

Efektivitas Komunikasi Persuasi dalam Program Kegiatan “Literasi Tangkal Hoax” oleh Direktorat Informasi dan Komunikasi Pembangunan Manusia dan Kebudayaan Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia
(Studi Deskriptif Efektivitas Komunikasi Persuasi dalam Program Kegiatan “Literasi Tangkal Hoax” Oleh Direktorat IKPMK Direktorat Jendral IKP Kementerian Komunikasi dan Informatika RI Melalui Forum Diskusi Millennial di Sidoarjo Tahun 2019)

Effectiveness Of Persuasion Communication in The "Literasi Tangkal Hoax" Program by The Directorate Of Information And Communication Human Development And Culture In The Directorate General of Information Public Communication at The Ministry Of Communication and Informatics RI.

(Descriptive Study of the Effectiveness of Persuasion Communication in the "Literasi Tangkal Hoax" Program by the Directorate of IKPMK in the Directorate General of IKP at the Ministry of Communication and Informatics RI Through Millennial Discussion Forums in Sidoarjo 2019)

¹Vinny Mifthac Agustiya, ²Riza Hernawati

^{1,2}*Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

email: ¹Vmifthac88@gmail.com, ²diza0712@yahoo.com

Abstract. The large number of internet users in Indonesia causes the dissemination of information in social media happens rapidly. No wonder, hoax, hatred speech, slander, and few posts containing SARA circulated along with independent journalism. To anticipate the spread of hoax in social media, the Directorate of IKPMK in the Directorate General of IKP do preventive steps to counter hoax. And one of the steps is by giving the by giving the society literacy about social media. This literacy activity formed as a program called “Literasi Tangkal Hoax” held by Ministry of Communication And Informatics RI. The aim of this research was to find out how the effectiveness of persuasion communication in “Literasi Tangkal Hoax” program. The methods used in this research is quantitative with descriptive approach. Data collecting techniques used in this tudy were questionnaire, interview, and study collection. This research focused on the used of persuasive communication in running the “Literasi Tangkal Hoax” program. So, that the effectiveness of this program can be measured. The results in this study show: (1) The source dimension delivered in this program is in the “Agree/Good” category which means it is effective. (2) The message dimension delivered in this program is in the “Very Agree/Very Good” category which means very effective. (3) The communicant dimension in the activity of this program is in the “Very Agree/Very Good” category which means it is very effective. It show that the used of persuasion communication implemented in “Literasi Tangkal Hoax” program has been run very effective.

Keywords: Effectiveness, Persuasion Communication, Literasi Tangkal Hoax Program

Abstrak. Banyaknya pengguna internet di Indonesia mengakibatkan penyebaran informasi di media sosial menjadi sangat cepat. Sehingga banyak pihak yang memanfaatkan media sosial untuk kepentingan perusahaan atau organisasi tertentu. Tak heran, hoaks (berita bohong), ujaran kebencian, fitnah dan postingan mengandung SARA beredar bersamaan dengan informasi dan berita jurnalistik yang profesional. Untuk mengantisipasi penyebaran hoaks di media sosial, Direktorat IKPMK Direktorat Jenderal IKP melakukan langkah preventif untuk menangkal hoaks. Salah satu langkahnya adalah memberikan literasi kepada masyarakat tentang media sosial, kegiatan komunikasi ini dilaksanakan melalui sebuah program yang disebut “Literasi Tangkal Hoaks” oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana efektivitas komunikasi persuasi dalam program “Literasi Tangkal Hoax” yang dilakukan oleh direktorat IKPMK ditjen IKP Kementerian Komunikasi dan Informatika. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Dan pengumpulan data

dilakukan dengan menyebarkan angket, wawancara dan studi koleksi. Penelitian ini difokuskan pada penggunaan komunikasi persuasif dalam menjalankan program kegiatan “Literasi Tangkal Hoax” agar dapat diukur efektivitasnya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Dimensi sumber berada pada kategori “Setuju/Baik” yang berarti sudah efektif. (2) Pada dimensi pesan yang disampaikan dalam Program Kegiatan berada pada kategori “Sangat Setuju/Sangat Baik” yang berarti sudah sangat efektif. (3) Pada dimensi komunikasi dalam program kegiatan yang dijalankan berada pada kategori “Sangat Setuju/Sangat Baik” yang berarti sudah sangat efektif. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan komunikasi persuasi dalam pelaksanaan program kegiatan “Literasi Tangkal Hoax” sudah sangat efektif.

