



Model Pembelajaran Komunikasi Pada Penggunaan Sosial Media Untuk Menanggulangi Penyebaran Berita Hoax Bagi Generasi Muslim Milenial

M.Nashoihul Ibad

Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam
Institut Agama Islam Darullughah Wadda'wah
n.ibad9825@gmail.com

ABSTRACT

Perubahan era sekarang aruh informasi yang serba cepat berpengaruh tentang bagaimana kevalitan suatu data, sehingga sebelum melakukan suatu penyebaran pesan perlu diperhatikan aspek kebenaran agar tidak timbul berita hoax atau bohong. Era saat ini hoax sangat mudah ditemukan di media sosial dan penggunaan teerbanyak merupakan kaum generasi milenial. Khususnya bagi generasi muslim lebih berhati – hati agar tidak terjerumus terhadap kepalsuan berita. Penulisan ini bertujuan untuk mengupas bagaimana model komunikasi yang sesuai untuk digunakan oleh generasi milenial muslim dalam menyikapi pemberitaan hoax dan bohong yang saat ini sedang terjadi. Penulisan ini membuahakan hasil dimana dalam melakukan komunikasi anti hoax harus memperhatikan aspek - aspek kesabaran, kewaspadaan, kehati – hatian, perlu kebenaran data sumber yang jelas.

Keyword : *Generasi milenial muslim, Media sosial, Hoax*

I. Pendahuluan

Teknologi informasi saat ini sudah berkembang sangat pesat sesuai dengan kebutuhan zaman. Internet yang saat ini telah maju dan menjadi kebutuhan utama seluruh kamu manusia, membuatnya menjadikan internet sebagai alat komunikasi utama. Khususnya pada generasi mileniel penggunaan internet cenderung tertinggi dibandingkan golongan generasi sebelumnya. Lahirnya generasi milenial yang bergantung terhadap kemajuan teknologi internet menjadikannya komunikasi dilakukan melalui teknologi internet. Kemajuan teknologi komunikasi dalam internet ini sangat merubah dan berpengaruh terhadap arus arah komunikasi konvensional

menjadi serba kekinian dan pemanfaatan teknologi. Arus tersebut merubah masa penggunaan komunikasi konvensional manual menjadi serba otomatis, modis, mutakhir dan membawa angin segar dengan bantuan teknologi segalanya berupa berbasis elektronik.

Generasi milenial sebagai pengguna terbesar dan terbanyak dalam penggunaan komunikasi sehari – hari memanfaatkan teknologi sosial media. Komunikasi semakin mudah dilakukan muncul dan digunakan secara sukar melalui telepon pintar yang canggih atau disebut *smartphone*. Komunikasi dengan menggunakan kemajuan teknologi ini terbantu dengan beragam alat pelayanan berbasis internet digital seperti yang disediakan selayaknya layanan pengiriman pesan (sms), pesan lewat e-mail, sosial media, menu chatting serta wadah browser yang memadai¹. Generasi milenial sekarang juga terasa cepat dalam menanggapi perubahan arus teknologi informasi menjadikannya perubahan perilaku komunikasi baik antar teman, komunitas serta untuk memperoleh informasi semakin mudah dengan beragam bantuan internet browser untuk mencari hal apapun yang dibutuhkan. Kemudahan ini bisa menjadikan jembatan baru untuk mempercepat laju informasi sehingga memudahkan seseorang untuk mengenal dan mempelajari suatu hal, tetapi juga berkebalikan dalam mengakses arus informasi yang semakin cepat membuat seluruh informasi terbandung karena kurangnya otoritas pengaliran informasi. Semakin banyaknya informasi yang mudah terakses dan didapatkan menjadikannya peluangnya informasi tersebut memiliki nilai kepercayaan tinggi, alhasil nantinya informasi tersebut entah menjadi informasi benar atau informasi bohong.

Era informasi serba cepat ini bukan hanya generasi milenial sebagai pengguna dan terdampak yang besar terhadap membludaknya informasi, tapi juga seluruh aspek elemen masyarakat. Generasi milenial sebagai pengguna akses internet terbesar menerima dampak untuk mengakses setiap informasi, sehingga dalam pengecekan informasi kadang kala pengabsahan satu informasi membutuhkan suatu keahlian tertentu. Sebagai generasi milenial terkhususkan muslim memerlukan kemampuan

¹ Ahmad Setiadi, "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi," *Jurnal Humaniora* 16, no. 2 (2016): 1–7, <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/download/1283/1055>.

penilaian dan kehati-hatian yang tinggi untuk mencerna keabsahan suatu informasi terlebih berkaitan dengan agama dan keyakinan yang dianutnya agama islam. Banyak dari kasus yang selama ini terjadi mengatakan bahwa kesulitan dalam hal pelegalan informasi, apalagi yang masih muda generasi milenial yang pengetahuannya masih minim dengan sifat emosional yang mengalami pengaruh hormone pertumbuhan gampang berubah – ubah, masih dalam tahap pencarian jati diri akan mengalami kesulitan dalam hal justifikasi informasi. Kesulitan pengecekan informasi ini karena disebabkan adanya disinformasi, penyampaian informasi terkadang rumpang dan tidak sampai selesai. Disinformasi mempunyai karakter tersebar secara cepat. Sifatnya sukar untuk dibenarkan, bersifat besar dan berpengaruh dalam menyangkal fakta dan merupakan sebuah kerawanan pasti dalam dunia demokrasi².

