

SOSIALISASI BERITA HOAKS KEPADA KELOMPOK UMKM KELURAHAN NAMPEB BATURETNO KABUPATEN MALANG

Rismawati

rismawoke@gmail.com

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This activity aims to provide an understanding to increase knowledge, insight, especially the women of small business groups in the Nampes Baturetno village, Malang district, to be wiser in receiving and providing information in using social media, especially those related to the spread of hoax news. Participants in the socialization activities will be given counseling by providing material related to the scope and impact of spreading hoax, how to overcome the spread of hoax news and enforce applicable laws, especially those related to abuse of the spread of social media use. In order to be able to explore the material that has been delivered, participants are distributed materials and modules and given time to ask questions so that the results are more leverage in analyzing the news of hoax that are often found in social media which are often used in WhatsApp, Instagram, Facebook applications. This socialization activity has had a great influence on the knowledge and insight of the mothers of small business groups regarding the spread of hoax news in social media and sanctions for violations that have been regulated in Law No. 19 of 2016 regarding amendments to Law no. 11 of 2008 concerning Information and Electronic Transactions. So that the results of this community service provide new insights and knowledge to mothers of small and medium business groups in receiving information circulating on social media.

Keywords: socialization, hoax, social media.

ABSTRAK

Kegiatan ini bertujuan agar memberikan pemahaman untuk menambah pengetahuan, wawasan, khususnya ibu-ibu kelompok usaha kecil di kelurahan Nampes Baturetno Kabupaten Malang agar lebih bijaksana dalam menerima maupun memberikan informasi di dalam menggunakan media sosial terutamanya yang ada hubungannya dengan penyebaran berita hoaks. Peserta dalam kegiatan sosialisasi akan diberikan penyuluhan dengan memberikan materi terkait dengan ruang lingkup dan juga dampak dari pemberitaan hoaks, cara mengatasi adanya penyebaran berita hoaks serta menegakkan hukum yang berlaku utamanya yang memiliki hubungan dengan penyalahgunaan terhadap penyebaran penggunaan media sosial. Agar dapat mendalami materi yang telah disampaikan maka peserta dibagikan materi dan modul dan diberikan waktu untuk mengajukan pertanyaan agar hasilnya lebih maksimal dalam menganalisa adanya pemberitaan hoaks yang sering dijumpai dalam media sosial yang seringnya dipakai dalam aplikasi whatsapp, instagram, facebook. Kegiatan sosialisasi ini telah memberikan pengaruh yang besar pada pengetahuan dan wawasan ibu-ibu kelompok usaha kecil mengenai penyebaran berita hoaks dalam media sosial dan sanksi terhadap pelanggaran yang telah diatur dalam UU No.19 Tahun 2016 mengenai perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Sehingga hasil pengabdian masyarakat ini memberikan wawasan dan pengetahuan baru kepada ibu-ibu kelompok usaha kecil menengah dalam menerima informasi yang beredar di media sosial.

Kata kunci: sosialisasi, hoaks, media sosial.

PENDAHULUAN

Pengguna aktif dalam media sosial di Indonesia mencapai 191 juta pada Januari 2022. Jumlah ini naik 12,3% dibandingkan dengan tahun sebelumnya dengan total 170 juta orang. Oleh karena itulah WhatsApp menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia dengan besarnya persentasenya sebesar 88,7%. Selanjutnya dalam

instagram serta facebook dengan besaran persentasenya masing-masing 84,8% dan 81,3%. Namun secara keseluruhan proporsi pengguna tiktok dan telegram berturut-turut sebesar 63,1% dan 62,8% (dataindonesia, 2020). Dengan adanya pengguna media sosial yang terdiri dari beberapa kalangan dalam lingkungan masyarakat mulai dari orang tua sampai dengan anak-anak. Bahkan terdapat kalangan tertentu yang

menggunakan media sosial sebagai gaya hidup dan kebutuhan, sehingga hal ini mendorong ibu-ibu yang berada di Indonesia dapat menghabiskan waktu sampai dengan 3 jam dalam bermedia sosial (katadata.co.id, 2022). Dalam penyebaran berita hoaks dalam waktu yang cukup singkat menjadi persoalan yang segera dicarikan solusinya. Dapat dilihat dari data tersebut belum meliputi media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat, seperti WhatsApp, Telegram dan juga Tik Tok. Hal tersebut dilakukan riset yang lebih luas dan jangka waktu yang lebih lama pada sosial media, maka dapat dipastikan bahwa terdapat konten berita hoaks yang ditemukan akan lebih banyak. Masalah tersebut berbanding terbalik dengan tingkat literasi digital bagi masyarakat yang dianggap rendah.