Kata Kunci: Efektivitas, Komunikasi Persuasi, Program Literasi Tangkal Hoax.

A. Pendahuluan

Banyaknya pengguna internet di Indonesia mengakibatkan banyak pihak yang memanfaatkan media sosial untuk kepentingan-kepentingan sempit. Tak heran, hoax (berita bohong), ujaran kebencian, fitnah dan postingan bernuansa SARA beredar bersamaan dengan informasi dan berita jurnalistik yang profesional. Untuk mengatasi hal-hal seperti inilah dibutuhkan langkah preventif yang mujarab untuk mengantisipasi kejadian yang tidak diinginkan dimasa mendatang. Literasi adalah salah satu jawaban. Dalam hal mengantisipasi gejolak masyarakat yang ditimbulkan oleh gegap gempita media sosial langkah yang bagus adalah dengan memberikan literasi.

Menurut Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2015, Khususnya Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik wajib untuk menjalankan tugas melakukan media monitoring dan menganalisis konten media terkait dengan kebijakan dan program pemerintah. Melalui Direktorat Informasi dan Komunikasi Pembangunan Manusia dan Kebudayaan Kementerian Komunikasi dan Informatika maka dalam menjalankan program Pemerintah dibuatlah dengan cara mengadakan forum-forum yang nantinya bertujuan untuk mengedukasi masyarakat di seluruh Indonesia. Program Kegiatan diberi nama “**Literasi Tangkal Hoax**” yang dilakukan dalam rangka

percepatan diseminasi informasi.

Salah satunya adalah dengan mengadakan forum-forum yang tujuannya mengedukasi masyarakat yang tersebar diseluruh Indonesia tentu memerlukan teknik komunikasi yang mumpuni. Dalam hal ini tentu komunikasi yang digunakan adalah komunikasi Persuasif dimana narasumber memberikan pesan-pesan yang bersifat menggugah masyarakat sehingga yang tadinya masyarakat tidak tahu diharapkan menjadi paham mengenai literasi hoax. Hal ini tentu menjadi hal yang menarik untuk diteliti bahwa apakah program yang diterapkan memberikan sesuatu yang menunjukkan perubahan terhadap penyebaran informasi yang dilakukan di masyarakat. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Efektivitas Komunikasi Persuasi dalam Program Kegiatan “Literasi Tangkal Hoax” oleh Direktorat IKPMK Ditjen IKP KEMKOMINFO RI?”.

Selanjutnya identifikasi masalah dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut:

1. Bagaimana Sumber dalam Program Kegiatan Literasi Tangkal Hoax oleh Direktorat IKPMK Direktorat Jenderal IKP Kementerian Komunikasi dan Informatika RI?
2. Bagaimana Pesan dalam Program Kegiatan Literasi Tangkal Hoax oleh Direktorat IKPMK Direktorat Jenderal IKP Kementerian Komunikasi dan

Informatika RI ?

3. Bagaimana Komunikasi dalam Program Kegiatan Literasi Tanggal Hoax oleh Direktorat IKPMK Direktorat Jenderal IKP Kementerian Komunikasi dan Informatika RI?

B. Landasan Teori

Efektivitas adalah tingkat keberhasilan dalam mencapai tujuan atau sasaran (Etzioni, 1964). Efektivitas ini sesungguhnya merupakan suatu konsep yang lebih luas yang mencakup berbagai faktor didalam maupun diluar diri seseorang. Dengan demikian, efektivitas tidak hanya dilihat dari sisi produktivitas, tetapi juga dapat dilihat dari sisi persepsi atau sikap individu. (Simamora, 2008:31).