Model komunikasi selama ini banyak digunakan oleh generasi milenial muslim dalam penggunaan bersosial media cenderung secara cepat dan tanpa memperhatikan kaidah – kaidah dalam penanggulangan tersebarnya informasi hoax/ bohong. Fenomena yang saat ini muncul pada generasi milenial muslim terhadap suatu informasi ialah informasi yang dilihat merupakan sebuah informasi yang merupakan cerminan penggambaran dari keadaan aktual berita terkini. Informasi tersebut bersifat non tunggal, artinya kesatuan informasi itu sangat diragukan karena tidak dapat berpijak sendiri. Informasi berita tersebut masih memerlukan interpretasi dalam pengungkapan makna supaya dapat dipahami lebih jauh dan mendalam. Kondisi fenomena saat ini mudah ditemukannya interaksi pengguna melakukan penyaluran informasi melalui media sosial tanpa memperhatikan keabsahan sumber berita. Fenomena berita hoax telah menjadikan dampak buruk terhadap kemerosotan tingkat kepercayaan terhadap publik, tahun 2018 telah tercatat sebagai penurunan terbesar terhadap kepercayaan publik. Kepercayaan seseorang akan berpengaruh terhadap interaksi, perilaku, sikap dan komunikasi. Semakin turunnya kepercayaan seseorang

² Arwendria Arwendria and Ariska Oktavia, "Upaya Pemerintah Indonesia Mengendalikan Berita Palsu," *Baca: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi* 40, no. 2 (2019): 195.

menjadikannya perilaku yang timbul semakin spontan melalui sikap dan tindakan³. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengupas bagaimana model komunikasi yang sesuai untuk digunakan oleh generasi milenial muslim dalam menyikapi pemberitaan hoax dan bohong yang saat ini sedang terjadi.

II. Kajian Pustaka

Media Sosial

Media sosial merupakan wadah media yang memusatkan terhadap kehadiran pengguna yang melayani mereka dalam berkegiatan serta bekerjasama. Media sosial dapat menjadi pengukuhan jalinan ikatan antara pengguna dalam sebuah sambungan pertalian sosial. Media sosial merupakan bentuk konvergensi media komunikasi antarpribadi, melayani media publik untuk dapat berbagi sebanyak tempat, ke siapa saja tanpa batasan waktu dan wilayah. Media sosial merupakan tempat berhimpunnya kelompok komunitas dengan aktivitas untuk berbagi, membagikan informasi, bekerjasama atau tempat bermain serta hiburan. Media sosial selain dapat dimanfaatkan sebagai fasilitas interaksi dua arah juga dapat melakukan beragam kolaborasi beragam hal berkaitan dengan teks, narasi, tulisan, audio, video atau visual. Awal pondasi dalam pembuatan bersosial media untuk memfasilitasi aktivitas tiga hal, *sharing*, *collaborating* dan *connecting*⁴.

Media sosial menjadi sebuah wadah yang condong menjadi sebuah ruang perseorangan yang bersifat unik dan eksklusif, kelebihanannya media ini dapat dengan mudah dikunjungi pengguna lainnya selama masih terdapat koneksi. Media sosial yang merupakan media siber bertugas sebagai suatu entitas. Arti entitas dalam hal media siber merupakan aplikasi lunak maupun aplikasi keras bukan hanya semata – mata media perantara saja. Media sosial juga berperan secara sistematis sebagai pembentuk interaksi, hubungan sosial, serta pada tingkatan publik virtual. Lapisan media ini

³ Abdul Majid, "Fenomena Penyebaran Hoax Dan Literasi Bermedia Sosial Lembaga Mahasiswa Universitas Muslim Indonesia," *Jurnal Komodifikasi* 8 (2019): 228–239, <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/Komodifikasi/article/view/11329>.

⁴ Setiadi, "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi."

memungkinkan dalam melihat media siber sebuah tampilan sebagai bentuk penggambaran kebudayaan⁵.

Jenis – Jenis Media Sosial

Media sosial dapat dibagi menjadi beberapa karakteristik dan sifatnya, sebagai berikut :

Media Jejaring Sosial

Media sosial dimanfaatkan sebagai layanan untuk berinteraksi sosial yang merupakan media paling umum dan favorit seluruh kalangan. Media sosial merupakan struktur yang mampu menghubungkan jejaring dengan computer, komunikasi dapat terjadi karena terdapat pemindahan data dari perangkat ke perangkat lainnya⁶. Pengguna dapat membuat jaringan perkawanan dari dunia online seperti yang dapat dilakukan pada Facebook atau LinkedIn dimana para pengguna telah bertahuan didunia nyata⁷.

Jurnal Online

Media sosial dapat dimanfaatkan sebagai wadah tempat publikasi karya – karya penulisan aktivitas sehari – hari, melakukan interaksi melalui komentar, unggahan serta tanggapan. Blog merupakan jurnal online yang berisikan kegiatan keseharian seseorang untuk nantinya ditampilkan dalam suatu laman dengan tersedianya kolom komentar oleh pengguna atau pengunjung lainnya, sistem ini juga dianut oleh sosial media. Khususnya pada sosial media Twitter penggunaan paling banyak ialah *microblog* mirip seperti pada blog jurnal online umumnya⁸.

Media Sosial Berbagi Bersama

Media sosial difungsikan sebagai melayani pemakainya untuk dapat melakukan penyebaran foto, video serta tulisan. Contohnya media ini ialah : Facebook, Instagram, Youtube, dll. Media sosial sebagai penanda sosial untuk mengolah, mengatur, mengemas, dan mengumpulkan informasi atau berita secara *online*. Media sosial

⁵ Ruli Nasrullah, "Riset Khalayak Digital: Perspektif Khalayak Media Dan Realitas Virtual Di Media Sosial," *Jurnal Sositologi* 17, no. 2 (2018): 271.

⁶ Astari Clara Sari et al., "Komunikasi Dan Media Sosial," no. December (2018).

⁷ Setiadi, "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi."

⁸ Ibid.

sebagai wadah kolaborasi kerjasama yang dalam pelaksanaannya akan melakukan pengisian konten dalam situs yang dipakainya⁹.

Hoax

Hoax diartikan sebagai berita bohong, kabar palsu, berita dusta dalam kamus Indonesia. Diartikan sebagai bentuk penipuan dengan bertujuan menimbulkan iseng atau lelucon dan berbahaya dalam kamus oxford. Hoax diartikan pula sebagai olok – olok/ mengejek, dan memperdaya atau menipu dalam kamus Bahasa Inggris. Kata hoax sudah ada sejak zaman dahulu dari awal kata *hocus pocus* atau sebuah kata yang diucapkan sebagai mantra seorang pesulap *sim salabim* yang menunjukkan arti kepalsuan arti sulap itu sendiri¹⁰.

Hoax merupakan berita bohong dan manipulasi fakta dan informasi. Permasalahan hoax telah cukup banyak disampaikan dan dikaji muncul dalam media sosial, contoh perkara hoax yang sering muncul ialah mengenai hoax politik yang telah dikaji muncul sebanyak 91,8 %, hoax mengenai permasalahan SARA muncul 88,6 %, kemudian disusul hoax mengenai Kesehatan 41,2 %, makanan minuman 32,6 %, penipuan yang merugikan keuangan 24,5 % dan iptek, berita duka, lelucon muncul secara berturut – turut sebanyak 23,7 %, 18,8 % dan 17,6 %¹¹.

