

STRATEGI HUMAS POLISI RESORT KOTA SAMARINDA DALAM MENANGANI BERITA HOAX YANG BEREDAR DI SAMARINDA (Studi Kasus Pada Pemilihan Umum Presiden 2019)

Rozalia Fitriany Oedi¹, Endang Erawan², Kadek Dristiana Dwivayani³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi humas Polresta Samarinda dalam menangani berita *hoax* pemilihan umum presiden 2019 di Kota Samarinda. Fokus penelitian ini adalah 7-Cs PR Communications yang digagas oleh Cutlip, Centre & Broom. 7C itu sendiri terdiri dari, *Credibility, Context, Content, Clarity, Continuity and Consistency, Channel, dan Capability of the audience*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan tiga cara yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Polisi Resor Kota Samarinda mempunyai posisi yang sangat penting untuk menangani *hoax* menjelang Pemilu Presiden 2019. Humas memiliki Satgas Patroli Siber yang bertugas untuk memantau jejaring sosial, dalam hal ini kasus penyebaran *hoax*. Tim ini berguna untuk melacak akun-akun yang bersangkutan.

Humas telah melakukan observasi, klarifikasi, konfirmasi, serta validasi sebagai penanganan cepat tanggap terhadap *hoax*. Humas telah memberikan layanan komunikasi dari lembaga kepada masyarakat yang dilakukan melalui sosialisasi atau penyuluhan serta secara rutin di media sosial dan semua didukung dengan kemajuan teknologi sehingga membuat kinerja dalam proses penyampaian informasi menjadi lebih cepat dan akurat.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Humas, Hoax, Pemilu Presiden 2019

PENDAHULUAN

Perkembangan dan kemajuan teknologi di era globalisasi terbukti telah mempermudah proses komunikasi. Selain itu, semakin berkembangnya teknologi menyebabkan berita palsu atau yang lebih dikenal dengan sebutan *hoax* dengan mudah tersebar di berbagai media cetak ataupun media online. Sebagian masyarakat dengan mudah mempercayai dan menyebarkan berita *hoax* kepada khalayak. Hal tersebut dikarenakan kebanyakan dari masyarakat tidak mencari kebenaran dari berita yang diterimanya.

Hoax merupakan informasi yang direayasa untuk menutupi informasi sebenarnya. Dengan kata lain *hoax* juga bisa diartikan sebagai upaya pemutarbalikan fakta menggunakan informasi yang meyakinkan tetapi tidak dapat diverifikasi kebenarannya. *Hoax* juga bisa diartikan sebagai tindakan mengaburkan informasi yang sebenarnya, dengan cara membanjiri suatu media dengan pesan yang salah agar bisa menutupi pesan yang benar.

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: rozaliaoedi07@gmail.com

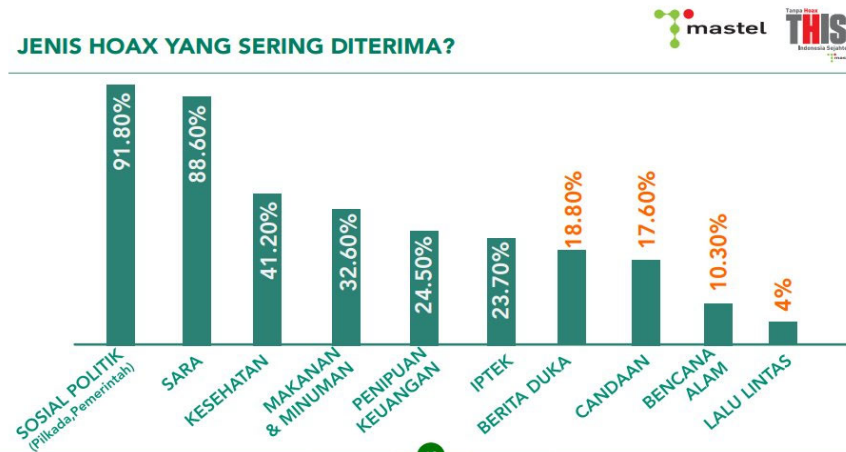
² Dosen Pembimbing I Ilmu Komunikasi dan staf pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

³ Dosen Pembimbing II Ilmu Komunikasi dan staf pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

Tujuan dari *hoax* yang disengaja adalah membuat masyarakat merasa tidak aman, tidak nyaman, dan kebingungan. Dalam kebingungan, masyarakat akan mengambil keputusan yang lemah, tidak meyakinkan, dan bahkan salah langkah. Perkembangan *hoax* di media sosial semula dilakukan untuk sarana pembulian. Namun, perkembangan selanjutnya, *hoax* dimanfaatkan sebagai alat black campaign di pesta demokrasi yang mempengaruhi persepsi pemilih.

Penyebaran *hoax* di media sosial Indonesia, mulai marak sejak media sosial populer digunakan oleh masyarakat Indonesia. Ini disebabkan sifat dari media sosial yang memungkinkan akun anonim untuk berkontribusi, juga setiap orang, tidak peduli latar belakangnya, punya kesempatan yang sama untuk menulis. Beberapa orang yang tidak bertanggung jawab, menggunakan celah ini untuk menggunakan media sosial dalam konteks negatif, yaitu menyebarkan fitnah, hasut dan *hoax*. Hal ini semakin parah ketika musim pemilu. Media sosial, di satu sisi digunakan untuk ajang kampanye positif, namun banyak yang menggunakannya untuk kampanye negatif.

Gambar 1.1 Data Jenis Hoax



Sumber: Masyarakat Telematika Indonesia (*Mastel*) Tahun 2017

Adapun menjelang pemilihan umum presiden pada tahun 2019, berita *hoax* semakin marak tersebar. Penyebaran *hoax* dimaksudkan untuk melakukan kampanye hitam (*black campaign*) yakni saling menjelekkan antara kubu politik yang berseberangan. Berita *hoax* yang tersebar saat menjelang pemilihan umum biasanya lebih ekstrem dari pada berita *hoax* biasa. Hal itu dikarenakan *hoax* pemilihan umum sering melibatkan fitnah, hasut dan *hoax* yang sebenarnya jauh dari perintah agama, dan normal kesusilaan bangsa kita. Dari sisi norma kesusilaan dan kesopanan, perilaku menyebar *hoax* bertentangan dengan bertindak dan berperilaku jujur, berbicara hal-hal yang baik, menghormati orang lain, dan lain sebagainya.

Berita *hoax* tentang pemilihan umum banyak mengandung kalimat kebencian. Terdapat banyak *hoax* yang tersebar melalui media online. Bahkan beberapa media *online mainstream* pun banyak mengangkat berita-berita *hoax* untuk dijadikan informasi bagi khalayak. Maka dari itu, masyarakat wajib membaca, memilah dengan teliti dan menelusuri sumber dari berita-berita yang masuk dan yang terpenting adalah jangan terlalu mudah untuk menyebarluaskan suatu berita sebelum berita tersebut diketahui keasliannya.