Komunikasi dikatakan efektif bila orang berhasil menyampaikan apa yang dimaksudkannya. Dalam kaitan ini Tubbs dan Moss (1996:22) mengemukakan, secara umum komunikasi dinilai efektif bila rangsangan yang disampaikan dan yang dimaksudkan oleh pengirim atau sumber berkaitan erat dengan rangsangan yang ditangkap dan dipahami oleh penerima. Lima hal yang dapat dijadikan ukuran bagi komunikasi yang efektif, yaitu pemahaman, kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan yang makin baik dan tindakan. (Moss dalam Suprpto, 2008:44)

Penyuluhan dilakukan dalam bentuk komunikasi satu arah, Dari berbagai model komunikasi yang telah dirumuskan oleh para ahli, dapat ditarik benang merah bahwa model komunikasi dapat diklasifikasikan ke dalam 3 (tiga) jenis model komunikasi, yaitu model komunikasi linear, model komunikasi transaksional dan model komunikasi interaksional (Arifin, 2006:45).

Kegiatan yang dilaksanakan di dalam sebuah kelompok merupakan salah satu cara yang dilakukan untuk dalam upaya menjaga efektivitas kelompok. Komunikasi kelompok terjadi ketika tiga orang atau lebih bertatap muka, biasanya dibawah pengarahannya seorang pemimpin untuk mencapai tujuan atau sasaran bersama dan mempengaruhi satu sama lain. (Deddy Mulyana dalam Radella, 2011: 61).

Komunikasi Persuasif adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain agar berubah sikapnya, opininya dan tingkahlakunya dengan kesadaran sendiri.” (Effendy, 1993:81).

G.R. Miller (1980) defined persuasive communications as *any message that is intended to shape, reinforce, or change the responses of another, or other*. Artinya adalah komunikasi persuasif sebagai pesan yang dimaksudkan untuk membentuk, memperkuat atau mengubah respon orang lain. (Stiff, 2003:4)

Persuasi berdasarkan komunikasi itu dalam kegiatannya dilakukan dalam segala bentuk komunikasi seperti *propaganda, publisitas, reklame, jurnalistik, public relations* dan lain-lain. Dengan demikian maka semua bentuk komunikasi itu semuanya bersifat persuasif dan semata-mata bekerja atau dipakai atas landasan psikologis dengan menggunakan argumentasi serta alasan-alasan. (Effendy, 2000:21).

Literasi media secara sederhana merupakan usaha untuk melek media massa (cetak, elektronik), informasi, berita, internet dan bertujuan untuk membendung berita palsu (*Hoax*) dan palsu (*fake*). Selama ini literasi media masih sangat penting, lantaran masyarakat kita masih “buta berita”,

media masa, media *online* dan mudah tertipu dengan berita *hoax dan fake*. (Ahmadi, 2018:103)

Pendekatan represif juga perlu dilakukan pendekatan preventif melalui literasi digital untuk mencegah meluasnya *hoax*. Dalam hal ini tidak hanya tanggung jawab pemerintah saja, lembaga pendidikan ataupun lembaga non pemerintah yang berkepentingan dalam hal ini. (Maulidi, 2018:359)

Komunikasi terjadi ketika seseorang pembicara menyampaikan pembicaraannya kepada khalayak dalam upaya merubah sikap mereka. Tepatnya, ia mengemukakan tiga unsur dasar proses komunikasi persuasif Aristoteles, yaitu a. Sumber (*Speaker*) b. Pesan (*Message*) c. Komunikan (*Listener*) (Mulyana, 2012:145)