Tujuan berita hoax disebarkan untuk mempengaruhi opini khalayak. berita bohong atau hoax ialah melakukan pemberitaan informasi sesat menyampaikan informasi palsu sebagai kebenaran. Hoax bertujuan membuat opini publik kearah kesesatan, menganggap informasi palsu sebagai informasi benar secara mutlak. Hoax menggiring dan menguji kecerdasan public dalam media sosial. Banyak tujuan lainnya hoax hanya sebagai bahan hiburan, lelucon dan candaan semata. Lebih ke dampak negative yang timbul ialah hoax bertujuan untuk menjatuhkan lawan, menuduhkan sesuatu yang salah kepada orang lain, dan bersifat untuk mengubah kebijakan. Level hoax sendiri bertujuan untuk disebarkan kepada khalayak untuk mengubah pemikiran,

⁹ Ibid.

¹⁰ Christiany Juditha, "Hoax Communication Interactivity in Social Media and Anticipation (Interaksi Komunikasi Hoax Di Media Sosial Serta Antisipasinya)," *Journal Pekommas* 3, no. 1 (2018): 31.

¹¹ Christiany Juditha, "Memahami Struktur Jaringan Media Sosial Sebagai Cara Strategis Periklanan Di Era Ekonomi Digital," *Journal Pekommas* 2, no. 1 (2017): 99.

dan tingkat selanjutnya untuk mengendalikan perilaku orang lain dan memanipulasi informasi. Khalayak memerlukan benteng ilmu dan informasi untuk menelaah setiap cuitan yang beredar dalam ranah sosial media, diperlukan kecermatan dan ketelitian untuk membentengi diri dalam menggunakan sosial media¹².

Hoax bertujuan untuk disebarkan dengan mengubah kepercayaan seseorang, menyebarkan dalil – dalil untuk melakukan kebaikan tanpa ada dasar yang mendalam cenderung lebih mudah akan disebarkan orang lain. Ajakan – ajakan tersebut baik berbau hal kebaikan dan promosi iming – iming dalam ranah hal pahala akan menjadi hal yang sangat diantusiasakan orang lain segera menyebarkan informasi kepada rekan – rekannya¹³.

Jenis – Jenis Hoax

1. *Fake news* : berita bohong, bertujuan untuk memalsukan informasi aslinya. Berita disebarkan untuk menutupi fakta keasliannya. Kepenulisan berita bohong memasukkan setelah informasi bohong, atau seluruh informasi diubah keasliannya untuk menarik minat baca khalayak, dengan prinsip makin aneh makin makin baik.
2. *Clickbait* : jebakan. Secara strategis bertujuan untuk menarik sebuah tautan agar orang lain juga turut ikut melihat tautan tersebut dikemas secara apik dengan strategis. Judul penulisan dari clickbait dibuat dengan berlebihan atau dipasang sebuah gambar yang menarik untuk pembaca. Cenderungnya dengan memberikan jebakan judul dan gambar yang berlebihan membuat pembaca tertarik dan melihat isi konten tersebut, biasanya pembuat konten yang dimuat tidak berlebihan seperti pada judul atau gambar, tetapi dengan dibuatnya judul yang berlebihan mengikat dan menarik perhatian khalayak.

¹² Aulia Rahmawati and Krisanjaya Krisanjaya, "Literasi Media Untuk Mengantisipasi Berita Palsu (Hoax) Di Media Sosial Bagi Masyarakat Pulau Tidung Kepulauan Seribu," *Sarwahita* 16, no. 01 (2019): 68–74.

¹³ Dedi Rianto Rahadi, "Perilaku Pengguna Dan Informasi Hoax Di Media Sosial," *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 5, no. 1 (2017): 58–70.

3. *Confirmation bias* : Bias konfirmasi . kecenderungan untuk membuat informasi yang baru menjadi sebuah anggapan yang nyata dengan pedoman kepercayaan yang ada.
4. *Miss information* : Informasi salah dan tidak tepat. Informasi ini lebih utama ditunjukkan sebagai berita penipuan.
5. *Satire* : Sebuah penulisan dengan penggambaran dibesar – besarkan mengandung ironi dan humor dalam mengomentari kejadian yang hangat terjadi.
6. *Post-truth* : Pasca-kebenaran. Untuk memebentuk opini public lebih condong mempermainkan emosional manusia daripada fakta yang sebenarnya terjadi.
7. *Propaganda* : kebohongan public, aktivitas menyebarkan untuk mempengaruhi opini public, berita gosip dan argument yang setengah setengah untuk tujuan penyebaran informasi bohong kepada public mempengaruhi opini khalayak¹⁴.

Dampak Hoax

Dampak terbesar dengan adanya berita hoax yang saat ini terjadi ialah pada bidang politik, ekonomi, Kesehatan dan pengetahuan. Pada bidang politik, sangat jelas terjadi misalnya dalam pemilihan umum yang terjadi pada pilpres 2019 kampanye hitam terus menyerang melau media sosial. Hal ini sangat terasa sebelum hari pemilihan umum berlangsung server media sosial yang sempat diturunkan dan dijaga minimalisir oleh kominfo menunjukkan betapa dampak beratnya suatu informasi hoax tersebar melalui ranah sosial. Secara yang terjadi hoax digunakan sebagai sarana propaganda mempengaruhi public dan mementingkan kepentingan beberapa aspek golongan. Literasi masyarakat yang rendah dan timbulnya isu sosial politik serta sara mewarnai hoax yang berdampak tidak sehat dalam dunia politik¹⁵.

Penanggulangan Hoax Bidang Pendidikan

¹⁴ Ibid.

¹⁵ Christiany Juditha, "Literasi Informasi Melawan Hoaks Bidang Kesehatan Di Komunitas Online," *Jurnal ILMU KOMUNIKASI* 16, no. 1 (2019): 77.