Fenomena *hoax* menjelang pemilihan umum sangat menarik untuk diteliti, dikarenakan hal itu berkaitan dengan adanya berbagai kejadian yang terjadi akhir-akhir yang menyebabkan keresahan dimasyarakat luas. Sebagai contoh, berita *hoax* tentang

pemilihan umum di Kota Samarinda pada September 2018 oleh salah satu akun Pemberitaan palsu tersebut mengatakan bahwa Personel Polresta Samarinda melakukan intimidasi terhadap Majelis Rasulullah di jalan Cendana dicurigai adanya deklarasi terselubung. Berita tersebut ditujukan untuk pihak polisi yang tidak bersikap netral. Polresta Samarinda kemudian melakukan pengecekan kebenaran kepada pihak Majelis tentang berita tersebut. Pihak Majelis pun menyampaikan bahwa berita tersebut adalah *hoax* (tidak benar). (www.polrestasamarinda.com/2018/09).

Pada bulan April 2019 tersebar *hoax* khususnya di Samarinda bahwa peserta pemilihan umum presiden yang memiliki KTP luar bisa mencoblos di Samarinda tanpa perlu membawa formulir C5. Hal tersebut menyebabkan orang-orang pemilik KTP luar ikut serta mencoblos di Samarinda, dan mengakibatkan pemilihan umum presiden dilakukan ulang dikarenakan terdapat peserta pemilih yang berdomisili Jawa telah menyuarakan pilihannya di salah satu TPS Samarinda. (kaltim.tribunnews.com/2019/04). Hal tersebut dikonfirmasi bahwa penyebab disinformasi ini, dikarenakan beredarnya informasi salah di media sosial pemilih KTP luar bisa mencoblos dan faktor kelelahan petugas di lapangan.

Kemudian, pada bulan Mei 2019 telah beredar broadcast himbuan dengan mengatasnamakan Kadiv Humas Polri Ijen Pol. Muhammdad Iqbal,S.I.K., M.H., agar masyarakat menghindari ke tempat-tempat ramai, memperketat penjagaan rumah-rumah ibadah, menjauhi orang-orang yang membawa tas ransel dan berlagak aneh, sehubungan dengan pengumuman Presiden dan Wakil Presiden Indonesia periode 2019-2024. Adapaun, himbuan tersebut adalah *hoax*, hal tersebut telah dikonfirmasi oleh Kadiv Humas Polri Irjen Pol. Muhammad Iqbal,S.I.K., M.H., bahwa beliau tidak pernah mengeluarkan himbuan atau pernyataan tersebut.

Berdasarkan kejadian yang telah dipaparkan diatas, sebagai aparat masyarakat yang bertugas melindungi dan mengayomi masyarakat diharapkan pihak Kepolisian Resort Kota Samarinda dapat menetapkan strategi yang tepat untuk menangani berita-berita palsu atau *hoax* yang dapat meresahkan masyarakat. Dengan adanya Undang-Undang ITE menjadi dasar bagi pihak kepolisian untuk menjerat para pelaku penyebar *hoax* dengan ancaman sanksi pidana kurungan dan denda.

Humas Polresta Samarinda sebagai Kepolisian Negara Republik Indonesia Resor Kota Samarinda yang menyelenggarakan fungsi tersebut. Humas kepolisian perlu memberikan informasi kepada publiknya agar terciptanya saling pengertian dan dukungan dari publiknya. Humas pada sebuah instansi sangat penting dimana peran humas tersebut bukanlah sebuah tugas yang mudah yang bisa dilaksanakan secara personal tanpa adanya kerja sama dari sebuah tim yang solid serta tanpa sebuah rencana kerja yang efektif, efisien, dan komprehensif, dan juga didukung oleh para orang-orang yang ahli dibidang ini.

Pihak Kepolisian Resort Kota Samarinda telah melakukan himbuan kepada masyarakat untuk bijak dalam menyikapi berbagai isu dan informasi palsu yang beredar yang bertujuan untuk menyesatkan pemikiran masyarakat terutama berita-berita palsu yang ada di media-media sosial. Masyarakat diharapkan untuk tidak mudah percaya dan terpengaruh atas berbagai pemberitaan yang tidak jelas sumbernya.

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Humas

Menurut Widjaja (2008:53) humas adalah “kegiatan yang menyangkut baik individu ke dalam maupun keluar dan semua kegiatan diselenggarakan dalam rangka pelaksanaan tugas dan fungsi masing-masing lembaga atau organisasi”.

Cutlip, Center, et al (2006:6) memberikan batasan humas adalah “fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat

antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut”.

Berdasarkan penjelasan dari beberapa para ahli diatas, maka dapat disimpulkan humas adalah suatu fungsi manajemen yang membuat, merencanakan hingga mengevaluasi seluruh kegiatan yang direncanakan dengan tujuan untuk membangun hubungan baik antar pegawai dengan manajemen atau pegawai dengan pegawai dan manajemen dengan masyarakat.

Strategi Humas

Strategi menurut Thompson dalam Oliver (2007:2) “sebagai cara untuk mencapai sebuah hasil akhir, yang menyangkut tujuan dan sasaran organisasi.” Menurut Onong Uchjana (2004:29) strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Namun untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, tetapi juga harus bisa menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Maka dapat disimpulkan bahwa strategi adalah rencana atau langkah-langkah yang disatukan, berintegrasi untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.

Tugas dan Fungsi Humas

Widjaja (2008:53) berpendapat tugas humas yang perlu diperhatikan ada beberapa hal sebagai berikut: (1) Pelaksanaan tujuan ke dalam dan keluar melalui pendekatan informatif, edukatif, persuasif, dan dihindarkan pendekatan yang bersifat imperatif dan punitif, dan (2) Proses komunikasi lewat kegiatan dilakukan berencana dan terus menerus yang meliputi keterampilan komunikator, pesan yang disampaikan akurat, obyektif, punya daya pengaruh yang kuat guna berhasilnya mencapai sasaran yang telah ditetapkan.

Adapun, menurut Ardianto (2009:181), Humas memiliki fungsi sebagai anggota koalisi manajemen, perpaduan antara identitas, citra, dan reputasi. Berbagai perubahan atau pergeseran nilai diatas tentunya berdampak pula terhadap peranan dan fungsi humas sebagai jembatan dan komunikator sebuah organisasi atau perusahaan, sehingga tidak terjadi kesalahpahaman antara organisasi atau perusahaan dengan masyarakat.