Berdasarkan riset dari Katadata Insight Center, 30-60% dari orang Indonesia terpapar oleh berita hoaks dan hanya 21-36% saja dari masyarakat yang memiliki literasi digital yang sangat baik. Masyarakat yang memiliki literasi digital yang sangat baik mampu mengenali berita hoaks dan mampu menahan diri untuk tidak menyebarkan berita tersebut. Masyarakat yang ada di perkotaan cenderung lebih terpapar pada berita hoaks dan memiliki kebiasaan negatif dalam mencerna berita daring (Cahyadi, 2020). Cara yang paling ampuh untuk menangkal segala kebiasaan negatif tersebut yaitu meningkatkan literasi digital.

Informasi merupakan suatu kebutuhan pokok manusia yang dapat memberikan interaksi dengan manusia lain untuk memenuhi berbagai macam hal yang tercepat. Kemudahan yang dimiliki dapat diikuti dengan semakin majunya dunia digital untuk penggunaan komputer, laptop, handphone ataupun smartphone yang menggunakan internet sebagai sarana komunikasi secara *online* melalui sosial media. Sosial media pada hakikatnya adalah sarana untuk membagi informasi yang hakekatnya adalah sebuah teknologi yang dapat memungkinkan setiap individu maupun kelompok yang saling berbagi, berkomunikasi, berkumpul, berkolaborasi maupun bermain. Media sosial merupakan suatu media yang paling efektif untuk penyebaran informasi kepada masyarakat luas. Selain itu media sosial juga menyediakan sarana yang tepat juga informasi ataupun pendapat secara sepihak tanpa kemampuan dalam memverifikasi asli atau tidaknya sebuah berita yang disampaikan (Siddiqu dan Singh, 2016). *User* merupakan sebuah konten dalam sosial media yang terpusat, oleh karena itu gagasan serta pemikiran dalam konten

ini dapat dihasilkan yang ditulis oleh pengguna dalam media sosial. Bukan dari *editor* apalagi dari pihak ketiga yang memfiltrasi dari konten yang dipublikasi, kekuatan ini yang disebut *User Generated Content (UGC)* (Annisa *et al.*, 2021). Menurut pendapat Annisa dkk, 2021 menyatakan bahwa keefektifannya perlu didistribusikan ke publik secara fisik namun cukup hanya dengan memiliki akses internet. Kondisi inilah yang menyebabkan dunia seolah tidak ada batasannya. Internet sangatlah berperan penting dalam menyediakan ruang bagi banyak orang untuk berkumpul terkait dengan minat serta narasi yang sama dan tergabung dalam media sosial. (Mossey dan Manoharan., 2019). Penggunaan internet akan memberikan kontribusi terhadap munculnya ikatan sosial di internet, nilai-nilai dalam masyarakat secara *virtual* sampai dengan struktur so-sialnya dan dilakukan secara *online* (Munzaimah dan Fatma, 2020).

Informasi yang dapat diterima melalui media sosial dengan begitu mudah dan cepatnya sehingga memiliki dampak yang positif dan negative bagi seluruh masyarakat dalam penggunaannya. Pengaruh positifnya adalah sebagian besar dari masyarakat Indonesia mampu mengakses informasi yang semakin luas serta tanpa batasan, secara efektif dan efisien. Namun terdapat pula pengaruh secara negatifnya yaitu dapat mengakibatkan kecanduan bagi para penggunaannya yang berdampak pada perkembangan dari sifat individualismenya, konsumerisme, materialisme sampai akhirnya anti sosial (*phubbing*). Selain itu dapat memberikan pengaruh yaitu semakin banyaknya informasi yang tidak baik seperti adanya berita bohong (hoaks) ataupun fitnah. Hal ini disebabkan karena terlalu cepat informasi yang tersebar dan dapat diterima oleh pengguna media sosial tanpa terlebih dahulu data tersebut disaring pada media *online* dan tidak semua orang yang memiliki akses ke dalam media *online* yang dapat dikatakan sebagai penyebaran informasi yang dilakukan dengan cara *anonymous* atau sumber yang tidak jelas faktanya. (Annisa *et al.*, 2021). Data yang terang-kum dalam kominfo dalam kurun waktu tiga tahun terakhir dari bulan Agustus 2018 sampai dengan awal tahun 2022 mencatat dan menemukan 9.546 berita hoaks yang beredar di internet (tempo.co.id, 2022). Menurut penjelasan dari KBBI, 2022 mengenai Hoaks merupakan berita bohong yang memiliki akses *negative* dengan kebebasan untuk berbicara serta berpendapat di internet yang khususnya pada media sosial dan juga *blog*.