Dalam bidang Pendidikan ditemukan berbagai solusi dalam menanggulangi pemberitaan hoax beredar. Model Pendidikan melalui cerdas dalam literasi media, artinya, Pendidikan menghadirkan solusi cerdas kepada anak didik sebagai pembangunana generasi khususnya pula pada generasi milenial. Dorongan untuk mencari informasi yang besar dan pengetahuan yang tinggi ditanamkan kepada anak didik supaya gemar membaca buku. Pengetahuan dan tinggal kepemahaman yang berdasarkan dari sumber yang relevan membuat berita hoax menyebar dengan minim. Karena berawal dari ketidaktahuan dan rendahnya cinta terhadap membaca buku membuat generasi mudah dipengaruhi oleh berita hoax¹⁶.

Pengajaran sejarah dan nilai kebangsaan diterapkan dalam setiap kegiatan Pendidikan baik dalam kelas maupun kegiatan luar kelas. Pembelajaran didalam kelas yang dinilai kurang efektif karena memiliki condong perbedaan besar terhadap dunia nyata, harus diselaraskan baik melalui kegiatan ekstrakurikuler dengan menyisipkan pengetahuan cinta tanah air, pengetahuan sejarah dan upaya untuk terhindar dari provokasi. Melatih anak didik dalam dunia Pendidikan untuk terbiasa menulis. Penulisan melatik untuk pembelajaran lebih dengan bersumber dari bahan bacaan yang relevan, sehingga diperlukan dalam peran sekolah mengaktifkan sumber penulisan seperti majalah, majalah dinding, penulisan dari blog dan tanggap dengan internet yang notabnya seluruh berita hoax bersumber dari internet. Penggunaan sosial media juga harus dilakukan pengawasan dengan prinsip bahwa menggunakan sosial media untuk sarana membagikan konten yang terbaik, bukan sarana sebagai konsumsi setiap hari. Cerdas bersosial media ditunjukkan dengan kualitas penggunaan sosial media sebagai ajang produksi konten yang menarik dan kreatif, misalnya baik digunakan sebagai ajang berbisnis ataupun menjadi seorang *konten creator*. Peran penting Pendidikan berkarakter mengajarkan penonjolan kesamaan arti saling menghargai, bukan

¹⁶ Abd Goni, "Role Model Pendidikan Untuk Melawan Hoax," *Subulana* 8, no. 2 (2019): 2019, https://barnard.edu/sites/default/files/inline/student_user_guide_for_spss.pdf%0Ahttp://www.ibm.com/support%0Ahttp://www.spss.com/sites/dm-book/legacy/ProgDataMgmt_SPSS17.pdf%0Ahttps://www.neps-data.de/Portals/0/WorkingPapers/WP_XLV.pdf%0Ahttp://www2.psy.

mempermasalahkan perbedaan dengan dampak buruknya menimbulkan kejahatan dari adanya perpecahan dan beda pendapat¹⁷.

Bidang Media

Media berperan penting sebagai sumber keaslian suatu informasi. Bentuk berita yang keluar perlu dilakukan validasi data supaya keaslian informasi tidak dibuat – buat. Dalam kajian ilmiah ditemukan bahwa peran validasi data menjadi sangat penting, pembuat berita dan jurnalis menjadi tokoh yang dituntut selalu teliti karena menyangkut kepentingan banyak orang. Tahap pengecekan suatu berita diungkapkan menjadi hal yang penting untuk dilakukan. Terkait pengecekan ini sendiri diperlukan informan beserta sumber yang jelas dan tepat sebelum akhirnya nanti dikeluarkan oleh redaktur berita. Terdapat standar yang menentukan bahwa berita itu layak dan bebas dari informasi hoax. Dikutip dari viva.co.id, menurut Kepala Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN) Djoko Setiadi, ada beberapa hal yang dapat dilakukan untuk mengenali berita hoax diantaranya; cek keanehan yang ada, wajar atau tidak wajar, mengecek kata atau bahasa yang digunakan, mengecek kesesuaian judul, perhatikan sumber beritanya, cek tanggal beritanya¹⁸.

Model Komunikasi Anti Hoax

Fakta penyebaran Hoax melalui komunikasi yang tersebar di media sosial saat ini, menurut sebuah hasil penelitian pada generasi milenial cenderung lebih banyak pada aplikasi media sosial chatting, Facebook dan WhatsApp. Awal dari lahirnya wujud hoax didasari pada banyaknya unggahan berbentuk berita, informasi dan gambar yang tersebar di sosial media sumbernya samar – samar membuat seseorang bingung tentang kevalidan informasi dan keabsahan data. Generasi milenial kadang kala tidak melakukan konfirmasi pendahuluan terhadap berita yang berkeliaran. Langkah awal pertama yang harusnya dilakukan ialah mengkaji suatu berita dengan awas serta akurat, mewaspadai serta berhati – hati, memverifikasi bukti keabsahan sesungguhnya, bukan malah menjadikan berita tersebut dengan mudahnya disebarkan satu pihak ke pihak

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Nadia Desti Manika et al., "Strategi Wartawan Online Dalam Mencegah Berita Hoax," *Jurnal Ilmu Jurnalistik* 3, no. 4 (2018): 39–56.

lainnya sehingga topik tersebut menjadi viral, informasi yang menyebar secara luas dan cepat seperti layaknya penyebaran virus, karena terus dibagiakan orang lain. Penyaluran informasi pada sosial media yang mengandung isi konten hoax berakibat positif pada kapasitas potensi literasi media serta taraf kepercayaan generasi milenial di sosial media Facebook dan WhatsApp secara aktif, sigap dan bersegera. Hal positif yang dapat diambil ialah dalam penelaahan berita informasi menjadi lebih terstruktur, tingkat kehati – hatian tinggi dan tidak tergesa – gesa dalam *sharing* suatu topik.

Kepada generasi milenial muslim pemakai media aktif media sosial supaya awas diri dalam menelaah bacaan teks atau mengkategorikan sebuah berita atau informasi di media sosial supaya tidak memicu miskalkulasi perselisihan mengenai topik bahasan yang disajikan oleh media sosial yang belum abash kevalidannya karena ada beraneka ragam berita bohong di dalamnya yang selanjutnya bakal melahirkan hoax. Kepada pemerintah berupaya membentuk sebuah aplikasi penemuan penghindaran berita bohong atau hoax¹⁹.