Tujuan Kegiatan Humas

Humas pada hakikatnya adalah aktivitas, maka sebenarnya tujuan humas dapat dianalogikan sebagai tujuan komunikasi, yakni adanya penguatan dan perubahan kognisi, afeksi dan perilaku komunikannya. Bila kita bawa kedalam tujuan humas, maka tujuan humas adalah terjaga dan terbentuknya kognisi, afeksi dan perilaku positif publik terhadap organisasi atau lembaga.

Dengan demikian, penulis menyajikan rumusan mengenai tujuan humas menurut Kusumastuti (2004: 20-22) sebagai berikut :

- 1) Terpelihara dan Terbentuknya Saling Pengertian (aspek kognisi).
Saling pengertian dimulai dari saling mengetahui atau saling mengenal. Tujuan humas pada akhirnya adalah membuat publik dan organisasi atau lembaga saling mengenal. Baik mengenal kebutuhan, kepentingan, harapan, maupun budaya masing-masing. Dengan demikian aktivitas humas haruslah menunjukkan adanya usaha komunikasi untuk mencapai saling kenal dan mengerti.
- 2) Menjaga dan Membentuk Saling Percaya (aspek afeksi).
Dari definisi di atas disimpulkan bahwa Humas merupakan serangkaian kegiatan yang direncanakan sedemikian rupa, teratur dan berkesinambungan untuk mencapai tujuan organisasi. Tujuannya tersebut antara lain membentuk citra positif perusahaan dimata publik. Bila tujuan yang pertama mengarah pada penguatan dan perubahan pengetahuan (kognisi), maka tujuan berikutnya adalah

lebih pada tujuan emosi, yakni pada sikap (afeksi) saling percaya (*mutual confidence*). Untuk mencapai tujuan saling percaya ini, prinsip-prinsip komunikasi persuasif dapat diterapkan. Sikap saling percaya keberadaannya masih bersifat laten (tersembunyi), yakni ada pada keyakinan seseorang (publik) akan kebaikan atau ketulusan orang lain (organisasi atau lembaga) dan juga pada keyakinan organisasi atau lembaga akan kebaikan atau ketulusan publiknya.

3) Memelihara dan Menciptakan Kerjasama (aspek psikomotoris)

Tujuan selanjutnya adalah dengan komunikasi diharapkan akan terbentuknya bantuan dan kerja sama nyata. Artinya, bantuan dan kerja sama ini sudah dalam bentuk perilaku atau termanifestasikan dalam bentuk tindakan tertentu.

Mengacu pada tiga tujuan diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa setelah pengetahuan atau pikiran dibuka, emosi atau kepercayaan disentuh maka selanjutnya perilaku positif dapat diraih.

Humas Kepolisian

Humas Polresta Samarinda merupakan subjek pada penelitian ini. Kepala Sub bagian Humas Polresta Samarinda merupakan Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) pada kesatuan Polresta Samarinda sesuai dengan petunjuk teknis yang terkandung dalam Perkap Nomor 24 Tahun 2011.

Humas Kepolisian bertujuan mencerdaskan, meningkatkan dan memantapkan kesadaran hukum masyarakat, membangun citra kepolisian, memberdayakan seluruh potensi masyarakat yang sejahtera lahir dan batin. Implementasi tugas dan peran tersebut diwujudkan melalui kegiatan silaturahmi, diskusi, sosialisasi, audiensi, dialog, kegiatan bersama, memenuhi permintaan undangan, narasumber, serta melakukan pembinaan yang bersifat teknis.

Humas dalam kepolisian dapat dipahami sebagai humas non profit. Artinya humas kepolisian dalam mencapai tujuan tidak berorientasi pada keuntungan yang bersifat materiil (Morissan, 2010: 89). Untuk itu keberadaan humas kepolisian diharapkan dapat membantu dan berperan aktif dalam menjalankan serta mensosialisasikan kebijakan serta peraturan yang berhubungan dengan masyarakat. Adapun humas kepolisian harus memiliki sifat membina dan mengembangkan partisipasi masyarakat yang bersifat transparan.

Berdasarkan penjelasan di atas maka peneliti menyimpulkan, humas kepolisian merupakan salah satu keharusan fungsional dalam rangka tugas penyebaran informasi tentang kebijakan, program, dan kegiatan-kegiatan lembaga kepolisian kepada masyarakat. Polisi sebagai pelayan masyarakat memberikan penerangan kepada masyarakat dengan maksud agar terjadi perubahan perilaku atau sikap yang berguna bagi diri pribadi maupun kelompok atau masyarakat.

Strategi Public Relations

Pelaksanaan strategi *Public Relations* dalam berkomunikasi menurut Cutlip, Centre & Broom yang dikenal dengan istilah “7-Cs PR Communications” (Ruslan, 2007:122-123), yaitu sebagai berikut:

- a) *Credibility* (Kredibilitas) yaitu komunikasi dimulai dari suasana saling percaya yang diciptakan oleh pihak komunikator secara sungguh-sungguh untuk melayani publik yang memiliki keyakinan dan respek. Kemampuan komunikator untuk menjelaskan dengan akurat, menarik perhatian, memberikan motivasi dan solusi.
- b) *Context* (Pertalian) yaitu menyangkut sesuatu yang berhubungan dengan lingkungan sosial, kesesuaian pesan dengan kenyataan masyarakat. Komunikasi efektif diperlukan untuk mendukung lingkungan sosial melalui pemberitaan di berbagai media massa.

- c) *Content* (Isi) Isi pesan yang menyangkut kepentingan orang banyak sehingga informasi dapat diterima sebagai sesuatu yang bermanfaat untuk publik.
- d) *Clarity* (Kejelasan) Pesan harus disusun dengan kata-kata yang jelas, mudah dimengerti serta memiliki pemahaman yang sama antara komunikator dengan komunikan.
- e) *Continuity and Consistency* (Kesesinambungan dan Konsistensi) Komunikasi merupakan proses yang tidak pernah berakhir, oleh karena itu dilakukan secara berulang-ulang dengan berbagai variasi pesan untuk mempermudah pemahaman, membujuk dan pesan tersebut harus konsisten (pesan atau berita tidak saling bertentangan).
- f) *Channel* (Saluran Pengiriman Berita) Saluran atau sarana yang digunakan dalam menyampaikan pesan atau informasi sangatlah penting dalam proses komunikasi. Komunikator harus mempergunakan saluran media informasi yang tepat dan terpercaya, serta dipilih oleh publik sebagai target utama dalam mendapatkan informasi.
- g) *Capability of the audience* (Kemampuan Komunikan) Komunikasi dapat menjadi efektif apabila komunikan memahami isi pesan. Oleh karena itu, komunikator harus memperhatikan kemampuan komunikan dalam menerima pesan, agar tidak terjadi kesalah fahaman.