Berita bohong atau hoaks ini memiliki potensi menjadi masalah terbesar dikarenakan terbiasa dengan pengguna media sosial yang akan menerima cerita begitu saja tanpa menyaring terlebih dahulu berita yang telah beredar di lingkungan masyarakat. Kadaan ini semakin bertambah lebih parah dikarenakan ketidakdewasaan dalam membagikan informasi dan kurangnya kemampuan untuk menggunakan teknologi (gadget). Berkembangnya berita hoaks melalui media sosial pada saat ini memang terkadang harus kita ketahui penyebabnya karena rendahnya kesadaran masyarakat ataupun pengguna media sosial dalam proses seleksi informasi yang telah beredar (Munzaimah dan Fatma, 2020). Secara *substansional* adanya berita hoaks atau berita palsu tidak mengikat dimensi juga waktu. Artinya bahwa adanya dimensi ruang dalam artian sebaran jejaring sosial yang sifatnya lokal akan berdampak pada seluruh wilayah yang ada namun hal ini dapat memungkinkan diterima juga di daerah lain, untuk sementara adanya dimensi waktu yang merujuk pada pemberian waktu yang lama telah disebar kembali dengan kepentingan yang berbeda (Nasrullah, 2017). Pemakaian media sosial yang sangat tinggi akan menyebabkan adanya proses validasi informasi yang semakin terabaikan. Oleh karenanya sebuah tren untuk menarik minat serta pembaca dalam pemberitaan yang di unggah oleh para pengguna media sosial sebaiknya disesuaikan dengan selera masing-masing pembaca dimana harus memuat keberanian suatu informasi yang akan dikonsumsi oleh seluruh masyarakat dan apabila masyarakat tersebut tidak faham dengan maksud serta tujuan yang disebarkan maka informasi yang mereka terima bisa semakin menyesatkan (Munzaimah dan Fatma, 2020). Usaha yang akan dilakukan oleh pemerintah agar mencegah dan memberantas penyebaran berkembangnya berita bohong atau hoaks tersebut adalah dengan cara menyiapkan payung hukum yang dapat diatur dalam UU no.19 tahun 2016 mengenai Informasi serta Transaksi Elektronik. Sanksi yang akan diberikan harapannya agar semua masyarakat lebih berhati-hati dalam menggunakan media sosial dan bagi yang melakukan pelanggaran akan mendatangkan efek jera supaya tidak melakukan tindak tersebut.

Salah satu kelompok ibu-ibu yang sering berhubungan dengan media sosial adalah kelompok usaha kecil menengah di desa Nampes Baturetno dengan menggunakan *handphone*. Dalam semua kegiatan hamper selalu dilakukan

dengan bermedia sosial untuk mendapatkan berbagai macam sumber informasi mengenai cara pemasaran, *packaging* atau pengemasan, atau mengembangkan usahanya dengan cara bermitra dengan rekan usaha yang lain, atau membangun mitra usaha. Media sosial ini merupakan sarana berkomunikasi dan bersilaturahmi dengan kelompok usaha lain. Media sosial yang sering digunakan adalah whatsapp, instagram dan facebook. Biasanya informasi yang didapatkan dari media tersebut akan langsung dapat diterima tanpa mengetahui apakah berita tersebut benar atau salah (hoaks).