Komunikasi anti hoax merupakan upaya dalam penanggulangan topik – topik berita bohong dan palsu. Komunikasi dalam bersosial media untuk upaya anti hoax mengedepankan tingkat pengecekat berita topik terlebih dahulu. Komunikasi anti hoax pada sosial media pada dasarnya berhubungan dekat dengan dengan keadaan kenyataan di dunia nyata. Komunikasi berlaju semakin cepat, bergegas serta mudah untuk tersampaikan. Komunikasi anti hoax berlandaskan pada kecepatan seseorang dalam memilah informasi agar keabsahan topik yang akan mereka sebar telah memiliki nilai kebenaran dan kepercayaan yang tinggi, sumber dari berita telah jelas dan dari institusi yang jelas. Komunikasi anti hoax pada sosial media berpengaruh pada khalayak dalam hal penemuan pencarian informasi yang lebih cepat, sehingga dalam hal ini dapat dimanfaatkan untuk pencarian sumber keaslian berita supaya lebih jelas. Khalyak dihadapkan terhadap untuk menemukan informasi yang ditemukan bukan hanya melewati komunikasi dua arah saja, komunikasi simetris. Komponen komunikasi dapat untuk beraktivitas secara konkret nyata dan setiap komponen secara berbarengan

¹⁹ Majid, "Fenomena Penyebaran Hoax Dan Literasi Bermedia Sosial Lembaga Mahasiswa Universitas Muslim Indonesia."

berfungsi sebagai pengantar pesan dan pemeroleh pesan. Dengan demikian, komunikasi anti hoax untuk bersosial media meletakkan pada pengaruh dalam jalannya jaringan sosial serta ikatan sosial antar satu pengguna dengan pengguna lainnya. Jalannya hubungan sosial yang membawa komunikasi akan berimbas pada pola komunikasi²⁰.

Karakteristik Generasi Milenial Muslim

Generasi milenial merupakan sebutan generasi Y yang saat ini gencar disimak dan diamati pergerakannya dalam beragam bidang. Generasi ini tumbuh selepas munculnya generasi X berkisar antara tahun 1981 hingga tahun 2000. Usia pada generasi milenial diantara 18 sampai 37 tahun dan diduga sebagai generasi yang khusus special disandingkan dengan generasi lebih dahulu. generasi milenial ini dalam kesehariannya tak terlepas dari penggunaan teknologi serta informasi terutama penggunaan internet. Generasi milenial dominan sangat menyukai tayangan pertunjukan atau aksi konser budaya musik/pop yang telah mendasari kebutuhan pokoknya.²¹.

Generasi milenial lahir setelah zaman informasi terbuka lebar dengan bantuan internet. Kemampuan internet juga mencakup terhadap ekonomi jual beli secara online. Generasi milenial muslim merupakan generasi muda yang beragam islam sangat akrab dan berdekatan dengan internet. Generasi milenial muslim menempatkan sumber – sumber di Internet merupakan sebuah tempat dalam mengambil ilmu – ilmu dan untuk belajar. Sehingga, sangat rawan sekali apabila terjadi kesalahan informasi yang nantinya didapatkan melalui internet. Generasi milenial muslim menjadikan kehadiran internet sebagai kebutuhan bukan hanya sebuah hiburan saja, layaknya sebuah tontonan di youtube, blog dan jurnal yang dijadikannya sebagai sarana yang mudah dan cepat untuk pembelajaran khususnya mengenai islam dan informasi lainnya. Hal ini menjadi berpengaruh nantinya terhadap interaksi kehidupan sosial dan berdampak pada pola

²⁰ Sari et al., "Komunikasi Dan Media Sosial."

²¹ Christiany Juditha and Josep J. Darmawan, "PENGUNAAN MEDIA DIGITAL DAN PARTISIPASI POLITIK USE OF DIGITAL MEDIA AND POLITICAL PARTICIPATION MILENIAL GENERATION Informasi Yang Diperoleh Secara Terbuka Dari Penelitian Lain Dari Alvara Research Generasi Berusia 15-24 Tahun Lebih Generasi Yang Paling," *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik* 22, no. 2 (2018): 91–105.

komunikasinya. Kecenderungan generasi muslim saat ini akan mengikuti suatu tokoh pemuka agama yang mempunyai banyak pengikut di dunia sosial media, sehingga kecenderungan informasi akan lebih didapatkan dari sang tokoh agama tersebut. Seseorang figure agama ditetapkan melalui kepopuleran atau reputasi dan banyaknya sosok tersebut nampak di media massa, media elektronik, internet dan televisi yang menjadikannya bahan tumpuan untuk banyak golongan muda untuk memperoleh informasi yang mereka idam – idamkan. Seorang figure agama yang ramah dan aktif dalam dunia digital media saat ini sangat gampang untuk masuk menjadi idola seluruh kelompok karena berasalasan mudah ditemukan dan dilihat kapan dan dimana saja. Adanya sosok figure agama di media sosial menjadi mengurangi tugas fungsional pendidikan agama dalam keluarga dan juga tugas dari sekolah atau lembaga serta komunitas organisasi islam²².

Kondisi era teknologi saat ini sangat berpeluang bagi generasi milenial muslim serta santri untuk mengambil peran melakukan komunikasi untuk melawan informasi hoax untuk digunakan kepada aktivitas komunikasi yang lebih positif. Peluang – peluang besar yang sangat penting dilakukan diantaranya untuk melakukan dakwah melalui media sosial. Pesan – pesan dakwah yang nantinya layak dibawakan ialah menyajikan makna Islamiyah yang damai, tenang, anti radikal, nasionalisme serta menjunjung nilai – nilai toleransi. Generasi milenial muslim akan menjadi tokoh penting dalam terlibatnya aktif dipergeseran – pergerakan islami di media sosial. Kegiatan komunikasi dakwah islam nantinya akan menurunkan nilai – nilai informasi hoax dan bohong karena nantinya dalam melakukan penyampaian pesan pastinya akan dicek validasinya terlebih dahulu. Topik yang nantinya dapat disampaikan tentunya berbau kebaruan kondisi saat ini yang sesuai dengan karakteristik generasi milenial berfikir produktif, positif, percaya diri, kreatif, bersemangat, dan terbiasa dalam menghadapi perubahan karena kesehariannya dihabiskan lebih banyak waktunya dalam hidup bersama internet telepon pintarnya yang terhubung dengan internet²³.