Pengertian Berita Hoax

Kata berita berasal dari bahasa Sangsekerta, *vrit* (ada atau terjadi) atau *vritta* (kejadian atau peristiwa). Sedangkan dalam kamus bahasa Indonesia menyebutkan, berita adalah “laporan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat”. Secara umum, berita dapat diartikan sebagai informasi baru atau informasi mengenai sesuatu yang sedang terjadi atau informasi yang sebelumnya tidak di ketahui, disajikan lewat bentuk cetak, siaran, internet, atau dari mulut ke mulut kepada orang ketiga atau orang banyak. (Sumadiria 2005:64).

Menurut Haris Sumadiria berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media *on line internet*.

Hoax dalam Bahasa Indonesia berarti berita bohong, informasi palsu, atau kabar dusta. *Hoax* dalam kamus Oxford diartikan sebagai suatu bentuk penipuan yang tujuannya untuk membuat kelucuan atau membawa bahaya. Menurut Lynda Walsh dalam buku "*Sins Against Science*", istilah *hoax* merupakan kabar bohong, istilah dalam bahasa Inggris yang masuk sejak era industri. *Hoax* dapat diartikan yaitu istilah untuk menggambarkan suatu berita bohong, fitnah, atau sejenisnya. (Christiany Juditha, 2018:33).

Menurut Ketua Komunitas Masyarakat Indonesia Anti Fitnah, Septiaji Eko Nugroho, *hoax* merupakan informasi yang direayasa untuk menutupi informasi sebenarnya atau juga dapat diartikan sebagai upaya pemutarbalikan fakta menggunakan informasi yang meyakinkan tetapi tidak dapat diverifikasi kebenarannya. Selain itu, *hoax* juga bisa diartikan sebagai tindakan mengaburkan informasi yang sebenarnya, dengan cara membanjiri suatu media dengan pesan yang salah agar bisa menutupi pesan yang benar. (www.kominfo.go.id).

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa *Hoax* adalah sebuah pemberitaan palsu dimana ada usaha untuk menipu atau mengakali pembaca atau pendengarnya untuk mempercayai sesuatu yang tidak benar keberadaanya.

Definisi Konseptional

Strategi humas merupakan panduan dan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*)

untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan dalam arti bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi. Yang di maksud dalam penelitian ini adalah strategi humas Polresta Samarinda dalam menangani berita hoax yang beredar di Samarinda dengan studi kasus pada pemilihan umum presiden tahun 2019. Dimana dalam penelitiannya, peneliti menggunakan teori “7-Cs PR Communications” yang digagas oleh Cutlip, Centre & Broom.

7-Cs PR Communications (Ruslan, 2007) memberikan suatu formulasi dalam bentuk pertanyaan yang harus dijawab “*who says what in which channel to whom and with what effect?*” seperti sifat aliran pesan-pesannya, konteks komunikasinya, mekanisme, umpan baliknya, kecepatan serta luas jangkauannya, masalah seleksi serta seberapa berpengaruh pesan yang disampaikan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan unsur-unsur pokok yang sesuai dengan butir-butir rumusan masalah dan tujuan penelitian. Disebut penelitian deskriptif, karena penelitian ini bermaksud untuk memaparkan secara cermat terhadap gejala-gejala (fenomena) sosial, situasi dan kondisi, atau kejadian yang diamati dan berusaha untuk menghimpun fakta-fakta yang nampak namun tidak melakukan pengujian hipotesis.

Dengan digunakannya metode kualitatif deskriptif, maka data yang didapat akan lebih lengkap, lebih mendalam, kredibel, dan bermakna sehingga tujuan penelitian dapat dicapai. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif, penulis yakin akan memperoleh data yang lebih tuntas, pasti, sehingga memiliki kredibilitas yang tinggi.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan pada Undang-undang keterbukaan informasi, masyarakat memiliki kebebasan dalam mengakses atau mendapatkan informasi dari badan publik. Maka dari itu, diperlukan dukungan dari badan publik tersebut untuk merealisasikan dengan menyampaikan informasi secepat mungkin. Adapun kemajuan teknologi menjadi faktor pendukung dalam merealisasikan penyampaian informasi hingga sampai kepada masyarakat dengan perencanaan yang tepat.

Berdasarkan data-data yang diperoleh dari Studi Pustaka yang telah penulis lakukan maka dapat diambil kesimpulan bahwa hoax dan ujaran kebencian berkembang di Samarinda karena beberapa faktor berikut ini: (1) Motif politik kekuasaan yang menjadikan hoax sebagai sebuah cara yang paling efektif untuk mencapai tujuan; (2) Penyebaran hoax dan ujaran kebencian dilakukan secara terorganisir hal ini dibuktikan dengan tertangkapnya sindikat pembuat dan penyebar hoax; (3) Masyarakat belum memiliki kesadaran sosial dalam menyeleksi berbagai informasi yang di dapat melalui media sosial sehingga segala informasi yang di dapatkan kebanyakan mudah di terima tanpa mencari kebenarannya; (4) Orang-orang atau tokoh-tokoh yang mempunyai banyak pengikut dan pengaruh sering menyalahgunakan pengaruhnya dengan membuat atau menyebarkan opini pribadinya tanpa mempedulikan akibatnya di masyarakat.

Setelah mengetahui besarnya pengaruh hoax terhadap kehidupan sosial dimasyarakat, maka para pengguna media sosial harus bijak dalam memilih informasi. Adapun peran pemerintah melalui instansi-instansi yang terkait seperti KOMINFO dan Polresta khususnya divisi humas harus berperan aktif menanggulangi dan mengantisipasi bahaya hoax, dari sisi dunia pendidikan semua institusi pendidikan harus berperan aktif memberikan edukasi untuk menanggulangi dan mengantisipasi bahaya hoax.

Dalam penelitian ini peneliti berusaha mengimplementasikan teori Scoot M Culpit dan Allen dalam bukunya yang berjudul “Effective Public Relations” diuraikan

beberapa faktor agar komunikasi berlangsung efektif yang dinamakan dengan “*The Seven Communication*” atau 7C. Teori ini dianggap relevan dengan realita yang ada pada Strategi Humas Polresta Samarinda dalam menangani berita palsu atau *hoax* pilpres 2019 di Samarinda. Berikut adalah pembahasan hasil penelitian yang diuraikan melalui beberapa tahapan 7C.

1. *Credibility*

Menurut Cutlip, Centre & Broom (Ruslan, 2007:122-123), *Credibility* (Kredibilitas) yaitu komunikasi dimulai dari suasana saling percaya yang diciptakan oleh pihak komunikator secara sungguh-sungguh untuk melayani publik yang memiliki keyakinan dan respek. Kemampuan komunikator ini untuk menjelaskan dengan akurat, menarik perhatian, memberikan motivasi dan solusi.

