belum pasti sebuah fakta, karena pengertian informasi itu adalah kumpulan dari beberapa data yang bersifat fakta, sedangkan saat ini berita *hoax* paling sering disebarkan melalui media sosial dikarenakan banyak masyarakat yang dapat mengaksesnya, informasi yang menyebar cepat dan dimanfaatkan pihak-pihak tertentu untuk menyebarkan *hoax*.

Di media sosial saat ini sering kita temui foto atau video yang sudah diedit dan dimanipulatif kemudian disebarkan dengan narasi-narasi yang tidak benar faktanya. Terkadang informasi tersebut tidak salah tetapi digunakan di luar konteks sehingga berpotensi menyesatkan. Sebagian besar konten atau berita yang dibagikan tidak palsu, bahkan bisa jadi asli tetapi disalah gunakan dan dimanfaatkan oleh orang-orang yang tahu bahwa kepalsuan yang diklaim sebagai suatu kebenaran itu berpotensi untuk dipercaya dan disebarkan luaskan. Konten atau berita tersebut menurut *First Draft*, merupakan gangguan informasi. Gangguan informasi menurut (Wardle & Derakhsan, 2017) menjelaskan bahwa gangguan informasi ialah penyebaran informasi palsu dengan atau tanpa maksud merugikan. Ada tiga contoh gangguan informasi diantaranya ialah Misinformasi, Disinformasi, dan Malinformasi.

Misinformasi merupakan informasi yang disebarkan salah tetapi orang yang membagikannya percaya bahwa informasi itu benar. Disinformasi ialah informasi yang disebarkan salah dan orang yang menyebarkannya tahu bahwa itu salah sehingga dilakukan dengan sengaja. Malinformasi adalah penyalahgunaan informasi. Oleh karena itu berita *hoax* dapat tersebar cepat dikarenakan tingkat penetrasi pengguna internet di Indonesia yang tinggi sehingga budaya orang Indonesia yang merasa bangga ketika mereka dapat menyebarkan informasi pertama kali, baik itu informasi benar atau tidaknya

yang menjadi salah satu informasi tersebut tersebar begitu cepat di masyarakat.

Menurut survey (Mastel, 2019) dari 1.116 responden yang menerima *hoax* lebih dari satu 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. Saat ini, hoaks disebarakan melalui berbagai media, di antaranya aplikasi pesan instan seperti WhatsApp, Line, dan Telegram sebesar 62,80%, situs web sebesar 34,90%, serta media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter yang mencapai 92,40%. Berdasarkan data dari laman web kominfo.go.id, terdapat sekitar 800.000 situs penyebar *hoak* di Indonesia. *Hoak* merupakan dampak negatif dari era keterbukaan, yang berpotensi menimbulkan perpecahan dan permusuhan karena dapat membingungkan masyarakat mengenai kebenaran suatu informasi. Saat ini, mayoritas pengguna aktif media sosial adalah remaja, yang terbiasa berkomentar, berbagi, dan memberikan kritik melalui platform digital. Kebiasaan ini dapat memicu penyebaran *hoak* terutama ketika suatu berita disampaikan tanpa kepastian kebenarannya atau ketika informasi yang tidak disukai dengan sengaja disebarluaskan dalam bentuk berita palsu. *Hoak* sendiri merujuk pada kabar, informasi, atau berita palsu yang sengaja direkayasa untuk menutupi fakta sebenarnya. Selain itu, hoaks juga dapat diartikan sebagai upaya membelokkan fakta dengan menyajikan informasi yang tampak meyakinkan, tetapi sebenarnya tidak dapat diverifikasi kebenarannya. Pasal 4 Kode Etika Jurnalis menyatakan "Wartawan Indonesia tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis, dan cabul", (Sugiharto, 2019). Berita *hoax* dibuat seseorang atau kelompok untuk berbagai alasan, seperti main-main, penipuan ekonomi dan politik, provokasi, atau agitasi.

Oleh karena itu, dengan adanya berita-berita *hoax* yang beredar di masyarakat kini portal media sosial Instagram Radar Cirebon hadir serta menjadi salah satu perusahaan media industri yang menampilkan beberapa informasi valid dan terpercaya yang disajikan untuk masyarakat umum agar tidak mudah terpecah dengan banyaknya informasi-informasi yang tersebar di media sosial Instagram lainnya. Seperti yang telah disampaikan pada saat

observasi awal oleh Bapak Yuda Sanjaya selaku Pimpinan Redaksi mengatakan bahwa Radar Cirebon sendiri mempunyai strategi dan langkah-langkah tersendiri untuk mencari informasi yang valid dan akurat (*Clearing House Information*), dengan mengkroscek terlebih dahulu kebenarannya yaitu melalui beberapa alur dan proses diantaranya yaitu mencari semua informasinya terlebih dahulu baik dari media sosial, netizen, dan warga sekitar dengan berupa video, link, dan lainnya kemudian masuk lewat redaksi atau wartawan, setelah itu editor akan meminta narasumber terpercaya yaitu dari pihak otoritas saksi di TKP, dan pihak ketiga baik informan atau narasumber yang kita lindungi identitasnya. Setelah itu semua informasi dibuat serta dikumpulkan dan ditayangkan di website terlebih dahulu kemudian di upload lewat media sosial Instagram Radar Cirebon.



Gambar 1.1 Berita DPO kasus Vina – Eky dikaitkan dengan anak eks Bupati Cirebon, Sunjaya Purwadisastra.

