



Strategi Tabayyun Divisi Pengelolaan Layanan Aduan dan Pengecekan Fakta Jabar Saber Hoaks

Zakiy Ahmad Mahardika, Muhammad Fauzi Arif*

Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 03/10/2024

Revised : 19/12/2024

Published : 30/12/2024



Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 4

No. : 2

Halaman : 89-94

Terbitan : **Desember 2024**

Terakreditasi Sinta [Peringkat 5](#)
berdasarkan Ristekdikti
No. 177/E/KPT/2024

ABSTRAK

Divisi Pengelolaan Layanan Aduan & Pengecekan Fakta adalah bagian dari Jabar Saber Hoaks yang berlokasi di Kota Bandung, Jawa Barat. Divisi ini bertugas menangani aduan masyarakat dan mengklarifikasi hoaks di wilayah Jawa Barat. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis perencanaan, implementasi strategi tabayyun, pengawasan, evaluasi, serta faktor pendukung dan penghambat Divisi Pengelolaan Layanan Aduan & Pengecekan Fakta Jabar Saber Hoaks. Penelitian ini menggunakan teori POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling) dari G.R. Terry serta teori tabayyun dari Shihab dan Sya'rawi. Metode penelitian yang digunakan adalah Kualitatif Deskriptif, dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, dokumentasi, dan wawancara. Informan penelitian meliputi Koordinator Divisi, Tim Pengecek Fakta, dan pengelola media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Divisi telah melakukan perencanaan dan pelaksanaan strategi menggunakan teori tabayyun, rutin dalam pengawasan, serta menemukan faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan tugas.

Kata Kunci : Tabayyun; Hoaks; Jabar Saber Hoaks.

ABSTRACT

The Complaint Handling & Fact-Checking Division is part of Jabar Saber Hoaks based in Bandung, West Java. This division is responsible for addressing public complaints and clarifying hoaxes circulating in West Java. The study aims to analyze the planning, implementation of tabayyun strategies, supervision, evaluation, and the supporting and inhibiting factors of the Complaint Handling & Fact-Checking Division of Jabar Saber Hoaks. This research applies the POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling) theory by G.R. Terry and the tabayyun theory by Shihab and Sya'rawi. The research method used is Descriptive Qualitative, with data collection techniques including observation, documentation, and interviews. Research informants consist of the Division Coordinator, Fact-Checking Team, and social media managers. The findings indicate that the Division has conducted planning and implemented strategies based on the tabayyun theory, regularly carries out supervision, and identifies supporting and inhibiting factors in task execution.

Keywords : Tabayyun; Hoax; West Java Saber Hoax.

Copyright© 2024 The Author(s).

A. Pendahuluan

Dunia modern yang penuh dengan teknologi membuat masyarakat terperangkap dalam apa yang disebut sebagai era keberlimpahan komunikasi atau era communicative abundance. Di era ini, informasi tidak lagi dicari, tetapi masuk dan tersedia setiap saat. Selain itu, informasi menjadi begitu banyak dan tak terbanding saat ini di masyarakat dan masuk ke ruang informasi melalui berbagai kanal. Banyak informasi, baik yang terverifikasi maupun yang belum jelas keabsahannya (Pandia, 2004; Rosana, 2010).

Kehadiran new media, atau juga dikenal sebagai media baru disebut-sebut sebagai hal yang memicu tren ini. Mengubah cara orang melihat informasi dan peristiwa yang membanggunya (Irzu Faribah, 2013; Kurnia *et al.*, 2020; Scott, 2015). New media sederhananya adalah media yang berada di luar media yang umum seperti televisi, radio, dan koran. New media tidak dapat berfungsi tanpa internet; ini dapat berupa media sosial, website, YouTube, blog dan jenis media lainnya (Nasrullah, 2015; Usman, 2016).

Hoaks dalam Cambridge Dictionary diartikan sebagai rencana menipu sekelompok besar orang. Sedangkan menurut KBBI artinya berita palsu (Kusumalestari *et al.*, 2023; Musyaffa & Ahmadi, 2023). Ringkasnya, hoaks merupakan informasi yang dimanipulasi dengan tujuan tertentu. Hoaks bukanlah hal yang baru, dengan adanya new media ini, menjadikan informasi palsu ini sangat dengan mudah dan cepat tersebar.