Tujuan hubungan masyarakat adalah terpeliharanya saling pengertian, menjaga dan membentuk saling percaya dan memelihara dan menciptakan kerjasama. Dalam hal ini, komunikasi diharapkan percaya pada sumber informasi (komunikator) dan menghormati kompetensi dari sumber informasi terhadap topik informasi. Rasa saling percaya tersebut dibangun dari awal oleh humas Polresta Samarinda terhadap masyarakat di Samarinda.

Rasa saling percaya tersebut ditunjukkan melalui dua hal yaitu, kredibilitas dari para sumber yang dapat dilihat dari pengetahuan, pengalaman dan kedudukan sumber itu sendiri. Sumber disini merupakan perorangan atau lembaga yang ditunjuk langsung sebagai komunikator oleh humas untuk mengisi kegiatan sosialisasi atau penyuluhan dalam melakukan himbauan agar tidak mudah percaya pada berita *hoax*, khususnya saat menjelang Pemilu Presiden 2019.

Selanjutnya, fasilitas yang ditawarkan kepada masyarakat Samarinda oleh humas, yakni kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh humas Polresta Samarinda. Salah satunya menjadi narasumber dalam kegiatan Deklarasi Anti Hoax yang diadakan oleh jurnalis di Samarinda. Kegiatan tersebut dilakukan dalam rangka mengantisipasi dan mengedukasi masyarakat dalam penyebaran *hoax* dan ujaran kebencian di tahun politik.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa kredibilitas yang dibangun oleh humas Polresta Samarinda adalah dengan cara mengadakan sosialisasi anti *hoax* di kampus maupun sekolah sebagai Narasumber utama yaitu Ipda Danova selaku Kepala Sub Bagian Humas, dengan mengundang sumber atau komunikator pendamping, antara lain Dinas KOMINFO Samarinda dan Charles Siahaan selaku Ketua Komunitas Gerakan Anti Hoax Samarinda, lalu menjadi narasumber kegiatan jurnalis dalam kegiatan anti Hoax, mengisi talkshow ‘Halo Polisi’ di radio RRI secara rutin, serta aktif menyampaikan himbauan melalui media sosial yang dimiliki oleh Polresta Samarinda. Dengan tujuan, kredibelnya sumber dalam kegiatan akan meningkatkan rasa percaya masyarakat dalam menerima pesan yang di sampaikan.

Dari hasil temuan dilapangan menunjukkan bahwa humas Polresta Samarinda telah berupaya dalam mencapai tujuan dari humas itu sendiri dimana kehumasan haruslah menunjukkan adanya usaha komunikasi untuk mencapai saling mengerti yang telah dilakukan dengan memberikan informasi - informasi terkait dalam kepolisian mulai dari aktivitas kepolisian, pengungkapan kasus hingga himbauan yang disampaikan kepada masyarakat, kemudian dalam menjaga hubungan dan membentuk saling percaya kepada masyarakat adalah dengan menyampaikan informasi tersebut secara persuasif dan terus menerus sehingga dari semua tindakan komunikasi yang dilakukan maka terbentuknya kerjasama yang nyata dengan masyarakat.

2. Context

Menurut Cutlip, Centre & Broom (Ruslan, 2007:122-123), komunikasi yang efektif membutuhkan lingkungan sosial yang mendukung dan tidak ada gangguan antara komunikator dengan komunikan serta sarana atau media komunikasi saling berkaitan. Singkatnya, program komunikasi harus sesuai dengan kenyataan yang ada di lingkungan. Dalam kehidupan sehari-hari, terdapat berbagai berita yang memberikan banyak informasi terkini. Namun, tidak semua berita memiliki kebenaran yang mutlak.

Meningkatnya berita palsu atau ujaran kebencian menjelang pilpres sudah tidak asing lagi bagi masyarakat di Samarinda. Terlepas dari kemajuan teknologi, dalam dunia media sosial berita sangat mudah dan cepat tersebar dan sulit untuk disaring benar atau tidaknya berita tersebut. Tidak dapat dipungkiri, bahwa hal itu dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab untuk menyebarkan berita bohong, salah satunya bertujuan untuk kampanye hitam pada lawan dalam Pemilihan Umum Presiden 2019.

Fenomena hoax berkaitan dengan menjelangnya Pemilihan Umum Presiden di Samarinda, diketahui dengan adanya berbagai kejadian yang terjadi menyebabkan keresahan dimasyarakat luas. Sebagai contoh, berita hoax tentang pemilihan umum di Kota Samarinda pada Tahun 2019 oleh salah satu akun facebook. Pemberitaan palsu tersebut mengatakan bahwa Personel Polresta Samarinda melakukan intimidasi terhadap Majelis Rasulullah di jalan Cendana dicurigai adanya deklarasi terselubung. Berita tersebut ditujukan untuk pihak polisi yang tidak bersikap netral terhadap Capres dan Cawapres. Polresta Samarinda kemudian melakukan pengecekan ke tempat kejadian perkara untuk mengklarifikasi kebenaran kepada pihak Majelis tentang berita tersebut. Pihak Majelis pun menyampaikan bahwa berita tersebut adalah hoax (tidak benar).

Dengan demikian, hal tersebut menjadi tugas utama humas kepolisian khususnya dalam hal ini Humas Polresta Samarinda untuk menyelidiki terlebih dahulu dan kemudian memberikan informasi, klarifikasi atau penegasan terhadap berita yang tersebar dengan fakta yang sebenarnya di lapangan agar tidak meresahkan masyarakat dalam menjelang Pemilu Presiden 2019.

Dari hasil penelitian, humas Polresta Samarinda telah dengan tanggap memberikan informasi atau melakukan klarifikasi apabila terdapat laporan atau berdasarkan hasil penyelidikan dan pengamatan humas Polresta Samarinda sendiri terkait berita yang tersebar di lingkungan masyarakat. Adapun humas akan melakukan observasi terlebih dahulu terhadap berita terkait, apabila berita tersebut tidak dapat dipastikan kebenarannya ataupun berbeda dengan kondisi di lapangan, maka humas akan memberikan klarifikasi melalui akun resmi humas Polresta Samarinda.

3. Content

Menurut Cutlip, Centre & Broom (Ruslan, 2007:122-123), pesan harus mengandung makna bagi penerima dan sesuai dengan sistem nilai penerima. Adapun isi pesan dalam strategi ini harus menyangkut kepentingan publik, sehingga informasi dapat diterima sebagai sesuatu yang bermanfaat bagi publik.