Berdasarkan dari penjelasan tersebut diatas dapat diidentifikasi suatu permasalahan yang akan dihadapi oleh ibu-ibu kelompok usaha kecil menengah yang belum mengetahui dan mengerti tentang ruang lingkup serta berdampak pada penyebaran berita hoaks, cara mengatasi penyebaran berita bohong (hoaks) serta menegakkan hukum terutama yang telah berhubungan dengan adanya pelanggaran terhadap penyebarannya dalam menggunakan media sosial. Dari permasalahan tersebut diatas yang dihadapi maka solusi yang dilakukan untuk memberikan sosialisasi dalam bentuk penyuluhan sehingga hal ini berhubungan dengan permasalahan yang dihadapi oleh ibu-ibu kelompok usaha kecil menengah dengan penyebaran berita hoaks dalam media sosial.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang dilakukan dalam pengabdian ini yaitu metode yang disosialisasikan melalui media sosial dan pertemuan secara offline dengan tujuan agar dapat diberikan pengetahuan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema “Sosialisasi Mencegah Berita Hoaks Dari Media Sosial Kepada Ibu-Ibu Kelompok Usaha Kecil Kelurahan Nampes Baturetno Kabupaten Malang” menggunakan metode diskusi yaitu metode pembelajaran yang berbentuk tukar-menukar informasi, penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, dimana hanya akan menggambarkan tipe orang dalam komunitas ataupun aktivitas sosial. Dalam penelitian ini deskriptif fokus pada pertanyaan “bagaimana” dan “siapa”. Penelitian dalam dimensi ini menggunakan teknik pengumpulan data, survei ataupun penelitian di lapangan (Neuman, 2019).

Penelitian ini merupakan kualitatif, data dari sumber primer dapat diperoleh melalui observasi dan *dept interview*. Oleh sebab itu data dari sumber sekunder, dapat diperoleh melalui dokumentasi (pribadi ataupun resmi milik parti-

sipan), data *online* dari *website* resmi maupun sumber kedua yang membantu proses pengumpulan data dalam penelitian. Para peneliti kualitatif dalam penelitian ini mengumpulkan data mengandalkan metode observasi secara langsung dan berstruktur, wawancara yang mendalam dan *document review* (Sugiyono, 2007).

Sosialisasi dalam membentuk penyuluhan dilakukan kepada ibu-ibu kelompok usaha kecil di desan nampes baturetno yang sering menggunakan media sosial dalam kesehariannya dengan jumlah 10 (sepuluh) orang. Media sosial yang dapat digunakan adalah whatsapp, instagram dan facebook. Pelaksanaan sosialisasi ini dimulai dengan fase persiapan yaitu berkoordinasi dengan Ketua Kelompok usaha kecil menengah. Bahan yang akan digunakan dalam proses sosialisasi adalah dengan pemberian modul yang berisi tentang ruang lingkup yang dampak dari penyebaran hoaks, cara untuk mengatasi penyebaran berita hoaks, cara mengatasi penyebaran berita hoaks serta dalam menegakkan hukum terutama yang memiliki hubungan dengan pelanggaran terhadap penyebaran dalam penggunaan media sosial.



Sumber: dokumen pribadi

Gambar 1 **Pelaksanaan kegiatan ramah tamah** **silaturahmi**

Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada hari Minggu tanggal 29 Mei 2022 di rumah ibu Fenty yang beralamat pada pukul 10.00 dengan tahapan pelaksanaan sebagai berikut: Membagikan marteri sosialisasi dalam bentuk modul kepada ibu-ibu peserta dalam kegiatan ini, pembukaan dilakukan oleh Ibu Fenty sebagai anggota

yang memberikan sosialisasi dengan ibu-ibu peserta kegiatan pengabdian, penyuluhan tentang ruang lingkup berita hoaks dalam penggunaan sosial media oleh Dr. Rismawati.,SE.,MM, acara tanya jawab dengan narasumber dengan ibu-ibu peserta kegiatan pengabdian untuk mempertajam materi penyuluhan yang sudah dikerjakan dan acara ramah tamah dan silaturahmi, pelaksanaan kegiatan akan terlihat pada (Gambar 1).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media sosial merupakan *platform* yang akan muncul menjadi suatu media cyber, hal ini dikarenakan melihat media sosial yang tidak jauh berbeda dengan karakteristik yang dimiliki oleh media sosial. Menurut pendapat secara khusus dapat memberikan konsep untuk dapat memahami kejelasan dari media sosial serta bagaimana karakteristiknya. Pemberitahuan mengenai informasi yang sifatnya edukatif (mendidik) dan *persuasif* yang sifatnya membangun mengenai informasi program tentang adanya berita hoaks.

Hasil kegiatan dari pengabdian kepada masyarakat sebagai bentuk memberikan tambahan ilmu mengenai pemahaman para ibu-ibu kelompok usaha kecil dan menengah tentang ruang lingkup dan dampak dari adanya penyebaran berita bohong atau hoaks dalam penggunaan dari media sosial yang diatur dalam UU No. 19 Tahun 2016 mengenai perubahan dari UU No. 11 tahun 2008 mengenai Informasi serta adanya Transaksi Elektronik.

