

## Media baru: tren berita provokatif ditinjau dari etika komunikasi

Ahmad Sampurna<sup>\*)</sup>, Farhan Indra, Arya Fandhy

Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sumatera Utara

Willem Iskandar Ps V, Medan Estate, Deli Serdang, Indonesia

Email: ahmadsampurna@uinsu.ac.id and; Phone Number: + 6281365469433

*English Title: New media: trend of provocative news on communication' ethics perspectives*

**How to Cite This Article:** Sampurna, A. et al. (2024). Media baru: tren berita provokatif ditinjau dari etika komunikasi. *Jurnal Studi Komunikasi*, 8(1). doi: 10.25139/jsk.v8i1.7610

Received: 21-02-2023, Revision: 18-03-2024, Acceptance: 22-03-2024, Published online: 31-03-2024

**Abstract** This study aims to analyse and explain the urgency of communication ethics in the new media era (new media). This study uses a descriptive qualitative method with a post-positivist approach, where researchers observe and identify the phenomenon of communication ethics in new media (new media) Instagram on the @lambe\_turah account naturally. This research data was obtained from the Instagram account @lambe\_turah as a source of primary data, as well as from a literature review as secondary data. This research data was analysed through data reduction process, data presentation, and drawing conclusions. The results of this study indicate, with technological developments that allow the spread of fast and broad news on social media platforms, the need to maintain integrity, honesty, and peace in communication becomes more urgent. Communication ethics plays a major role in guiding media actors to verify information carefully, avoid sensationalism, and reduce the risk of provocation to individuals or groups. In dealing with the complexity of new media, enforcement of integrity, honesty, and peace becomes a crucial foundation in ensuring public trust, promoting social harmony, and preventing unwanted conflict escalation. Although the dominance of sensational and provocative news in user interest, ethical principles remain relevant in ensuring that the message distributed is true, useful, and not detrimental. With an emphasis on the principles of communication ethics, we can use new media as a means to strengthen the values of truth, justice, and wisdom in society, as well as facilitate a deeper understanding of various groups.

**Keywords:** communication ethics; new media; provocative news

**Abstrak** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan urgensi etika komunikasi di era media baru (new media). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan post positivis, di mana peneliti mengobservasi dan mengidentifikasi fenomena etika komunikasi di media baru (new media) Instagram pada akun @lambe\_turah secara alamiah. Data penelitian ini diperoleh dari akun Instagram @lambe\_turah sebagai sumber data primer, serta dari tinjauan literatur sebagai data sekunder. Data penelitian ini dianalisis melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan, dengan perkembangan teknologi yang memungkinkan penyebaran berita yang cepat dan luas di platform media sosial, kebutuhan akan menjaga integritas, kejujuran, dan perdamaian dalam komunikasi menjadi lebih mendesak. Etika komunikasi memainkan peran utama dalam memandu pelaku media untuk memverifikasi informasi dengan cermat, menghindari sensasionalisme, dan mengurangi risiko provokasi terhadap individu atau kelompok. Dalam menghadapi kompleksitas media baru, penegakan integritas, kejujuran, dan perdamaian menjadi fondasi yang krusial dalam memastikan kepercayaan publik,

<sup>\*)</sup> Corresponding Author

mempromosikan harmoni sosial, serta mencegah eskalasi konflik yang tidak diinginkan. Meskipun dominasi berita sensasional dan provokatif dalam minat pengguna, prinsip-prinsip etika tetap relevan dalam memastikan bahwa pesan yang disebar adalah benar, bermanfaat, dan tidak merugikan. Dengan penekanan pada prinsip-prinsip etika komunikasi, kita dapat memanfaatkan media baru sebagai sarana untuk memperkuat nilai-nilai kebenaran, keadilan, dan kebijaksanaan dalam masyarakat, serta memfasilitasi pemahaman yang lebih mendalam di antara berbagai kelompok.

**Kata Kunci:** *berita provokatif; etika komunikasi; media baru*

## **PENGANTAR**

Evolusi media komunikasi telah mengalami perubahan yang signifikan dari waktu ke waktu, memberikan dampak yang cukup besar terhadap proses komunikasi antarmanusia. Sebagai makhluk sosial, manusia terus mencari cara untuk berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain, dan perkembangan teknologi telah membawa perubahan mendasar dalam cara kita melakukan kedua hal tersebut. Media komunikasi kini tidak hanya lebih cepat dan memiliki jangkauan yang lebih luas, tetapi juga lebih mudah diakses oleh banyak orang. Hal ini tidak hanya mempermudah dalam hal penyampaian dan penerimaan informasi tetapi juga dalam membangun konektivitas global yang lebih erat (Shahzad et al., 2023).