Dalam pembuatan pesan, humas Polresta Samarinda sangat mengutamakan nilai-nilai yang terkandung di dalamnya. Hal itu dapat dilihat dari informasi yang di sebarakan oleh humas berisikan nilai-nilai keragaman masyarakat yakni toleransi dan persatuan bangsa yang berasal dari kebhinekaan. Selain itu, pesan juga berisikan tentang himbuan agar lebih bijak dalam menyaring berita, dan lebih waspada terhadap berita yang belum dapat dipastikan kebenarannya. Hal tersebut ditujukan oleh humas sebagai upaya agar tidak terjadi perselisihan antar masyarakat saat menjelang, maupun setelah berjalannya Pemilu Presiden 2019.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam proses pembuatan pesan staff humas melakukan pengolahan data sehingga menjadi informasi kasubbag humas untuk di validasi, kemudian melakukan pengecekan informasi yang akan disampaikan ke masyarakat dengan mempertimbangan segi kemanfaatan dan dampak secara rasional tentunya memperhatikan Peraturan Kepolisian mengenai Tata Cara Pelayanan Informasi Publik.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa humas Polresta Samarinda telah menyampaikan pesan yang disesuaikan dengan kepentingan masyarakat di Samarinda. Hal itu dapat dilihat dari strategi humas dalam membuat isi pesan secara terorganisir dan dilihat dari segi kualitas dan manfaatnya untuk masyarakat, lalu kemudian menyebarkan himbauan atau informasi yang terkait berita palsu atau *hoax* yang marak tersebar di Kota Samarinda khususnya pada Pemilu Presiden 2019.

4. *Clarity*

Menurut Cutlip, Centre & Broom (Ruslan, 2007:122-123), pesan harus disampaikan dalam istilah yang sederhana. Selain itu, pesan juga harus memiliki maksud, tema dan tujuan yang sama antara komunikator dan komunikan.

Kejelasan komunikasi yang dilakukan humas Polresta Samarinda dapat dilihat dari pemilihan sumber, konteks dan konten pesan mengenai penanganan *hoax* pada Pemilu Presiden 2019 yang sudah ditentukan dan dipersiapkan sedemikian rupa, sehingga humas dengan mudah dan cepat menyampaikan himbauan-himbauan ataupun klarifikasi kepada masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa dalam menyampaikan pesan melalui himbauan dan klarifikasi, humas Polresta Samarinda menggunakan bahasa, kata-kata maupun istilah yang mudah dimengerti oleh berbagai kalangan masyarakat. Selain itu, humas juga memberikan contoh-contoh kasus *hoax* yang telah beredar melalui dua cara, yakni secara langsung melalui presentasi pada kegiatan sosialisasi dan secara tidak langsung melalui media sosial pada akun-akun resmi humas Polresta.

Dengan begitu, informasi-informasi yang disampaikan humas melalui himbauan dan klarifikasi dapat dikatakan memiliki tingkat kejelasan yang cukup. Mengingat penyampaian pesan yang dilakukan humas menggunakan bahasa yang sederhana sehingga mudah dimengerti dan penyampaiannya juga dilakukan dengan cara langsung dan tidak langsung.

5. *Continuity and Consistency*

Menurut Cutlip, Centre & Broom (Ruslan, 2007:122-123) Komunikasi dilakukan secara berulang dengan berbagai variasi pesan dan pesan-pesan tersebut harus konsisten yang berarti pesan tidak saling bertentangan sehingga mempermudah dalam melakukan proses komunikasi. Hal ini dilakukan untuk mempermudah komunikan dalam memahami pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Berdasarkan pada hasil penelitian, dapat diketahui bahwa humas Polresta Samarinda secara terus-menerus memberikan informasi kepada masyarakat terkait *hoax* Pemilu Presiden 2019 melalui pesan yang bervariasi dan melalui berbagai media. Pesan yang disampaikan oleh humas biasanya berbentuk himbauan, ajakan, larangan dan klarifikasi. Pesan itu sendiri disebar oleh humas secara intens setiap hari dengan tujuan agar masyarakat lebih mudah menyaring antara berita asli dan palsu.

Selain pesan disampaikan secara kontinuitas, humas juga menyampaikan informasi secara konsisten, yang berarti isi pesan yang disebar tidak saling bertentangan antara satu dan lainnya. Dengan demikian, dapat penulis ketahui bahwa

informasi yang disebar oleh humas terkait bermacam berita *hoax* Pemilu Presiden 2019 dilakukan secara berkelanjutan dan konsisten. Hal itu dilakukan guna mengurangi tersebarnya berita palsu yang akan mengganggu ketenangan masyarakat khususnya menjelang Pemilu Presiden 2019 di Kota Samarinda.

6. Channel

Menurut Cutlip, Centre & Broom (Ruslan, 2007:122-123), *Channel* (Saluran Pengiriman Berita) adalah saluran atau sarana yang digunakan dalam menyampaikan pesan atau informasi sangatlah penting dalam proses komunikasi. Komunikator harus mempergunakan saluran media informasi yang tepat dan terpercaya, serta dipilih oleh publik sebagai target utama dalam mendapatkan informasi.

Pemilihan saluran atau media merupakan hal yang cukup penting dalam proses komunikasi agar pesan dapat sampai sesuai target sasaran. Adapun media atau alat komunikasi yang digunakan harus sudah biasa digunakan oleh masyarakat umum.

Jefkins dalam Wardhani (2008:8) menjelaskan mengenai target media relations adalah pencapaian publikasi atau penyiaran yang maksimal atas informasi organisasi. Publikasi maksimal tidak hanya dari sisi jumlah media yang memuat, melainkan juga penyampaian informasi yang lengkap, serta berada diposisi yang strategis atau mudah dibaca, didengar atau ditonton oleh pemirsa.

Berdasarkan uraian diatas, bahwa semakin canggihnya sistem informasi sekarang membuat Humas Polresta Samarinda memilih media sosial sebagai alat untuk menyampaikan informasi, hal itu sangat memudahkan humas dalam proses penyampaian informasi kepada masyarakat dan masyarakat juga dimudahkan dalam menyampaikan aspirasi maupun keluhan kepada Polresta Samarinda, media sosial ini dikelola langsung oleh staff humas.

Oleh karena itu, media sosial adalah salah satu media yang dianggap oleh humas paling efektif untuk melakukan sosialisasi pada masyarakat karena dirasa efisien dan memang media sosial diminati oleh semua kalangan masyarakat khususnya para anak muda guna mendukung strategi komunikasi. Adapun terdapat beberapa kanal digital yang digunakan oleh Polresta Samarinda sebagai strategi komunikasi melalui media sosial, sebagai berikut: (1) Facebook @Polrestasamarinda. (2) Twitter@Polresta_SMD. (3)Instagram @polrestasamarinda (4) Website resmi www.polrestasamarinda.com.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Polresta Samarinda menggunakan berbagai macam kanal digital sebagai cara agar informasi yang disampaikan kepada publik dapat diterima dengan baik. Selain itu, pemenuhan konten yang disiapkan semakin mempertegas bahwa media sosial pada humas Polresta Samarinda benar-benar dilakukan agar setiap kanal digital bisa menyesuaikan berdasarkan karakteristik masing-masing dan menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat.