²² Athik Hidayatul Ummah, "Dakwah Digital Dan Generasi Milenial," *Tasâmuh* 18 (2020): 54–78.

²³ Muslimin Ritonga, "Komunikasi Dakwah Zaman Milenial," *Jurnal Komunikasi Islam* 3, no. 1 (2019): 60–77.

Kehidupan generasi milenial ini yang berbeda jauh dengan generasi sebelumnya diantaranya sangat menjunjung keterbukaan informasi tidak kaku terhadap informasi, mempunyai banyak atau multitalenta, cakap dalam melakukan banyak tugas dengan serentak, tidak sabar, tingkat keikutsertaan yang tinggi, tidak mempercayai kelas – kelas keluasaan, dengan makna semua orang mempunyai kesetaraan, sehingga sikap dan perilaku terhadap sesame setara baik bersikap dengan kawan kerja atau pemimpin perusahaan, supel, luwes, antusias, menyukai perhimpunan dan mengarah pada keberhasilan²⁴.

Penggunaan Media Digital Generasi Milenial

Suatu penelitian menunjukkan dalam angka 100 orang khalayak yang diuji menegaskan menggunakan internet dalam tiga bulan terakhir. Keaktifan penggunaan internet ini banyak dilakukan melalui perangkat telepon seluler (handphone) dengan taraf 98,3% dan laptop sebanyak 69% kalau pemakaian tablet serta PC (Komputer) lebih sedikit dibandingkan dua perangkat yang disebutkan sebelumnya. Jumlah pemakaian internet berjumlah 39,1 % dari informet menyatakan digunakannya dalam sehari memakan waktu hingga lima sampai sepuluh jam sehari, selanjutnya sejumlah informan 31,6% menghabiskan waktunya diatas sepuluh jam sehari dalam beraktivitas di internet. Tujuan penggunaan internet paling banyak terbukti dari informasi narasumber untuk melakukan berkomunikasi sebanyak 93,1% dan yang lainnya untuk menjelajahi topik informasi di internet (90,2%), ada juga bertujuan dalam mendownload file video, audio, gambar, naskah bacaan, kebutuhan hiburan (69,5%) sisanya 69,5% dihabiskan untuk melangsungkan video siaran langsung, musik dan 50% setengah narasumber menyatakan untuk mengupload konten di sosial media atau google.²⁵

²⁴ Gusti Restu Kinanti and Wiwid Noor Rakhmad, "Memahami Relasi Komunikasi Orang Tua Milenial Dalam Pembentukan Konsep Diri Anak Di Era Digital," *Interaksi Online* 7, no. 2 (2019): 115–126, <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/23659>.

²⁵ Juditha and Darmawan, "PENGUNAAN MEDIA DIGITAL DAN PARTISIPASI POLITIK USE OF DIGITAL MEDIA AND POLITICAL PARTICIPATION MILENIAL GENERATION Informasi Yang Diperoleh Secara Terbuka Dari Penelitian Lain Dari Alvara Research Generasi Berusia 15-24 Tahun Lebih Generasi Yang Paling."

Penggunaan media digital oleh generasi milenial didominasi pada tiga kategori yaitu pemakaian perangkat keras atau lunak untuk kebutuhan digital, media elektronik digital dan konten media. Dalam informasi yang disampaikan banyak narasumber dapat disimpulkan selama tiga bulan terakhir perangkat gawai pintar dipakai dalam berkegiatan berkomunikasi via telepon antar pengguna 98,9%, memonton televisi melalui internet 29,9%, digital televisi 24,7%, paling sedikit dipakai mendengarkan radio diantara 6,9% dan 2,3% saja. Hal lainnya dalam pemakaian jenis media digital yang paling sering dikunjungi ialah media sosial 92,5%, kelompok grup percakapan online 63,2%, surat pendek 52,9%, siaran langsung 50,6%, penggunaan e-mail 48,3%, bulletin kabar berita 46,6% dan blog 43,7%. Kesimpulan untuk konten media digital yang sering dikonsumsi adalah film, pesan teks, video internet, buku elektronik (e-book), dan audio internet.

Generasi milenial dalam menggunakan internet telah kecanduan dengan internet karena ini sudah menjadi ciri khas dari generasi Y ini, bersifat optimistis, berkeyakinan tinggi dengan berstatus diri tinggi dan lebih bersikap menerima beragam informasi serta memaklumi lingkungan yang mudah berubah – ubah²⁶. Menurut pendapat lain menyatakan bahwa generasi milenial mempunyai sifat dalam pola komunikasinya yang sangat terbuka disandingkan dengan kaum – kaum sebelumnya, pengaplikasian pada media sosial yang melampaui batas dan kesehariannya sangat bersangkutan dengan pertumbuhan perubahan teknologi. Pada hasil lain disebutkan salah satu sifat generasi milenial ialah generasi yang saling terhubung. Generasi ini sangat mudah bergaul, kelompok urban yang suka berkumpul dengan golongan yang mereka anuti. Selain itu, generasi milenial suka berjelajah melalui browsing internet²⁷. generasi milenial (18-37 tahun) yang terdapat di delapan kota metropolitan di Indonesia adalah pemakai internet. Telepon selular dan laptop adalah media yang dominan dipakai golongan ini dengan koneksi internet. Penggunaan umumnya menghabiskan

²⁶ Jennifer Kilber, Allen Barclay, and Douglas Ohmer, "Seven Tips for Managing Generation Y," *Journal of Management Policy and Practice* 15, no. 4 (2014): 80.

²⁷ Juditha, "Hoax Communication Interactivity in Social Media and Anticipation (Interaksi Komunikasi Hoax Di Media Sosial Serta Antisipasinya)."

waktu lima sampai sepuluh jam per 24 jam, bermaksud untuk digunakan paling banyak berkomunikasi dan memperoleh informasi.

