

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dari data penelitian dan pembahasannya yang diperoleh dari hasil penelitian sebagaimana yang telah peneliti lakukan di Humas Polda Metro Jaya dengan judul Kampanye Literasi Media Sosial Dan Pemberantasan Hoaks Terkait Pemilu Damai 2019 (Studi Kasus Pada Kampanye Bijak Bermedia Sosial *#SaringSebelumSharing* Oleh Humas Polda Metro Jaya). Maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa:

1. Faktor pendorong adanya kegiatan kampanye bijak bermedia sosial *#SaringSebelumSharing* yang dilakukan Humas Polda Metro Jaya adalah maraknya hoaks seputar Pileg dan Pilpres 2019 yang telah di prediksi satu tahun sebelumnya dalam rapat rancangan kegiatan tahunan Kepolisian Republik Indonesia. Rendahnya pengetahuan masyarakat Indonesia akan literasi digital atau literasi media sosial, membuat masyarakat mudah terpengaruh konten hoaks. Oleh karena itu, Humas PMJ bekerjasama dengan Kominfo dan *Red Dragon Community* berjuang untuk memerangi hoaks dengan tujuan terciptanya kondisi pemilu yang aman, damai, dan sejuk.
2. Tahapan kampanye literasi media sosial yang dilakukan oleh Humas PMJ dibagi menjadi tiga tahapan, mulai dari tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Tahap perencanaan dilakukan Humas PMJ bersama dengan komunitas Ninja Merah (*Red Dragon Community*) mengenai tujuan kampanye, pesan yang ingin disampaikan, strategi dan taktik kampanye, sumber daya kampanye, melakukan evaluasi langsung, dan mengadakan tinjauan kembali atau rapat satu pecan sebelum hari-H pelaksanaan kegiatan kampanye. Tahap pelaksanaan dilakukan oleh Humas PMJ (sebagai *speaker* menghimbau tentang dampak hoaks) bersama dengan anggota

RDC (membagikan stiker, kaos, dan brosur anti hoaks serta membentangkan spanduk mengelilingi kawasan CFD) dan bekerjasama dengan Kominfo (penerima aduan konten hoaks dari masyarakat dan mengedukasi masyarakat mengenai literasi digital atau literasi media sosial) dalam memerangi hoaks tersebut. Tahap terakhir yang dilakukan Humas PMJ dalam kampanye tersebut adalah tahap evaluasi yang dilakukan bersama dengan anggota *Red Dragon Community* dan Kominfo dengan diadakannya diskusi publik mengajak peserta kampanye (masyarakat, mahasiswa, media, dan lain sebagainya) untuk bijak dalam menggunakan media sosial dan tidak mudah terpengaruh konten atau informasi hoaks.

3. Hambatan dan kendala yang ditemui dalam kampanye bijak bermedia sosial ada dua, yaitu: masih ada masyarakat awam yang cenderung mempercayai berita atau informasi hoaks tersebut karena berasal dari orang-orang lingkungan sekitar dan yang kedua adalah rendahnya tingkat aduan hoaks dari masyarakat ke Kominfo yang berarti mengindikasikan bahwa tingkat literasi digital atau literasi media sosial masyarakat Indonesia masih rendah.

4. Berdasarkan data hasil penelitian, model kampanye bijak bermedia sosial *#SaringSebelumSharing* yang dilakukan Humas PMJ tersebut memiliki kesamaan dengan model kampanye Ostergaard. Model kampanye bijak bermedia sosial tersebut adalah sebagai berikut: tahap perencanaan (tujuan, pesan, strategi, taktik, sumber daya, evaluasi, *immediate evaluation*, dan tinjauan kembali), kemudian tahap pelaksanaan (pengonstruksian pesan, *campaign actor*, saluran kampanye, terus ada tindakan kampanye dan monitoring pelaksanaan antisipatif, *problem solving oriented*, dan integrative atau koordinatif), dan tahap evaluasi (*campaign level*, *attitude level*, *behavior level*, dan *problem level* dan diharapkan masyarakat dapat menerima (*received*) dan menyetujui (*accepted*) pesan kampanye.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan di atas mengenai kampanye bijak bermedia sosial #*SaringSebelumSharing* oleh Humas Polda Metro Jaya, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Memperbanyak kegiatan seminar, *workshop*, diskusi publik mengenai kampanye bijak bermedia sosial dalam memberantas hoaks di setiap institusi pendidikan (SD, SMP, SMA, dan Universitas).
2. Kegiatan diskusi publik tersebut akan lebih baik mengundang peserta kampanye tidak hanya kalangan mahasiswa, jurnalistik, dan media tetapi juga kalangan orang tua (bapak-bapak atau ibu-ibu) yang aktif pula menggunakan media sosial, sehingga pengedukasian mengenai literasi digital atau literasi media sosial dapat merata ke seluruh lapisan masyarakat.
3. Akan lebih baik Humas PMJ memaksimalkan kegiatan kampanye tersebut dengan menambah jangkauan lokasi sampai ke tingkat daerah dalam mengedukasi masyarakat seputar literasi digital atau literasi media sosial.
4. Akan lebih baik, masyarakat mulai mengedukasi diri sendiri mengenai literasi media sosial atau literasi digital, sehingga masyarakat dapat turut serta ikut membantu Humas PMJ dalam memberantas hoaks, karena sejatinya perihal hoaks harus dilaksanakan oleh semua lapisan masyarakat.
5. Akan lebih baik, Kominfo lebih giat lagi untuk memublikasikan bagaimana cara pengaduan konten hoaks ke *website* yang disediakan Kominfo tersebut.