Dalam memahami hoaks, "penipuan publik" adalah istilah yang membedakan hoaks dari kebohongan atau penipuan lainnya karena menjangkit khalayak luas, populer, dan besar dengan tujuan tertentu. Jadi, hampir pasti ada jejaring yang menghubungkan hoaks dari rantai produksi hingga reproduksi, distribusi, dan konsumsi. Hoaks semakin menyebar dan berbahaya karena difasilitasi oleh masyarakat sendiri, yaitu melalui smartphone atau komputer, setiap orang dapat dengan mudah menyebarkan informasi yang tidak jelas kredibilitasnya melalui berbagai situs media sosial seperti Facebook, Instagram, Line, Twitter, YouTube, dan lainnya dan secara sadar atau tidak kita pernah menemukan hoaks ketika berselancar di media sosial (Ahmadi *et al.*, 2020; Ahmadi & Adzhani, 2019; Dewi & Ahmadi, 2022; Refi Maulana Yusuf & Dadi Ahmadi, 2022; Sabil M Sungkar & Dadi Ahmadi, 2023).

Dalam Al Quran juga dijelaskan tentang antisipasi kita untuk menerima sebuah berita yang terdapat pada Q.S Al-Hujurat Ayat 6 tentang tabayyun, yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Artinya : "Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu".

Pada ayat di atas dijelaskan betapa pentingnya kita untuk selalu tabayyun atau meminta konfirmasi terlebih dahulu sebelum menentukan keputusan benar atau tidaknya suatu berita. Karena fatal akibatnya jika kita langsung mempercayai suatu berita tanpa mencari kebenarannya dahulu, terlebih di zaman sekarang yang sangat mudah untuk mendapatkan suatu berita atau informasi.

Atas hoaks yang beredar, Jaber Saber Hoaks selaku unit kerja yang bergerak di bidang klarifikasi fakta dengan sigap meluruskan informasi salah tersebut. Nampak pada laman Instagramnya, Jabar Saber Hoaks menjelaskan bahwa informasi tentang terbelahnya Cianjur menjadi dua itu adalah sebuah hoaks. Selain itu Jabar Saber Hoaks juga mengklarifikasi hoaks tentang beredarnya video yang mengklaim bahwa Menteri Pendidikan mengubah seragam SD (Sekolah Dasar), SMP (Sekolah Menengah Pertama) dan SMA (Sekolah Menengah Akhir) (Al-Hawani & Aba Firdaus, 1995; Wahid, 2019).

Dalam pengecekan fakta yang dilakukan Divisi Pengelolaan Layanan Aduan & Pengecekan Fakta Jabar Saber hoaks ada beberapa tahapan, mulai dari mencari hoaks atau menerima aduan dari masyarakat selanjutnya dilakukan penelusuran fakta, ketika sudah mengetahui kebenarannya, Jabar Saber Hoaks mengunggah dan membuat konten awarness untuk masyarakat Jabar. Dalam pelaksanaan pengelolaan layanan aduan dan pengecekan fakta tentunya mereka mempunyai strategi yang dilakukan seperti melakukan penelusuran fakta yang kemudian di lakukannya klarifikasi fakta. Karena penelitian ini membahas tentang strategi, maka penting

untuk peneliti sandingkan dengan teori dari G.R Terry yang menjelaskan tentang bagaimana suatu organisasi dalam melakukan manajemen agar tercapainya tujuan yang sudah ditentukan.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada strategi yang dilakukan oleh Jabar Saber Hoaks dalam mengklarifikasi hoaks, dengan judul : “Strategi Tabayyun dalam Melawan Hoaks Pada Divisi Pengelolaan Layanan Aduan & Pengecekan Fakta Jabar Saber Hoaks” karena dirasa unit Jabar Saber Hoaks ini bisa mengurangi penyebaran hoaks di Jawa Barat juga bisa mengedukasi masyarakat.