Sumber Untuk mencapai komunikasi yang mengena, seorang komunikator selain mengenal dirinya, ia juga harus memiliki kepercayaan (*credibility*), daya tarik (*attractive*), dan kekuatan (*power*). (Cangara, 2014:99). Pesan (*message*) dalam proses komunikasi, kita tidak bisa melepaskan diri dari apa yang disebut simbol dan kode, karena pesan yang dikirim komunikator kepada penerima terdiri atas rangkaian simbol dan kode. (Cangara, 2014:111) Penerima pesan biasanya disebut dengan istilah Khalayak, sasaran, pembaca, pendengar, pemirsa, *audience, decoder*, atau komunikan. Khalayak adalah salah satu aktor dari proses komunikasi. Karena itu unsur khalayak tidak boleh diabaikan, sebab berhasil tidaknya suatu proses komunikasi sangat ditentukan oleh khalayak. Ada tiga macam selektivitas pesan yang bisa terjadi pada setiap penerima, yakni pemilihan informasi berdasarkan persepsi (*selective perception*), pemilihan berdasarkan liputan

(*selective exposure*), dan pemilihan berdasar ingatan (*selective retention*). (Cangara, 2014:171)

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka ditemukan bahwa :

Dimensi Sumber

Pada dimensi Sumber berhubungan dengan kredibilitas komunikator, daya tarik komunikator dan kekuasaan komunikator. Kredibilitas komunikator berarti bagaimana komunikasi yang disampaikan menjadi dapat dipercaya oleh komunikan, dan juga seorang komunikator yang ahli dibidang yang sesuai dengan apa yang disampaikan. Seorang komunikator juga harus mampu membangun kepercayaan komunikan terhadap wataknya pada saat berkomunikasi seperti menunjukkan akhlak yang baik, maksud yang baik, dan juga pikiran yang baik. Komunikator harus juga memiliki eksistensi dalam hal menyampaikan komunikasi seperti memiliki ciri khas sehingga menarik perhatian dan juga menyampaikan informasi yang mudah dimengerti oleh komunikan. Seorang komunikator harus mampu memimpin jalannya suatu proses komunikasi, agar proses komunikasi dapat berlangsung sesuai dengan yang direncanakan. Kompetensi dari seorang komunikator menjadi hal yang paling utama harus dimiliki, bagaimana seorang komunikator dapat dipercaya oleh komunikan apabila tidak memiliki kompetensi yang memadai. Seperti contohnya *background* pendidikan yang sesuai dengan apa yang disampaikan, dan juga *background* pekerjaan apa yang digeluti sehingga mampu menguasai materi yang disampaikan. Seorang komunikator harus memiliki watak yang baik karena

seorang komunikator cenderung menjadi sorotan bagi komunikan pada saat proses komunikasi berlangsung, karena komunikan dari Forum Diskusi Millennial adalah mahasiswa, maka akan sangat terlihat jelas apabila seorang komunikator memiliki maksud yang berbeda dengan apa yang disampaikannya. Seperti komunikator memiliki pikiran yang baik, akhlak yang baik dan juga maksud yang baik.

Seorang komunikator dapat menciptakan sikap tunduk atas pesan yang disampaikan dengan menjadi seorang komunikator yang memiliki *informational power* atau kekuasaan informasi dalam menyampaikan informasi dan juga dapat menjadi panutan atas informasi yang disampaikannya. dalam program kegiatan “Literasi Tangkal Hoax” komunikator yang menyampaikan informasi sudah pasti seseorang yang memiliki kekuasaan informasi dalam membangun komunikasi dengan komunikannya sehingga dirinya dapat menjadi panutan dalam hal yang baik bagi komunikannya. Hal tersebut dapat dicapai apabila seorang komunikator dapat berempati dalam menyampaikan informasi kepada komunikan sehingga komunikator bisa memperoleh simpati dari komunikan. Komunikator harus memiliki kemampuan untuk beremphaty. Artinya komunikator memiliki kemampuan untuk memproyeksikan dirinya kedalam diri orang lain. *Emphaty* dapat disamakan dengan sikap toleransi atau *teposliro* (tenggang rasa). Jika seorang komunikator memiliki sikap *emphaty*, pada akhirnya ia akan memperoleh simpati (*sympathy*), berupa rasa hormat dari komunikannya. (Arifin: 2006:105) Pada dimensi sumber terdapat 13 butir pertanyaan yang mana dari perhitungan tabel diperoleh 79,6% dan berada pada kategori setuju/baik yang berarti bahwa

pada dimensi sumber sudah efektif pelaksanaannya melalui program kegiatan “Literasi Tangkal Hoax”