III. Pembahasan

Model Pembelajaran Komunikasi Anti Hoax

Bagi generasi milenial model pembelajaran untuk mengurangi hoax melalui pembelajaran komunikasi dapat dilakukan dengan kerjasama yang kuat dan bertanggung jawab atas kesadaran bersama dari semua pihak, keluarga, guru, lembaga pendidikan, organisasi. Khususnya bagi generasi milenial muslim akan lebih ditanamkan nilai – nilai keislaman yang nantinya bakal berpengaruh terhadap pola komunikasi dan mandarah daging dalam perilakunya untuk mengedepankan aspek kehati – hatian dalam menerima informasi apapun itu bentuknya. Sehingga ini membutuhkan bantuan pengawasan utamanya pada bidang pendidikan serta orang tua. Generasi milenial muslim yang banyak di pondok pesantren dapat dengan mudah melakukan pengawasannya karena setiap hari aktivitasnya diawasi dan dibatasi, penggunaan barang – barang yang berhubungan dengan teknologi informasi juga dibatasi. Sistem pondok pesantren yang merupakan sistem kesehariannya mengedepankan penanaman nilai – nilai islami ini juga masih diperlukan perbaikan pada pengenalan santri yang nantinya akan terjun ke dunia masyarakat, rekan sebayanya yang aktif dalam penggunaan internet. Sehingga tahap awal seluruh generasi milenial akan dikenalkan tentang fitur – fitur penggunaan media sosial untuk hal – hal kebaikan, nilai – nilai islam dan nanti secara otomatis akan selalu berhati – hati menjadi tidka mudah terprovoasi dengan adanya berita yang belum jelas kebenarannya. Efek berita yang viral penyebaran cepat membuat psikologi komunikasi generasi milenial meningkat, karena sifatnya yang tidak mudah sabaran menjadikannya informasi lebih tersebar dengan cepat. Sifat karakteristik generasi milenial yang suka penasaran terhadap hal – hal viral juga kurang baik karena meninggalkan etika untuk waspada terhadap bau – bau informasi yang belum dipahami dan dikenal sebelumnya. Kepemahaman mereka mengenai informasi baru juga perlu diuji keabsahannya, untuk karena itu dalam pembangunan komunikasi bagi generasi milenial muslim yang

dijadikan landasan pertama ialah kesabaran, kewaspadaan, kehati – hatian, perlu kebenaran data sumber yang jelas.

Komunikasi Efektif

Pembelajaran komunikasi efektif berguna untuk menekan laju informasi yang tidak berguna dan bermanfaat seperti berita hoax, karena dengan komunikasi efektif nantinya akan membuat pesan komunikasi yang akan dilakukan di media sosial menjadi padat serta tidak bertele – tele dan fokus pada manfaatnya. Komunikasi yang dikatakan sebagai komunikasi yang tidak efektif apabila telah memenuhi beberapa penilaian diantaranya terdapat kontras arah pandangan, timbulnya kontak aksi sentimental, komunikasi secara verbal dan nonverbal yang berubah – ubah, timbulnya buruk sangka, kosongnya interaksi komunikasi berbalasan, sedangkan untuk menuju komunikasi yang efektif bersambungan dengan kecakapan sang komunikator dengan penerima pesannya. Kecakapan merupakan sebuah kemampuan, kesanggupan serta kekuatan untuk membuat seseorang berusaha dengan mandiri. Kemampuan kecakapan merupakan hasil karakteristik bawaan asli atau menjadi suatu potensi dari hasil belajar dan praktek sehingga dapat membersekan pekerjaannya²⁸.

Bagian – bagian penting pondasi pembangunan komunikasi yang efektif meliputi komponen tokoh komunikator, penerima pesan komunikator, wadah penyampaian pesan dan topik yang dibahas. Lain daripada komponen sebelumnya merupakan sebuah nilai hasil keberhasilan belajar yang sudah termasuk pada cakupan muatan local yang dipelajari. Strategi komunikasi yang efektif akan ditemukan beragam kegunaan yang berhubungan langsung dengan aktivitas penyebaran secara luas isi makna komunikasi pada arah tujuan termaksud untuk dapat diambil kesimpulan yang optimal, sebagai penghubung ketimpangan budaya sebab adanya keringanan yang didapatkan dan keringanan pemakaiannya di media sosial²⁹.

Pemberdayaan Komunikasi di Media Sosial

²⁸ Setiadi, “Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi.”

²⁹ Ibid.

Generasi milenial harus mempunyai kecakapan dasar literasi media untuk melakukan aktivitas di internet. Kecakapan ini merupakan hal komponen yang digunakan untuk menangkal serta menyaring informasi yang masuk sebagai pengetahuannya sehingga dapat merincikan hasil pesan yang ditayangkan. Informasi saat ini diharapkan dapat dipilah agar tidak selalu terjadi kekacauan informasi akibat terlalu lama mematung terhadap suatu topik sehingga melalaikan langkah kongkrit apa agar tidak terlalu lama mematung pada topik informasi tersebut. Generasi milenial saat ini juga harus disadarkan pengertian akan kebutuhan informasi yang layaknya layak untuk dikonsumsi. Sehingga, dalam kesehariannya terjadinya ketidakjelasan informasi dapat berkurang. Pemberdayaan komunikasi di media sosial dengan mengedepankan pemahaman literasi media sosial ini begitu pentingnya karena media sosial ini merupakan bentuk media yang masih baru dan terus dilakukan kajian. Terdapat pengaruh buruk berakibat pada kemampuan psikologis, mental, emosi seseorang serta keinginan untuk melakukan sesuatu. Berdasarkan kajian penelitian dampak rusaknya moral seseorang dari media dan untuk menangkal akibat yang ditimbulkan dengan adanya literasi digital³⁰.

Beberapa dari penelitian yang telah dilakukan dalam menyarankan model komunikasi anti hoax bagi generasi milenial muslim untuk penggunaan di sosial media akan mengedepankan pembangunan literasi komunikasi media digital. Literasi media sosial saat ini masih belum dipraktikkan secara baik oleh masyarakat. Generasi milenial muslim merupakan remaja dari generasi awal umur 19 tahun hingga seserongan umur 40 tahun lahir pada tahun 1980 hingga 2000, usia sekolah sampai usia produktif. Interaksi komunikasi dalam sosial media yang frekuensinya tinggi, generasi ini tampak sangat mengekspos dirinya lewat media sosial. Kebelumhasilan literasi media dibuktikan dengan masih banyaknya kasus – kasus penyebaran hoax yang begitu cepat, pemahaman mengvalidasi data yang belum baik sehingga lebih mudah langsung tersebar ke media sosial, karena penyebarannya tergolong sangat mudah dan

³⁰ SAPTA SARI, "Literasi Media Pada Generasi Milenial Di Era Digital," *Profesional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik* 6, no. 2 (2019): 30–42.

cepat, tidak sulit sama sekali. Pemerintah dalam menanggapi pokok permasalahan ini segera merancang pembangunan dalam melakukan pengiriman pesan supaya media massa yang terjadi saat ini tidak banyak terjadi perselisihan dapa t melalui undang – undang atau lembaga penyiaran³¹.