Seerti yang disebutkan di atas, fokus penelitian ini adalah tentang Strategi Tabayyun Divisi Pengelolaan Layanan Aduan & Pengecekan Fakta Jabar Saber Hoaks dalam klarifikasi hoaks. Untuk menunjukkan fokus penelitian ini, pertanyaan peneliti disusun sebagai berikut: (1) Bagaimana perencanaan tabayyun Divisi Pengelolaan Layanan Aduan & Pengecekan Fakta Jabar Saber Hoaks dalam klarifikasi hoaks?; (2) Bagaimana implementasi tabayyun Divisi Pengelolaan Layanan Aduan & Pengecekan Fakta Jabar Saber Hoaks dalam klarifikasi hoaks?; (3) Bagaimana pengawasan dan evaluasi Divisi Pengelolaan Layanan Aduan & Pengecekan Fakta Jabar Saber Hoaks dalam klarifikasi hoaks?; (4) Apa saja faktor pendukung dan penghambat Divisi Pengelolaan Layanan Aduan & Pengecekan Fakta Jabar Saber Hoaks dalam klarifikasi hoaks?

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif (A Johan, 2018; Moleong, 2018; Sugiyono, 2014). Dalam upaya pengumpulan data, penulis menggunakan teknik pengambilan data melalui wawancara dan observasi, dengan hasil penelitian berupa teks dan juga dokumentasi (Burhan, 2009; Creswell, 2014; Fiantika Feny Rita *et al.*, 2022; Strauss & Corbin, 2009).

C. Hasil dan Pembahasan

Perencanaan Tabayyun Divisi Pengelolaan Layanan Aduan & Pengecekan Fakta Jabar Saber Hoaks Dalam Klarifikasi Hoaks

Tahapan perencanaan Divisi Pengelolaan Layanan Aduan & Pengecekan Fakta Jabar Saber Hoaks dalam klarifikasi fakta dilakukan mulai dari menentukan metode dan langkah-langkah. Metode yang ditetapkan ada dua, yakni pemantauan dan penerimaan aduan dari masyarakat. Pemantauan di sini ditetapkan untuk anggota divisi yang mengemban amanah sebagai tim pengecek fakta, lalu penerimaan aduan di sini ditetapkan untuk anggota divisi yang menempati posisi sebagai pengelola media sosial. Selanjutnya ditetapkan penelusuran fakta yang diakhiri dengan pembuatan narasi masuk ke dalam tahapan yang sudah ditentukan oleh Jabar Saber Hoaks dalam klarifikasi fakta. Selain itu, dalam perencanaannya, Divisi Pengelolaan Layanan Aduan & Pengecekan Fakta ini menetapkan adanya perbedaan antara kanal percakapan dengan kanal media sosial. Juga adanya penetapan untuk media sosial dan media percakapan yang di kelola.

Berdasarkan pembahasan diatas peneliti melihat adanya keselarasan dengan teori dari G.R Terry yang berisi konsep POAC, pernyataan tersebut masuk ke dalam kategori Planning (Perencanaan), karena dalam penyusunan perencanaannya peneliti melihat adanya penentuan tentang apa saja yang harus dilakukan seperti melakukan klarifikasi fakta dan mengelola aduan, bagaimana melakukannya seperti, dengan menggunakan dua metode yaitu pengecekan fakta dan pengelolaan layanan aduan dan siapa yang akan melakukannya, seperti tim pengecekan fakta dan pengelola media sosial. Tahap perencanaan ini merupakan komponen utama yang akan mengisi bagian-bagian penting dalam proses pembuatan klarifikasi fakta. Karena pada tahap perencanaan ini yang akan kemudian menentukan hasil akhir dari klarifikasi fakta yang akan didapatkan.

Implementasi Strategi Tabayyun Divisi Pengelolaan Layanan Aduan & Pengecekan Fakta Jabar Saber Hoaks

Dalam melakukan klarifikasi fakta, Divisi Pengelolaan Layanan Aduan & Pengecekan Fakta selalu melewati tahapan-tahapan. Tahapan atau langkah-langkah yang dilakukan untuk klarifikasi fakta itu meliputi: Melakukan pantauan atau menerima aduan, verifikasi atau pengecekan fakta, produksi.