7. Capability of the audience

Menurut Cutlip, Centre & Broom (Ruslan, 2007:122-123), komunikasi dapat dikatakan efektif apabila komunikator (pengirim pesan) tidak membebani komunikan (penerima pesan) untuk memahaminya. Kemampuan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti waktu yang dimiliki, kebiasaan, kemampuan membaca, dan pengetahuan yang dimiliki.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa humas Polresta Samarinda menentukan sasaran dalam menyebarkan himbauan mengenai *hoax* ialah kepada seluruh masyarakat di Kota Samarinda. Namun, yang menjadi sasaran utama humas ialah anak muda yang termasuk kategori generasi milenial yang saat ini sangat dekat dengan perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi.

Selain itu, mahasiswa juga termasuk sebagai sasaran yang utama dikarenakan mahasiswa sudah awam terhadap proses memilah antara berita yang fakta dan palsu. Mahasiswa juga di anggap lebih peduli terhadap penanganan kasus *hoax*. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa humas Polresta Samarinda menitik beratkan fokusnya untuk menyebarkan informasi-informasi terkait *hoax* di dasarkan pada kemampuan audiens yang selektif, kritis dan objektif.

Terlepas dari kegiatan Humas Polresta Samarinda melalui media sosial, terdapat kelebihan dan kekurangan yang dihadapi. Kelebihan dan kekurangan sebagai berikut:

1. Kelebihan strategi komunikasi humas Polresta Samarinda melalui media sosial:
 - a. Alur komunikasi humas Polresta Samarinda menjadi lebih efektif dan efisien dengan adanya media sosial. Sehingga segala informasi yang memerlukan kecepatan dapat tersampaikan dan diselesaikan dengan tepat.
 - b. Penyajian informasi melalui kanal digital lebih terorganisir dan lebih menarik karena adanya pelatihan untuk meningkatkan media sosial di lingkup humas Polri termasuk humas Polresta Samarinda.
 - c. Masyarakat dengan mudah memperoleh informasi mengenai Polresta Samarinda. Hal ini dipertegas dengan kanal digital yang menyajikan konten menarik yang sesuai karakteristik masing-masing media sosial yang lebih aktif.
 - d. Masyarakat lebih mudah terhubung dengan institusi Polresta Samarinda yang dipertegas dengan informasi yang secara langsung diterima serta masyarakat yang bisa melakukan *direct message* (DM) ke kanal digital yang selanjutnya akan diarahkan oleh admin.
 - e. Staf yang ada di humas Polresta Samarinda sesuai dengan bidangnya dipertegas dengan adanya spesifikasi yang jelas dalam penerimaan pegawai Polri termasuk Polresta Samarinda sebagai upaya adaptasi.
2. Kekurangan strategi komunikasi humas Polresta Samarinda melalui media sosial:
 - a. Kurangnya staf di humas Polresta Samarinda sehingga dalam pengelolaan kanal digital masih terbatas.
 - b. Belum ada sub bidang multimedia yang memiliki fokus pada digital savvy sehingga dalam pengelolaan informasi tidak terfokus pada 1 sub bidang, berbeda dengan divisi humas Polri yang telah berfokus di bidang multimedia.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 28 Ayat 1 dijelaskan bahwa setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian, dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00- (satu miliar rupiah)

Berdasarkan Undang-Undang ITE tersebut diatas diharapkan pihak kepolisian dapat menetapkan strategi yang tepat untuk menanggapi berita-berita palsu atau *hoax* yang sangat meresahkan masyarakat. Dengan adanya Undang-Undang ITE menjadi dasar bagi pihak kepolisian untuk menjerat para pelaku penyebar berita palsu atau *hoax* dengan ancaman sanksi pidana kurungan dan denda.

Dengan demikian aspek kejujuran atau obyektivitas dalam komunikasi merupakan etika yang didasarkan kepada data dan fakta. Faktualisasi menjadi kunci dari etika kejujuran. Menulis dan melaporkan dilakukan secara jujur, tidak memutarbalikkan fakta yang ada. Dalam istilah lain adalah informasi yang teruji kebenarannya dan orangnya terpercaya atau adapat diakui integritas dan kredibilitasnya.

Berdasarkan penelitian ini terdapat hal mengenai kelebihan strategi komunikasi humas Polresta Samarinda melalui media sosial yang juga mampu meningkatkan komunikasi antara staf sehingga pola komunikasi yang terbentuk lebih solid. Akan

tetapi, kekurangan jumlah staff tetap mempengaruhi kinerja humas Polresta Samarinda. Khusus pada belum adanya sub bidang multimedia yang khusus pada pengelolaan kanal digital, hal ini mempengaruhi kerja sehingga tidak optimal dalam mengingat berbagai macam perubahan yang dapat terjadi.

Media sosial sebagai salah satu kanal digital yang merupakan bagian dari kemajuan jaman perlu dimanfaatkan melalui media sosial. Hal ini telah dilakukan oleh Humas Polresta Samarinda bahkan menggunakan lebih banyak kanal digital dengan karakteristik yang berbeda. Walaupun pada prakteknya ada kekurangan dari belum adanya bidang multimedia yang benar-benar fokus pada pengelolaan media sosial. Dengan demikian, penelitian ini mendeskripsikan bahwa Polresta Samarinda menggunakan strategi komunikasi melalui media sosial dengan segala aktivitas yang mendukung.

PENUTUP

KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil penelitian mengenai strategi humas dalam menangani *hoax* pilpres 2019 yang beredar di Samarinda dalam teori 7-Cs PR Communications, Humas Polresta Samarinda telah menjalankan 7 komponen dalam teori yang digunakan dalam penelitian ini, hal itu dimaksud agar pelaksanaan penanganan beredarnya berita *hoax* di Samarinda menjadi efektif dan efisien.