Dimensi Pesan

Pada dimensi Pesan, yang dimaksud adalah kode yang digunakan oleh seorang komunikator dalam menyampaikan pesan yang berhubungan dengan kode verbal dan kode non verbal. Kode verbal berarti bagaimana seorang komunikator menyampaikan pesan/informasi menggunakan bahasa dengan diksi yang jelas, dikemas dengan baik dan pesan atau informasi yang disampaikan merupakan informasi yang informatif sehingga

komunikator dapat mengerti dengan informasi yang disampaikan. Bahasa memiliki banyak fungsi, namun sekurang-kurangnya ada tiga fungsi yang erat hubungannya dalam menciptakan komunikasi yang efektif. Ketiga fungsi itu, ialah : a. Untuk mempelajari tentang dunia sekeliling kita. b. Untuk membina hubungan yang baik diantara sesama manusia. c. Untuk menciptakan ikatan-ikatan dalam kehidupan manusia. (Cangara, 2014:112)

Dalam program kegiatan “ Literasi Tangkal Hoax” bahasa menjadi kode verbal yang menjadi cara dalam penyampaian komunikasi yang digunakan dinilai efektif. Dengan penyampaian informasi menggunakan bahasa atau kode verbal memudahkan komunikator mengerti dengan maksud yang disampaikan dan juga memudahkan komunikator mengutarakan maksud dari pesan atau informasi yang disampaikan sehingga dapat terjalin hubungan yang baik antara komunikator dan komunikan.

Dalam hal menyampaikan pesan melalui Kode non verbal berarti bagaimana komunikator menggunakan bahasa isyarat atau kode non verbal diwaktu yang tepat dalam poses

komunikasi. Yang mana banyak bentuk dalam menggunakan kode verbal seperti *eye contact*. *Eye contact* digunakan untuk membantu proses komunikasi, begitu juga dengan bentuk kode non verbal lainnya seperti gestur tubuh yang digunakan untuk membantu proses komunikasi agar membantu komunikator dalam menyempurnakan maksud dari kode verbal yang digunakannya agar

komunikasikan menjadi mengerti.

Digunakannya bahasa tubuh atau isyarat dalam proses komunikasi tentu memiliki tujuan yaitu untuk membantu berjalannya proses komunikasi dengan baik, seperti halnya bahasa tubuh berupa *eye contact* tentu merupakan sebuah bentuk pesan yang dikirimkan oleh komunikator untuk membuat komunikasikan mengerti dengan pesan yang disampaikan sehingga bisa mengimbangi antara informasi yang diketahui dengan informasi yang didapatkannya. Hal ini juga mendukung untuk memperkuat pernyataan yang disampaikan komunikator agar lebih dipercaya

komunikasikan atas apa yang disampaikan nya. Pada dimensi pesan terdapat 8 butir pertanyaan yang mana dari perhitungan tabel diperoleh nilai sebesar 80,6% dan berada pada kategori sangat setuju/sangat baik yang berarti bahwa pada dimensi pesan sudah sangat efektif pelaksanaannya melalui program kegiatan “Literasi Tangkal Hoax”.

Dimensi Komunikasikan

Pada dimensi Komunikasikan, berhubungan dengan sikap, keyakinan dan nilai-nilai. Sikap berarti pernyataan evaluatif terhadap objek, orang atau peristiwa. Seperti dalam pelaksanaan program kegiatan “Literasi Tangkal Hoax” yang dilaksanakan di Sidoarjo dapat dilihat dimensi Komunikasikan yang meliputi sikap komunikasikan mengenai informasi atau pesan yang disampaikan komunikator menambah pengetahuan

dalam menangkal berita hoax, sikap komunikasikan dalam menyaring pesan yang akan disebarkan ke berbagai media

dan pesan yang akan disampaikan harus mengandung kebenaran.