Divisi Pengelolaan Layanan Aduan & Pengecekan Fakta dalam melakukan penelusuran untuk mencari fakta yang benar atau valid menggunakan beberapa cara dalam pelaksanaannya. Cara yang dilakukan itu dengan menggunakan media sosial dan langsung menanyakan kepada orang atau pihak yang menjadi korban hoaks.

Sedangkan pada pengelolaan layanan aduan, Divisi Pengelolaan Layanan Aduan & Pengecekan fakta tidak mengklarifikasi semua aduan masyarakat yang masuk, adakalanya aduan yang masuk itu benar adanya atau juga aduannya itu sudah pernah di klarifikasi sebelumnya.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan, Divisi Pengelolaan Layanan Aduan & Pengecekan Fakta Jabar Saber Hoaks dalam klarifikasi hoaks sudah sesuai dengan dengan teori tabayyun Shihab dan Sya'rawi karena menanggapi semua informasi yang tidak jelas sumbernya. Kemudian Divisi ini juga melakukan apa yang sudah di perintahkan Allah SWT dalam Q.S Al-Hujurat ayat 6 tentang mendapatkan berita. Kemudian secara pelaksanaan pengecekan fakta sudah sesuai dengan yang dilakukan oleh jurnalis yang sudah memiliki kompetensi dalam melakukan pengecekan fakta. Juga Divisi Pengelolaan Layanan Aduan & Pengecekan Fakta Jabar Saber Hoaks memiliki dasar untuk melakukan Pengecekan fakta karena sering mengikuti pelatihan-pelatihan dan seminar, bahkan di percaya untuk menjadi pembicara pada forum diskusi yang membahas tentang klarifikasi fakta.

Pengawasan dan Evaluasi Divisi Pengelolaan Layanan Aduan & Pengecekan Fakta Jabar Saber Hoaks

Dalam pelaksanaan evaluasi, Divisi Pengelolaan Layanan Aduan & Pengecekan Fakta Jabar Saber Hoaks dilaksanakan seminggu sekali. Lalu dalam evaluasi yang dilaksanakan pada seminggu sekali biasanya membahas mengenai kesalahan-kesalahan pada pelaksanaan proses pengecekan fakta ataupun hal teknis lainnya. Selain rapat evaluasi yang di adakan rutin seminggu sekali, adapula evaluasi yang dilakukan tidak sesuai dengan jadwal yang seharusnya, hal tersebut biasanya di lakukan ketika ada kesalahan yang fatal, seperti salah input gambar ataupun salah input narasi. Sedangkan dalam melakukan pengawasan Divisi Pengelolaan Layanan Aduan & Pengecekan Fakta memiliki dua cara dalam melakukan pengawasan, yaitu dengan cara pengawasan langsung ketika sedang terjadinya proses dalam pengecekan fakta atau dilakukan ketika sudah selesainya proses pengerjaan klarifikasi fakta (Ahmadi *et al.*, 2019; Kurnia *et al.*, 2020).

Dalam pelaksanaan evaluasi ini Divisi Pengelolaan Layanan Aduan & Pengecekan fakta sering mendapatkan hal-hal yang harus di tingkatkan. Seperti contohnya perihal Lokasi Kasus (Lokus), yang mana idealnya hoaks yang perlu di klarifikasi itu adalah hoaks-hoaks yang beredar di Jawa Barat atau yang bersangkutan dengan Jawa Barat. Tetapi pada perjalanannya Divisi ini menemukan hal yang melampaui hal tersebut, yaitu adanya masyarakat yang terkena dampak dari hoaks-hoaks nasional atau internasional (Ahmadi *et al.*, 2023; Kurnia *et al.*, 2023).

Maka Divisi Pengelolaan Layanan Aduan & Pengecekan Fakta ini melakukan kompromi atau melakukan hal yang bisa dibilang melebihi wewenangnya, walaupun tidak ada batasan dalam melakukan klarifikasi fakta diluar daerah yang di tetapkan. Dampak dari hoaks yang tersebar ini menjadi fokus baru dari Jabar Saber Hoaks untuk melakukan pengecekan fakta. Pada akhirnya Jabar Saber Hoaks tidak lagi berfokus pada Lokus yang terletak di Jawa Barat saja, tetapi mempertimbangkan juga hoaks yang beredar di luar Jawa Barat.