Mampu menumbuhkan sikap yang lebih baik serta adanya kehati-hatian didalam menerima dan menyebarkan beberapa informasi yang terkandung pada unsur hoaks untuk penggunaan media sosial. Adanya program sosialisasi yang merupakan suatu kegiatan yang akan dibutuhkan oleh para ibu-ibu dalam berbagai macam kegiatan dikarenakan mengetahui beberapa ciri dari berita bohong atau hoaks yaitu: 1) Berita yang diberikan cenderung menimbulkan keresahan, kecemasan dan membuat permusuhan serta kebencian. 2) Sumber berita tidak dicantumkan secara jelas oleh sebab itu diminta pertanggungjawabannya mengenai kebenaran dari berita yang disajikan. 3) Adanya informasi yang sifatnya obyektif serta tidak dapat netral. 4) Judul merupakan salah satu bagian dari berita yang cenderung merangsang untuk melakukan tindakan dan sifatnya memprovokasi (menghasut). 5) Menviralkan berita dengan baik secara langsung maupun tidak langsung dengan adanya beberapa unsur yang ada. 6) Tidak semua berita dapat diinformasikan secara langsung dan me-

nyeluruh dengan beberapa unsur nyata yang disembunyikan. 7) Menggunakan data yang kurang jelas (*fiktif*) termasuk juga foto yang ada agar berita yang dipublikasikan dapat dipercaya. 8) Dengan sengaja direkayasa menambahkan, menyembunyikan, menghilangkan ataupun mengaburkan pada bagian dari keseluruhan sumber informasi yang dapat memanipulasi dari beberapa fakta yang sebenarnya. 9) Dapat ditulis oleh media sosial yang tidak kredibel ataupun dapat dipercaya dengan sebaiknya.

Semua kegiatan yang ada dilakukan dalam penyuluhan yang jelas serta dampak dari berita hoaks yaitu: 1) Dapat menimbulkan keresahan, gaduh juga terjadinya perpecahan di dalam masyarakat. Berita hoaks ini dapat menimbulkan keresahan dan kegaduhan juga adanya perpecahan dari kelompok. Berita hoaks dapat menggiring sebuah gagasan ataupun pemikiran (opini) pada seseorang yang menimbulkan kebencian. Jika suatu keadaan semakin berkembang bisa menyebabkan perpecahan dalam masyarakat. 2) Nama baik atau reputasi yang dimiliki dapat turun dari seseorang. Penyebaran berita hoaks dengan tujuan untuk menguntungkan satu pihak serta dapat merugikan pihak lain. Seperti contohnya adalah pada saat tersebarnya pencemaran nama baik dari seseorang. 3) Tidak dapat lagi dipercayai oleh masyarakat dimana pada kenyataan yang sebenarnya. Semakin banyak berkembangnya berita hoaks yang membuat semua masyarakat tidak mudah untuk dipercayai dan fakta sebenarnya dapat dibedakan untuk membedakan dari berita hoaks. 4) Menimbulkan beberapa persepsi pemikiran yang dianggap negatif. Dengan adanya perkembangan berita hoaks yang mengandung unsur fitnah sehingga dapat menimbulkan emosi, kemarahan juga ujaran kebencian terhadap seseorang, kelompok ataupun suatu produk tertentu. 5) Dapat merugikan masyarakat. Hal ini dapat merugikan masyarakat secara materi misalnya pembayaran sejumlah uang yang dikarenakan menang dalam undian dari suatu produk tertentu.

Pengetahuan serta pemahaman mengenai ruang lingkup dan terdampak dalam penyebaran berita hoaks oleh karena itu ibu-ibu peserta sosialisasi maka akan memiliki langkah-langkah strategi maka harus diperhatikan dalam penyebaran pemberitaan berita hoaks oleh para pengguna media sosial, antara lain: Berhati-hati adanya judul yang bersifat sensasional yang provokatif, harus teliti alamat *email* yang digunakan, kembali periksa fakta serta kebenarannya, mengecek kembali apakah foto maupun video

sifatnya asli atau tidak, tergabung dalam sebuah grup diskusi mengenai anti hoaks, mampu menahan diri dan tidak tergesa-gesa didalam menyebarkan berita hoaks yang diterima dan tidak larut dalam isu serta berita yang sifatnya kritis yang saat ini sedang berkembang di masyarakat