Komunikasikan dapat memberikan pendapatnya mengenai bagaimana mereka memaknai informasi yang diterimanya tentu butuh sebuah keyakinan yang didukung dari berbagai sumber dan bukti yang dipaparkan oleh seorang komunikator pada saat menyampaikan pesannya. Keyakinan berarti menyetujui pesan yang disampaikan seperti pernyataan mengenai pesan atau informasi yang disampaikan dalam penyuluhan sesuai dengan kondisi yang terjadi dilingkungan. Komunikasikan sekaligus responden dapat melihat dan menilai apakah pesan yang disampaikan komunikator sesuai dengan apa yang terjadi dilingkungan saat ini, dan dapat dilihat dari angket penelitian yang sudah disebarkan, komunikasikan atau responden menjawab bahwa komunikator menyampaikan pesan dalam diskusi millennial merupakan informasi yang sesuai dengan kondisi yang terjadi dilingkungan yang mana disertai dengan ilustrasi yang memang benar-benar terjadi dan memang disetujui benar adanya oleh komunikasikan dan komunikator.

Sikap dan keyakinan yang terlihat dari sudut pandang komunikasikan atas terpaan informasi yang disampaikan oleh seorang komunikator tentu menunjukkan seberapa efektif pesan dari proses komunikasi yang dilakukan. Yang mana program ini dijalankan dengan menggunakan komunikasi persuasi dalam upaya penyampaian informasi. Tentu adanya perubahan sikap kearah yang lebih baik menunjukkan bahwa upaya yang dilakukan oleh Direktorat IKPMK dalam menjalankan sebuah program

kegiatan ini menunjukkan hasil yang baik.

Selanjutnya adalah Nilai-nilai yang dimiliki oleh komunikator yang berarti elemen pertimbangan yang membawa ide-ide seorang individu mengenai hal-hal yang benar, baik atau diinginkan seperti penerimaan pesan moral yang disampaikan berupa komunikator menjadi sadar bahwa informasi yang disebarluaskan harus sesuai dengan norma yang berlaku dimasyarakat dan juga pengamalan dari pesan yang disampaikan seperti setelah mengikuti diskusi milenial melalui program kegiatan “Literasi Tangkal Hoax” komunikator atau responden menyaring informasi/pesan terlebih dahulu sebelum mempercayai informasi/pesan yang tersebar luas di sosial media. Dari dimensi komunikator tentu dapat dilihat sudah sejauh mana efektivitas

program kegiatan yang dijalankan.

Pada dimensi komunikator terdapat 8 butir pertanyaan yang mana dari perhitungan tabel diperoleh nilai sebesar 87% dan berada pada kategori sangat setuju/sangat baik yang berarti bahwa pada dimensi komunikator sudah sangat efektif pelaksanaannya melalui program kegiatan “Literasi Tangkal Hoax”.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan diatas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Pada Dimensi Sumber dilihat dari indikator kredibilitas komunikator, daya tarik komunikator dan kekuasaan komunikator, pelaksanaan Program Kegiatan “Literasi Tangkal Hoax” oleh Direktorat IKPMK Direktorat Jenderal IKP Kementerian Komunikasi dan Informatika RI dinilai sudah Efektif dengan kategori

“Setuju/Baik”.

2. Pada Dimensi Pesan dilihat dari indikator kode verbal dan kode non verbal, pelaksanaan Program Kegiatan “Literasi Tangkal Hoax” oleh Direktorat IKPMK Direktorat Jenderal IKP Kementerian Komunikasi dan Informatika RI dinilai sudah Sangat Efektif dengan kategori “Sangat Setuju/Sangat Baik”.
3. Pada Dimensi Komunikator dilihat dari indikator sikap, keyakinan dan nilai-nilai, pelaksanaan Program “Kegiatan Literasi Tangkal Hoax” oleh Direktorat IKPMK Direktorat Jenderal IKP Kementerian Komunikasi dan Informatika RI dinilai sudah Sangat Efektif dengan kategori “Sangat Setuju/Sangat Baik”.