Berdasarkan kenyataan dilapangan kemudian peneliti menemukan keselarasan dengan teori manajemen dari G.R Terry yang berisi konsep POAC, keterangan tersebut masuk ke dalam kategori Controlling (Evaluasi) (Ahmadi & Natasya Giyar Dwisyafitri, 2022; Amirullah, 2004; M. Munir & Wahyu Ilaihi, 2009). Melalui tahapan evaluasi ini dapat menjadi salah satu cara agar Divisi Pengelolaan Layanan Aduan & Pengecekan Fakta Jabar Saber Hoaks terus berkembang, karena tidak lupa mengulik permasalahan yang terjadi ketika melakukan proses klarifikasi fakta sebelum menjadi produk yang siap dimuat di media sosial dan website Jabar Saber Hoaks.

Faktor Pendukung Dan Penghambat Divisi Pengelolaan Layanan Aduan & Pengecekan Fakta Jabar Saber Hoaks

Dalam menjalankan kegiatannya Divisi Pengelolaan Layanan Aduan & Pengecekan Fakta ini menemukan faktor penghambat dan pendukung. Faktor pendukung dan pengambat yang di alami ketika pelaksanaan pengecekan fakta oleh Divisi Pengelolaan Layanan Aduan & Pengecekan Fakta ini meliputi:

Faktor Pendukung: (1) Sudah banyaknya media mainstream yang sudah memiliki tim cek fakta nya sendiri. Karena Jabar Saber Hoaks ini merupakan suatu tim yang berfokus pada literasi digital, juga Jabar Saber Hoaks ini bisa dikatakan hanya sebagai compiler dalam hal pengecekan fakta; (2) Selanjutnya faktor pendukung dalam melakukan kegiatannya ini adalah adanya alat-alat penunjang teknologi; (3) Adanya kehadiran dan bantuan dari mahasiswa yang melakukan kegiatan magang di Jabar Saber Hoaks.

Faktor penghambat: (1) Terbatasnya sumber daya manusia yang dimiliki oleh Divisi Pengelolaan Layanan Aduan & Pengecekan Fakta maupun oleh unit Jabar Saber Hoaks itu sendiri; (2) Seringnya menemukan komunikasi yang kurang lancar dengan admin sosial media dari Operasi Perangkat Daerah (OPD) tertentu, semisal ketika pihak Jabar Saber Hoaks tidak memiliki kontak personal atau nomor whatsapp dari orang yang bersangkutan, sehingga yang dilakukan oleh tim pengecekan fakta untuk mendapatkan informasi yang benar atau valid, dilakukannya menghubungi sosial media dari OPD tersebut. Hal yang diharapkan oleh tim pengecekan fakta ketika melakukan hal tersebut adalah adanya respon yang cepat, karena mengingat zaman ini adalah zaman digital juga karena hoaks yang sedang beredar ini harus segera di klarifikasi. Tetapi yang didapatkan oleh tim pengecekan fakta ini adalah respon dari admin sosial media yang lama dalam membalas atau merespon pesan dari pihak Jabar Saber Hoaks; (3) Selanjutnya adalah ketidaksanggupan tim pengecekan fakta dalam menemukan kebenaran dari suatu informasi yang dipertanyakan keasliannya, dikarenakan keterbatasan dalam menjangkau sumbernya.

Dengan adanya beberapa faktor pendukung dan penghambat yang di alami dalam pelaksanaan tidak membuat Divisi Pengelolaan Layanan Aduan & Pengecekan Fakta berhenti melaksanakan tugasnya sebagai unit yang bertujuan untuk meningkatkan literasi digital masyarakat Jawa Barat. tugasnya dan membuat selangkah lebih dekat dengan tujuan yang sudah di rencanakan.