Kelompok usaha kecil menengah dimana pesertanya adalah ibu-ibu dari kegiatan pengabdian ini telah diketahui dan juga dipahami bahwasannya di dalam penggunaan media sosial dalam lingkungan masyarakat dapat berjalan dengan baik apabila diatur dalam peraturan perundang-undangan yang nampak jelas dan tegas. Penyebaran berita hoaks ini termasuk tindak pidana yang dimasukkan dalam tindak kejahatan dunia maya (*cyber crime*). Ketentuan ini diatur dalam Pasal 45A ayat 1 UU No. 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik: "Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan serta dapat mengakibatkan kerugian kepada konsumen dalam melakukan Transaksi Elektronik sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)".

Aturan yang telah ditetapkan tersebut diatas bisa dijadikan sebagai pedoman atau acuan bagi seluruh peserta khususnya ibu-ibu kelompok usaha kecil menengah sehingga kegiatan di dalam penggunaan media sosial utamanya saling berhubungan dengan menyebarkan berita hoaks sehingga dapat menimbulkan sikap agar lebih bijak dan berhati-hati dalam penggunaannya dikarenakan adanya pelanggaran yang termasuk dalam perbuatan pidana.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini sudah selesai dilaksanakan dengan baik dan dapat sesuai dengan rencana yang telah disusun. Hasil yang diharapkan didalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan serta pemahaman kepada ibu-ibu peserta kegiatan pengabdian masyarakat terutama mengenai ruang lingkup dan dampak penyebaran berita hoaks, cara mengatasi penyebaran berita hoaks serta penegakan hukum yang berhubungan dengan pelanggaran terhadap penyebarannya dalam penggunaan media sosial dapat diatur didalam UU No. 19 Tahun 2016 mengenai perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Setelah selesainya kegiatan ini harapan

kedepannya ibu-ibu kelompok usaha kecil menengah yang berada di desa nampes baturetno sehingga akan lebih bijak dan berhati-hati dalam menerima informasi dan menyebarkan informasi dalam penggunaan media sosial terutama yang berhubungan dengan penyebaran berita hoaks.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami dari tim kegiatan pengabdian kepada masyarakat menyampaikan terima kasih kepada pihak kampus Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang sudah memberikan support dalam bentuk motivasi dan dukungan sehingga dapat terselenggaranya acara kegiatan ini dengan baik. Kami juga menyampaikan terima kasih kepada Ibu Fenty selaku tuan rumah yang bersedia menyediakan waktu dan tempat kepada kami untuk melaksanakan salah satu Tridharma Perguruan Tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, R., Safitri, A. A., dan Irwansyah. (2021). Fenomena Penyebaran *Hoax* dan *Hate Speech* pada Media Sosial. *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*. 3(1): 30-43.
- Cahyadi, I. R. (2020). *Survei KIC: Hampir 60% Orang Indonesia Terpapar Hoax saat Mengakses Internet*. Diakses pada 1 Agustus 2021 dari <https://www.beritasatu.com/digital/700917/survei-kic-hampir-60-orangindonesia-terpapar-hoax-saatmengakses-internet>.
- DataIndonesia. (2020). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. Diakses pada 1 Agustus 2021.
- Katadata.co.id. (2022). *Berita Terkini Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. Diakses pada 1 Agustus 2021.
- Mossey, B. D., dan Manoharan. AP. (2019). Harnessing the Power of Mobile Technology to Bridge the Digital Divide: a Look at U. S Cities' Mobile Government Capability. *Journal of Information Technology and Politics* 16(1): 52-65.
- Munzaimah M., dan Fatma. L. (2020). Analisis Penggunaan Media Sosial dan Penyebaran Hoax di Kota Medan. *Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study* 6(1), ISSN: 2442-9198, e-ISSN: 2442-9996. 11.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif, Budaya dan Sositologi*. Bandung: Simbiosisma Rekatama Media.
- Neuman, W.L. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: PT. Indeks.
- Siddiqu dan Singh. (2016). Social Media its Impact with Positive and Negative Aspects. *International Journal of Computer Applications Technology and Research* 5(2): 71-75.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Cetakan 11. Bandung: Alfabeta.
- Tempo.co.id. (2022). *Hingga Awal 2022, Kominfo Temukan 9546 Hoaks di Internet*. Diakses pada 20 April 2022.