1. *Credibility* dapat dilihat pada sumber-sumber pendamping yang dipilih untuk membantu kegiatan humas dalam penanganan Hoax. Misalnya, perorangan atau lembaga yang sudah memiliki pengalaman, pengetahuan, dan diakui memiliki kompetensi terkait penanganan *hoax*.
2. *Context*, bagian humas telah melakukan penyesuaian antara informasi dan kondisi terkini masyarakat di Samarinda.
3. *Content*, humas mengutamakan isi pesan yang menyangkut nilai-nilai toleransi dan persatuan bangsa.
4. *Clarity*, humas telah memastikan bahwa informasi-informasi yang disampaikan menggunakan bahasa yang sederhana, mudah di mengerti, dan tetap bersifat menarik.
5. *Continuity and Consistency*, humas menitikberatkan fokusnya pada penyampaian pesan yang berupa himbauan-himbau yang dilakukan secara berulang-ulang, dan memiliki isi yang konsisten. Pada tahap ini dimaksudkan agar masyarakat dapat lebih mudah memahami isi pesan.
6. *Channel* dan penyebaran informasi, humas Polresta Samarinda memanfaatkan kemajuan teknologi, yakni informasi yang disampaikan sekarang menggunakan berbagai media. Salah satunya yaitu media sosial dimana penggunaan media sosial yang dipilih sangat memudahkan dalam proses penyampaian informasi atau himbauan-himbau penyajian berupa tulisan atau artikel berserta foto dan video.
7. *Capability of the audience*, humas polresta Samarinda cenderung menargetkan sasaran komunikannya kepada anak muda, karena menurut informan, anak muda atau mahasiswa berperan aktif dalam penyebaran informasi khususnya di media sosial.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Humas Polresta disini telah menjadi fasilitator komunikasi dan teknisi komunikasi sesuai teori 7-Cs PR Communications. Komponen Channel atau Saluran Komunikasi menjadi peran

penting dalam Strategi yang dilakukan Humas sendiri dimana melaksanakan komunikasi dan memberikan layanan komunikasi dari lembaga kepada masyarakat khususnya dalam hal ini penanganan Hoax Pilpres 2019 yang dilakukan secara rutin dan semua didukung dengan kemajuan teknologi sehingga membuat kinerja dalam proses penyampaian informasi menjadi lebih cepat dan akurat.

Saran

Adapun saran - saran yang dapat peneliti berikan berdasarkan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa Humas Polresta Samarinda telah menjalankan perannya dengan baik namun masih kurangnya peran humas untuk ikut serta dalam berkomunikasi kepada masyarakat secara langsung.
2. Bagi Pihak Humas Polresta Samarinda hendaknya meningkatkan penyebaran informasi dan himbauan seperti menggunakan baliho, spanduk, dan brosur.
3. Bagi Pihak Manajemen Polresta Samarinda hendaknya meningkatkan kualitas SDM dalam pengelolaan informasi maupun bidang kehumasan yaitu dengan melakukan pelatihan-pelatihan bagi para staff sehingga dapat berinovasi dalam penyampaian informasi.
4. Bagi Pihak Humas Polresta Samarinda hendaknya mempunyai staff khusus pada bidang multimedia dalam humas yang benar-benar fokus pada pengelolaan media sosial.
5. Bagi Pihak Akademisi maupun seluruh masyarakat agar ikut berpartisipasi dalam program Humas Polresta Samarinda untuk menangani Berita hoax yang meresahkan serta mengganggu ketenangan. Agar Indonesia khususnya Samarinda dapat selalu aman dan tentram.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Abdul Wahidi dan M. Labib. 2005. *Kejahatan Mayantara (cybercrime)*. Bandung: Refika Aditama.
- Abdurrachman, Oemi. 2001. *Dasar-Dasar Public Relation*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- As.Haris.Sumadiria. 2005. *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature, Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. PT Remaja Rosada Karya.
- Briones, Rowena L., Kuch, Beth., Liu, Brooke Fisher., et al. 2011. *Keeping Up with the Digital Age: How the American Red Cross Uses Social Media to Build Relationships*. Public Relations Review, 37, 37-43.
- Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Cutlip, Scott M, dkk. 2006. *Effective Public Relations*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kartikasari, N. 2017. *Viral: Gebrakan Kekinian Public Relations di Era Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kriyantono, Rahmat. 2009. *Teknik Praktik Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Laksamana, A. 2018. *Public Relations in the Age of Disruption*. Yogyakarta: PT Bentang Pustaka.
- Moleong, Lexy. J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2008. *Manajemen Public Relations, Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Mulyana, Dedi. 2001. *Metode Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2006. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsep dan Aplikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Suparni, Niniek. 2009. *Cyberspace Problematika & Antisipasi Pengaturannya*. Jakarta : Sinar Grafika.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wardhani, Diah. 2008. *Media Relations*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Widjaja, H.A.W. 2008. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Winarni, 2003. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. UMM Press: Malang.

Jurnal dan Karya Penelitian :

- Juditha, Christiany. *Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya Hoax Communication Interactivity in Social Media and Anticipation*. Jurnal Pekommas. Vol. 3 No. 1, April 2018: 31-44.
- Yuliawati, Irawan, E.P. (2016). *Peran Cyber Public Relations Humas Polri dalam Memberikan Pelayanan Informasi Publik secara Online (Studi Deskriptif tentang Penerapan Peran Cyber Public Relations dalam Mengelola website humas.polri.go.id sebagai implementasi Undang-undang Keterbukaan Informasi Publik)*. Politikom Indonesiana: Kajian Ilmu Pemerintahan, Ilmu Politik, dan Ilmu Komunikasi, 1, 208-220.

Dokumen:

- Peraturan Kepala Kepolisian Negara Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2010
- Undang - Undang RI Nomor 14 Tahun 2008 yang mengatur tentang Keterbukaan Informasi
- Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- Ketentuan Umum Perkap Nomor 16 Tahun 2010 tentang Tugas Humas Kepolisian
- Ketentuan Umum Perkap Nomor 24 Tahun 2011 tentang Tugas Humas Kepolisian

Sumber Internet :

- http://kaltim.antaranews.com/berita/34088/kepolisian-samarinda-diminta-tindaktegas-pela-kukejahatan?utm_source=related_news&utm_medium=related&utm_campaign=news (diakses tanggal 10 September 2018)
- Gegara Korban Berita Hoax, Satu TPS di Samarinda Terpaksa Pemungutan Suara Ulang. *Tribun Kaltim*.
<https://kaltim.tribunnews.com/2019/04/27/gegara-korban-berita-hoax-satu-tps-di-samarinda-terpaksa-pemungutan-suara-ulang?page=3> (diakses 15 Juli 2019)
- Polisi Intimidasi Majelis adalah Hoax*. *Polresta Samarinda*.
<https://www.polrestasamarinda.com/2018/09/> (diakses tanggal 15 Juli 2019)
- Yovita. *Melawan Hoax*.
https://www.kominfo.go.id/content/detail/8790/melawan-hoax/0/sorotan_media (diakses tanggal 23 Juli 2019)
- <https://www.polrestasamarinda.com> (diakses tanggal 12 Januari 2019)
- <https://www.humas.polri.go.id> (diakses tanggal 10 Desember 2018)
- <https://www.tribrtanews.com> (diakses 12 Desember 2018)
- Instagram/polrestasamarinda (diakses 15 Maret 2019)
- Facebook/polrestasamarinda (diakses 10 April 2019)
- Twitter/polrestasamarinda (diakses 10 April 2019)