Namun, kemajuan teknologi dan media komunikasi ini juga membawa tantangan dan masalah baru, khususnya terkait dengan penyebaran informasi yang tidak akurat atau hoax (Azzimonti & Fernandes, 2023; Hossain et al., 2023). Hoax, yang seringkali disebar dengan tujuan tertentu, dapat menyebar dengan cepat dan luas melalui media sosial dan platform komunikasi lainnya, mengakibatkan kesalahpahaman, kepanikan, atau bahkan kerusakan pada tatanan sosial (Agissa & Mutia, 2024; Arini et al., 2023; Malik et al., 2023). Karena itu, penting untuk mengkaji lebih dalam tentang teknologi dan hoax, terutama dalam konteks dampaknya terhadap masyarakat dan bagaimana masyarakat dapat dilindungi dari informasi yang menyesatkan (Azzimonti & Fernandes, 2023; Shahzad et al., 2023).

Pemahaman yang mendalam tentang bagaimana teknologi mempengaruhi dinamika penyebaran informasi dan bagaimana hoax dapat mempengaruhi persepsi publik merupakan langkah penting dalam mencegah dampak negatif dari informasi yang tidak akurat (Azzimonti & Fernandes, 2023; Shahzad et al., 2023). Dengan mengkaji ini, kita dapat mengembangkan strategi untuk mempromosikan literasi media dan digital, meningkatkan kesadaran kritis terhadap informasi yang kita terima, dan akhirnya menciptakan masyarakat yang lebih terinformasi dan tangguh terhadap misinformasi (Azzimonti & Fernandes, 2023; Hossain et al., 2023; Shahzad et al., 2023). Selain itu, pemahaman ini juga penting bagi pembuat kebijakan dan praktisi media dalam merancang dan menerapkan regulasi serta praktik yang mendukung penyebaran informasi yang akurat dan bermanfaat bagi masyarakat. (Andzani & Irwansyah, 2023).

Praktik komunikasi sangat penting dalam menciptakan hubungan manusia sebagai makhluk sosial, dalam implementasinya, komunikasi juga dibatasi dengan etika sebagai acuan sehingga hubungan yang tercipta dapat berkelanjutan. Ini sejalan dengan studi (Naibaho, 2024) yang mengemukakan, etika komunikasi menjadi landasan penting yang memastikan interaksi manusia berjalan secara harmonis dan berkelanjutan, sebab dengan etika komunikasi, individu dapat menciptakan lingkungan yang mendukung dalam interaksi sosial, mengurangi konflik, dan membangun hubungan yang kuat dan bermakna.

(Zahzuli et al., 2022) berpendapat, dalam proses komunikasi, etika mendasari terjalannya hubungan secara berkelanjutan sebab fungsinya yang meliputi kepekaan terhadap perasaan komunikan, jika komunikan merasa dihargai, ia akan memberikan respon yang sesuai dengan tujuan pesan komunikator. Ini menunjukkan urgensi etika sebagai aspek penting dalam proses komunikasi, bahwa komunikasi yang baik tidak hanya meliputi aspek asertif (tegas), melainkan juga aspek afektif (perasaan) sebagaimana pendapat (Marwah, 2021).

Menurut Lasswell dalam (A. R. Abidin & Abidin, 2021), proses komunikasi dilatarbelakangi tujuan untuk memperoleh kesesuaian antara pesan (message) komunikator dengan respon (feedback) komunikan melalui media (channel) tanpa adanya gangguan (noise). Maka, untuk mencapai keberhasilan dalam komunikasi, komunikator harus memahami komunikan sehingga pesan dapat terdistribusi dengan efektif dan melahirkan respon yang

selaras dengan maksud pesan komunikator. Maka dalam hal ini, etika komunikasi memainkan peran sentral sebagai panduan dalam mencapai kesesuaian antara pesan dan respon.