Sumber : Instagram @Radar Cirebon

Salah satu contoh berita *hoax* di Instagram Radar Cirebon yang di posting pada tanggal 19 Mei 2024 adalah berita DPO kasus Vina – Eky dikaitkan dengan anak eks Bupati Cirebon, Sunjaya Purwadisastra. Informasi

hoax tersebut beredar luas di media sosial, hal tersebut cukup menngagetkan bagi keluarganya dan di klarifikasi oleh Hj Wahyu Tjiptaningsih. Bahkan Ramdani Sastra yang menjadi tertuduh saat kejadian masih berusia sekolah dasar (SD) karena baru lahir 2024. Wahyu Tjiptaningsih menegaskan, keluarganya tidak ada sangkut paut sama sekali dengan kasus tersebut dan anaknya tidak ada yang bernama Dani atau Andi “Mungkin netizen menyangkut pautkan dengan anak saya yang bernama Ramdani Sastra, karena ada kemiripan. Namun saya tegaskan lagi kalau Dani yang tertera dalam DPO kasus Vina bukan anak saya”, tandas Wakil Bupati Cirebon.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui platform media sosial Instagram Radar Cirebon, bahwa Radar Cirebon ini adalah salah satu portal berita yang menyaring berita-berita hoax di media sosial, Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan teori komunikasi tentang strategi media sosial Instagram Radar Cirebon dalam menangkal berita *hoax* yang efektif serta faktor penghambat dan pendukung Instagram Radar Cirebon dalam menangkal berita *hoax*. Hal ini menarik peneliti untuk melakukan penelitian melakukan dengan judul ” strategi media sosial Instgaram Radar Cirebon dalam menangkal berita *hoax*”.

B. IDENTIFIKASI MASALAH

Dari penjelasan latar belakang masalah yang telah diberikan sebelumnya, kita dapat mengenali beberapa permasalahan berikut:

1. Banyak *hoax* yang tersebar di media sosial
2. Peran pers dalam menangkal *hoax* masih sangat di perlukan
3. Masyarakat kurang mampu menyaring berita

C. PEMBATAAN MASALAH

Untuk menghindari meluasnya masalah peneliti membatasi masalah yang akan dibahas. Dalam penelitian ini peneliti membatasi dengan hanya meneliti strategi media sosial Instagram Radar Cirebon dalam menangkal berita *hoax*.

D. PERTANYAAN PENELITIAN

Dari uraian latar belakang yang telah disampaikan sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi Instagram Radar Cirebon dalam menangkal berita *hoax*?
2. Apa faktor penghambat dan pendukung Instagram Radar Cirebon dalam menangkal berita *hoax* ?

E. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini memiliki signifikansi yang penting karena bertujuan untuk mendapatkan wawasan yang objektif mengenai strategi media sosial Instagram Radar Cirebon dalam menangkal berita *hoax*. Tujuan dari penelitian ini mencakup:

1. Dengan tujuan untuk memahami bagaimana strategi Instagram Radar Cirebon dalam menangkal berita *hoax*.
2. Dengan tujuan untuk memahami apa faktor penghambat dan pendukung Instagram Radar Cirebon dalam menangkal berita *hoax*.

F. KEGUNAAN PENELITIAN

Manfaat penelitian ini dapat diklasifikasikan dalam dua aspek, yaitu dalam segi teoritis dan praktis. Berikut adalah manfaat dari penelitian ini:

1. Kegunaan Teoritis

Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat atas keilmuan secara konseptual yang hendak menjadi landasan pembelajaran, penerapan, pengembangan, dan nilai tambah dalam kekayaan intelektual serta pengetahuan ilmiah dalam bidang komunikasi terutama pada studi ilmu media massa yang terus maju seiring berjalannya waktu dan kemajuan teknologi memiliki manfaat dalam kontribusi pemikiran terkait dengan strategi media sosial Instagram Radar Cirebon dalam menangkal berita *hoax*.

2. Kegunaan praktis

a. Bagi instansi Radar Cirebon

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan bisa memberikan informasi, masukan dan pertimbangan. Untuk tim Radar Cirebon supaya terus mengembangkan dan menyajikan informasi berita yang terbaik untuk masyarakatnya.

b. Bagi civitas akademik

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi yang berguna dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya terkait dengan maraknya berita *hoax* di media sosial serta menganalisis terlebih dahulu tentang faktor-faktor yang dapat memengaruhi perilaku pengguna dalam menyebarkan berita *hoax*.

c. Bagi Pemerintah

Pemerintah disini sebagai yang memiliki kewenangan dalam mengambil keputusan dan kebijakan, dari adanya penelitian ini diharapkan pemerintah mau memperhatikan atau mengambil tindakan yang dapat mendukung proses penerbitan berita yang berkualitas sehingga masyarakat tidak gampang terpengaruh oleh berita *hoax*.

d. Bagi Masyarakat

Masyarakat disini sebagai objek dan subjek dari adanya peranan meningkatkan kualitas berita yang disajikan, diharapkan penelitian ini bisa dijadikan sebagai acuan maupun pertimbangan untuk bagaimana masyarakat bisa mengikuti perkembangan zaman dari era digital.

e. Bagi Media Massa

Media massa disini ialah sebagai salah satu saluran komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi, berita, dan hiburan kepada masyarakat luas dan menjadi acuan untuk mencari semua informasi yang tersebar. Dari adanya penelitian ini diharapkan bagi semua media massa mampu menyajikan, mengedukasi, serta menyampaikan informasi dan berita yang aktual sehingga dapat meningkatkan kesadaran serta pengetahuan masyarakat.