Kesimpulan

Komunikasi untuk menyaring berita – berita bohong serta hoax sangat diperlukan dalam aktivitas di sosial media karena lebih banyak penggunaannya untuk berkomunikasi. Bentuk komunikasi di sosial media berupa penyebaran konten, gambar, narasi, ujaran ataupun status yang mudah dan dipilih karena teknologi yang sangat maju. Komunikasi anti hoax bagi generasi milenial muslim sangat penting untuk dilaksanakan dalam upaya menekan laju penyebaran hoax yang berdampak buruk. Pengaruh buruk tersebut dapat memecahkan pendapat, membuat konflik pendek atau berkepanjangan dan berakibat secara nyata di dunia nyata. Oleh karena itu dalam penggunaan media sosial perlu dilakukan pemahaman literasi digital dalam menerima suatu informasi. Tidak menerima informasi secara bulat – bulat, melakukan pengecekan sebelumnya, melakukan konfirmasi, pengecekan terhadap judul, gambar dan lokasi berita. Hal ini juga dapat difilter oleh pemerintah dengan membuat aturan penyebaran informasi sehingga alur arus informasi dapat terawasi melalui undang – undang dan bentuk regulasi lembaga penyiaran

³¹ Ibid.

Referensi

- Arwendria, Arwendria, and Ariska Oktavia. "Upaya Pemerintah Indonesia Mengendalikan Berita Palsu." *Baca: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi* 40, no. 2 (2019): 195.
- Desti Manika, Nadia, Imron Rosyidi, Enjang Muhaemin, Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik, Uin Sunan Gunung Djati, and Jurusan Ilmu Komunikasi Humas. "Strategi Wartawan Online Dalam Mencegah Berita Hoax." *Jurnal Ilmu Jurnalistik* 3, no. 4 (2018): 39–56.
- Goni, Abd. "Role Model Pendidikan Untuk Melawan Hoax." *Subulana* 8, no. 2 (2019): 2019.
- https://barnard.edu/sites/default/files/inline/student_user_guide_for_spss.pdf
<http://www.ibm.com/support>
http://www.spss.com/sites/dm-book/legacy/ProgDataMgmt_SPSS17.pdf
[https://www.neps-data.de/Portals/0/Working Papers/WP_XLV.pdf](https://www.neps-data.de/Portals/0/Working%20Papers/WP_XLV.pdf)
<http://www2.psy>.
- Juditha, Christiany. "Hoax Communication Interactivity in Social Media and Anticipation (Interaksi Komunikasi Hoax Di Media Sosial Serta Antisipasinya)." *Journal Pekommas* 3, no. 1 (2018): 31.
- . "Literasi Informasi Melawan Hoaks Bidang Kesehatan Di Komunitas Online." *Jurnal ILMU KOMUNIKASI* 16, no. 1 (2019): 77.
- . "Memahami Struktur Jaringan Media Sosial Sebagai Cara Strategis Periklanan Di Era Ekonomi Digital." *Journal Pekommas* 2, no. 1 (2017): 99.
- Juditha, Christiany, and Josep J. Darmawan. "PENGUNAAN MEDIA DIGITAL DAN PARTISIPASI POLITIK USE OF DIGITAL MEDIA AND POLITICAL PARTICIPATION MILENIAL GENERATION Informasi Yang Diperoleh Secara Terbuka Dari Penelitian Lain Dari Alvara Research Generasi Berusia 15-24 Tahun Lebih Generasi Yang Paling." *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik* 22, no. 2 (2018): 91–105.
- Kilber, Jennifer, Allen Barclay, and Douglas Ohmer. "Seven Tips for Managing Generation Y." *Journal of Management Policy and Practice* 15, no. 4 (2014): 80.

- Kinanti, Gusti Restu, and Wiwid Noor Rakhmad. "Memahami Relasi Komunikasi Orang Tua Milenial Dalam Pembentukan Konsep Diri Anak Di Era Digital." *Interaksi Online* 7, no. 2 (2019): 115–126.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/23659>.
- Majid, Abdul. "Fenomena Penyebaran Hoax Dan Literasi Bermedia Sosial Lembaga Mahasiswa Universitas Muslim Indonesia." *Jurnal Komodifikasi* 8 (2019): 228–239. <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/Komodifikasi/article/view/11329>.
- Nasrullah, Ruli. "Riset Khalayak Digital: Perspektif Khalayak Media Dan Realitas Virtual Di Media Sosial." *Jurnal Sosioteknologi* 17, no. 2 (2018): 271.
- Rahadi, Dedi Rianto. "Perilaku Pengguna Dan Informasi Hoax Di Media Sosial." *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 5, no. 1 (2017): 58–70.
- Rahmawati, Aulia, and Krisanjaya Krisanjaya. "Literasi Media Untuk Mengantisipasi Berita Palsu (Hoax) Di Media Sosial Bagi Masyarakat Pulau Tidung Kepulauan Seribu." *Sarwahita* 16, no. 01 (2019): 68–74.
- Ritonga, Muslimin. "Komunikasi Dakwah Zaman Milenial." *Jurnal Komunikasi Islam* 3, no. 1 (2019): 60–77.
- Sari, Astari Clara, Universitas Muslim Indonesia, Rini Hartina, Universitas Muslim Indonesia, Reski Awalia, Universitas Muslim Indonesia, Hana Iriyanti, and Universitas Muslim Indonesia. "Komunikasi Dan Media Sosial," no. December (2018).
- SARI, SAPTA. "Literasi Media Pada Generasi Milenial Di Era Digital." *Profesional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik* 6, no. 2 (2019): 30–42.
- Setiadi, Ahmad. "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi." *Jurnal Humaniora* 16, no. 2 (2016): 1–7.
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/download/1283/1055>.
- Ummah, Athik Hidayatul. "Dakwah Digital Dan Generasi Milenial." *Tasâmuh* 18 (2020): 54–78.