D. Kesimpulan

Perencanaan yang dilakukan oleh Divisi Pengelolaan Layanan Aduan & Pengecekan Fakta dilakukan dengan metode tabayyun, serta ditentukan pada dua metode yaitu pemantauan dan penerimaan aduan masyarakat, juga di tetapkannya penelusuran fakta yang di akhiri dengan pembuatan narasi sebagai langkah-langkah. Pelaksanaan metode pemantuan oleh tim pengecekan fakta pada Divisi Pengelolaan Layanan Aduan & Pengecekan Fakta dilakukan dengan beberapa langkah, seperti pencarian hoaks yang beredar di sosial media, kemudian dilakukannya penelusuran dan kemudian dibuatkan narasi klarifikasi fakta. Sedangkan pada metode Aduan yang dilakukan oleh pengelola sosial media meliputi, dengan ucapan terimakasih kepada masyarakat yang sudah melakukan pelaporan, kemudian di respon dengan mengirimkan link dari hoaks yang sudah di verifikasi. Divisi Pengelolaan Layanan Aduan & Pengecekan Fakta Jabar Saber Hoaks memiliki beberapa rapat evaluasi yang dilaksanakan, seperti evaluasi yang dilaksanakan secara rutin selama satu minggu sekali, evaluasi yang dilaksanakan dengan waktu yang tidak tertentu, evaluasi menjelang libur panjang dan evaluasi yang dilakukan ketika mengadakan event. Divisi Pengelolaan Layanan Aduan & Pengecekan Fakta Jabar Saber Hoaks memiliki faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaannya yaitu faktor pendukung sudah tersedianya banyak media-media mainstream yang memiliki tim cek fakta, memiliki alat-alat yang menunjang teknologi dan adanya kehadiran dan bantuan dari mahasiswa yang magang dan faktor penghambat, kekurangan sumber daya manusia, keterbatasannya komunikasi dengan Operasi Perangkat Daerah (OPD), tidak memiliki relasi yang banyak dalam menjangkau informasi terhadap pihak yang terkait dan kurang responsifnya admin media sosial OPD-OPD.

Daftar Pustaka

- A Johan. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Aditiawarman Mac. (2019). *Hoax dan Hate Speech Di Dunia Maya*. Jakarta: Tonggak Tuo.
- Ahmadi, D., & Adzhani, A. V. (2019). The use Instagram with visiting interest: The correlation between the use @littlecollins.bdg Instagram with visiting interest. *Journal of Physics: Conference Series*, 1375(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1375/1/012055>
- Ahmadi, D., & Natasya Giyar DwisyaFitri. (2022). Implementasi Strategi Promosi Wisata Melalui Website Sipinter Berisi. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 108–118. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v2i2.1529>
- Ahmadi, D., Rachmiate, A., & Nursyawal. (2019). Public participation model for public information disclosure. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 35(4), 305–321. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2019-3504-19>
- Ahmadi, D., Rinawati, R., Fardiah, D., Darmawan, F., Umar, M., & Syam, N. K. (2023). Digital Literacy for Women's Empowerment: A Solution to Raising Awareness of Countering Hoaxes. *MIMBAR, Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 39(2), 362–368. <https://doi.org/10.29313/mimbar.v39i2.2645`2645>