E. Saran

Saran Teoritis

1. Disarankan bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dengan menggunakan teori komunikasi persuasi dengan metode kuantitatif, dapat juga menggunakan metode kualitatif agar dapat mengembangkan konsep-konsep dari komunikasi persuasi sehingga hal ini dapat membantu pengembangan komunikasi persuasif secara keilmuan.
2. Disarankan bagi peneliti lain yang ingin meneliti dengan menggunakan komunikasi persuasif, agar dapat mengeksplorasi mengenai komunikasi persuasif tidak hanya dari komunikasi kelompok, namun dapat juga dikembangkan melalui berbagai bentuk komunikasi yang lain, sehingga dapat memperkaya ilmu tentang komunikasi

persuasi.

Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian diatas, dalam sebuah program kegiatan atau penyuluhan tentu kunci terbesarnya adalah seorang komunikator. Sehingga diperlukan seorang komunikator yang jauh lebih atraktif, menarik dan menguasai semua hal yang berkaitan dengan tema dari penyuluhan yang dilaksanakan karena . Dan juga disarankan kepada Direktorat IKPMK untuk melakukan Assessment dalam memilih seorang komunikator yang akan menyampaikan informasi dalam kegiatan penyuluhan, agar nantinya diharapkan responden dapat 100% setuju dengan pernyataan yang berhubungan dengan peninjauan kembali tentang Efektivitas program kegiatan literasi “Tangkal Hoax” oleh Direktorat IKPMK Ditjen IKP Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Ataupun semua program kegiatan lain yang sedang dijalankan. Hal inipun tentu didukung oleh berbagai perbaikan yang dilakukan dari waktu ke waktu dalam mengoptimalkan tujuan dari diadakannya program kegiatan tersebut. Sehingga program kegiatan “Literasi Tangkal Hoax” ini menjadi program yang efektif dilakukan untuk menanggulangi berita hoax dengan cara memberi literasi kepada seluruh masyarakat di Indonesia melalui berbagai kalangan.

Daftar Pustaka

- Ahmadi, Farid. 2018. Media Literasi Sekolah: Teori dan Praktik. Jawa Tengah: CV Pilar Nusantara
- Arifin, Anwar. 2006. Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Cangara, H. Hafied. 2014. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Rajawali Pers
- Effendy, Onong Uchjana. 2000. Dinamika Komunikasi. Bandung: CV Mandar Maju
- Effendy, Onong Uchjana. 1993. Human Relations dan Public Relations. Bandung: CV Mandar Maju
- Keraf, Gorys. 2007. Diksi dan Gaya Bahasa. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Maulidi, Sahrul. 2018. Seri Cerdas Hukum: Awas Hoax! Cerdas Menghadapi Pencemaran Nama Baik, Ujaran Kebencian & Hoax. Jakarta: PT Alex Media Komputindo
- Mulyana, Deddy. 2012. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Roekomy, R. 1992. Dasar-dasar Persuasi. Bandung: PT Citra Aditya Bakti
- Simamora, Roymond H. 2008. Buku Ajar Pendidikan dalam Keperawatan. Jakarta: EGC
- Suprpto, Tommy. 2008. Teknik Jitu Persuasi dan Negosiasi. Yogyakarta: Media Pressindo
- Radella, Laras. 2016. “Komunikasi Kelompok Komunitas “Aleut” dalam Mempelajari Literasi Informasi Peninggalan Sejarah”, Prosiding Hubungan Masyarakat, Prodi Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung. Bandung 2016 (Hal 292) Diakses Pada <http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/humas/article/view/6955/pdf>