- Ahmadi, D., Sabarina, C., & Harahap, E. H. (2020). Implementation Information Technology Through Channel Youtube "Lampu Islam." *2nd Social and Humaniora Research Symposium (SoRes 2019)*, 630–631. [https://www.scribd.com/doc/76635686/Studi-Bahasa-Dan-Konteks-Al-Hawani, & Aba Firdaus. \(1995\). *Selamatkan Dirimu Dari Tabarruj*. Mitra Pustaka.](https://www.scribd.com/doc/76635686/Studi-Bahasa-Dan-Konteks-Al-Hawani,-&Aba-Firdaus-(1995).Selamatkan-Dirimu-Dari-Tabarruj)
- Amirullah. (2004). *Pengantar Manajemen*. PT Graha Ilmu.
- Audi, R. (2015). *Cambridge Dictionary of Philosophy*. Cambridge University Press.
- Burhan, B. (2009). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Politik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana.
- Cakranegara, D. I., Ahmadi, D., Kurnia, S. S., Firmansyah, F., & Karsa, S. I. (2023). The Role of Local Mass Media in Anticipating Hoax Information (Case Study at Radar Tasikmalaya). *Nyimak, Journal of Comunication*, 7(1), 55–70. <https://doi.org/DOI:10.31000/nyimak.v7i1.6967>
- Creswell, J. W. (2014). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Pustaka Pelajar.
- Dewi, A. R., & Ahmadi, D. (2022). Hubungan Terpaan Tweet "Twitter, Please Do Your Magic" dengan Sikap Remaja. *Jurnal Riset Public Relations*, 6–13. <https://doi.org/10.29313/jrpr.vi.639>
- Fiantika Feny Rita, Mohammad Wasil, Sri Jumiyati, Leli Honesti, Sri Wahyuni, Erland Mouw, Jonata, Imam Mashudi, Nur Hasanah, Anita Maharani, Kusmayra Ambarwati, Resty Noflidaputri, Nuryami, & Lukman Waris. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Heryanto, G. G. (2018). *Media Komunikasi Politik*. IRCiSoD.
- Irzu Faribah. (2013). Media Dakwah Pop. *Jurnal Komuikasi Penyiaran Islam*, 1(2).
- Karimah, S. F. (2021). Peranan Dakwah Kismis Purwakarta secara Online dalam Menyiarkan Islam. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 1(1), 7–10. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v1i1.18>
- Keane, J. (2013). The Humbling of The Intellectuals Public Life in the Era of Communicative Abundance. *Journal Time LS*.
- Kurnia, S. S., Ahmadi, D., & Firmansyah, F. (2020). Investigative News of Online Media. *MIMBAR : Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 36(1), 1–11.
- Kurnia, S. S., Firmansyah, Ahmadi, D., Iskandar, D., Karsa, S. I., & Kustiman, E. (2023). Digital Diversification to Expand the Indonesian Radio Industry: A Case Study of PRFM, Delta, and Dahlia Stations. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 39(3), 202–220. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2023-3903-11>
- Kusumalestari, R. R., Oesman, M. A., Ahmadi, D., Umar, M., & Yulianita, N. (2023). Parenting styles and digital literacy: Uncovering their correlation among adolescents. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 11(2), 144. <https://doi.org/10.24198/jkk.v11i2.46658>
- M. Munir, & Wahyu Ilaihi. (2009). *Manajemen Dakwah*. Kencana Prenada Media Group.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Musyaffa, F. D., & Ahmadi, D. (2023). Strategi Komunikasi PT. G dalam Menangani Isu Negatif di Media Sosial. *Jurnal Riset Public Relations*, 109–114. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v3i2.3116>
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*.
- Pandia, H. (2004). *Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Erlangga.
- Pujileksono, S. (2016). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Kelompok Intrans Publikasi.
- Refi Maulana Yusuf, & Dadi Ahmadi. (2022). Kampanye Budaya Beberes di Media Sosial Instagram. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital*, 151–158. <https://doi.org/10.29313/jrjmd.v2i2.1530>
- Rosana, A. S. (2010). Kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Industri Media di Indonesia. *Gema Eksos*, 5(2), 146–148. <https://www.neliti.com/id/publications/218225/kemajuan-teknologi-informasi-dan-komunikasi-dalam-industri-media-di-indonesia>
- Sabil M Sungkar, & Dadi Ahmadi. (2023). Pengelolaan Konten Instagram dalam Konten Dakwah #Shift1MinuteBooster Shift Media. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 3(2), 121–124. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v3i2.3226>
- Scott, D. M. (2015). *How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, New Releases, and Viral Marketing to Reach Buyers directly*, Hoboken. NJ: John Wiley.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2009). *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*. Pustaka Pelajar.
- Subadi, T. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Muhammadiyah University Press Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Usman, F. (2016). Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah. *Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam (Al-Tsiqoh)*, 1(1).
- Wahid, A. (2019). *Media Sosial Dalam Dakwah: Strategi dan Implementasi*. Pustaka Islam.
- Wijayanti, S. (2019). *Arti Kata Hoax - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online*. www.kbbionline.com