Dalam konteks berita, komunikasi melatarbelakangi pencapaian tujuan yang sama sebagaimana proses komunikasi pada umumnya, yakni untuk memperoleh respon audiens yang sesuai dengan isi informasi. Kemunculan berita sebagaimana yang disematkan oleh (Lestari et al., 2020), memiliki fungsi sebagai suatu penginformasian untuk mempengaruhi publik melalui konten-konten tertentu, maka dari itu, suatu berita harus mampu memahami kondisi publik sebagai audiens tanpa menggunakan asumsi subjektif sebagai dasar informasi, sehingga informasi yang disajikan dapat terdistribusi efektif dan melahirkan respon positif publik (Macnamara, 2023; Susilo et al., 2023; Zhao et al., 2020).

Namun, problematika pasca Reformasi 1998, kode etik jurnalistik hanya mampu mengontrol jurnalis profesional atau produk-produk formal jurnalistik seperti yang dikatakan oleh (Nurdin & Kholil, 2023). (Handayani, 2021) mengemukakan dalam studinya bahwa lahirnya tantangan dalam distribusi berita lahir sejak adanya platform berita yang bersifat informal dalam media baru (new media). Tujuan mereka yang hanya berfokus pada minat pengunjung, menjadikan mereka mendistribusikan konten dengan sifat berita tanpa mepedulikan pentingnya nilai etika.

(Musdalifah, 2022) mengidentifikasi, fenomena pengguna dalam media baru lebih tertarik terhadap konten yang bersifat provokatif dan sensasional tanpa acuh terhadap urgensi etika. Ini menggarisbawahi pergeseran perilaku dalam penggunaan media baru, khususnya sosial media, di mana konten yang bersifat provokatif dan sensasional sering kali mendapatkan perhatian yang lebih besar. Hal ini seringkali terjadi tanpa mempertimbangkan urgensi etika dalam menyebarkan informasi. Dampak negatifnya sangat nyata, karena konten provokatif dan sensasional cenderung memicu konflik, polarisasi, dan bahkan penyebaran berita palsu atau hoaks. Individu atau kelompok yang menjadi sasaran dari konten tersebut dapat mengalami stigmatisasi, penyerangan karakter, atau bahkan kekerasan fisik.

Dalam studinya (Aradhana & Pangaribuan, 2022) menyoroiti bagaimana berita viral tentang Bowo Alpenliebe memicu munculnya stigma di masyarakat, yang kemudian mengarah pada tindakan *bullying*. (Imran et al., 2024) menemukan bahwa informasi hoaks terkait pasangan calon presiden Pemilu 2024 menyebabkan beberapa orang melakukan penyerangan karakter atas pasangan calon tersebut. Sementara itu, (S. Aisyah et al., 2022) meneliti dampak dari informasi hoaks terkait penangkapan 43 mahasiswa Papua di Surabaya, yang menciptakan opini di masyarakat bahwa peristiwa tersebut adalah bentuk diskriminasi. Temuan ini secara kolektif menyoroiti bagaimana berita yang provokatif dan sensasional dapat menyebabkan dampak sosial yang serius seperti stigmatisasi, serangan terhadap karakter, dan persepsi yang salah tentang suatu peristiwa atau kelompok.

Ini mencerminkan urgensi etika komunikasi dalam berita untuk menghambat terjadinya dampak-dampak negatif, sebab berita yang tidak akurat atau provokatif dapat dengan cepat mempengaruhi opini publik dan menciptakan konsekuensi sosial yang serius. Dampaknya tidak hanya terbatas pada individu yang menjadi subjek berita, tetapi juga dapat mempengaruhi masyarakat secara luas dengan memperkuat stereotip, menyulut konflik, dan memperburuk pemahaman tentang suatu isu.

Etika dalam berkomunikasi menekankan pentingnya kebenaran, keadilan, dan kebijaksanaan yang pada tingkat sosial, etika komunikasi mempromosikan kedamaian dan toleransi antarindividu dan komunitas yang berbeda (Marwah, 2021). Saggaf dkk mengatakan bahwa dalam dunia yang semakin terkoneksi ini, etika komunikasi juga memerintahkan untuk menghindari provokasi, serta menyebarkan informasi yang tidak terverifikasi (Arneson, 2007; Asmoro et al., 2020; Gee, 2005; Prasetyo et al., 2023; Saggaf, Habibie, et al., 2021). Hal ini sejalan dengan pernyataan Muslimah, etika komunikasi mencakup nilai-nilai mendasar seperti kejujuran, keadilan, dan empati, yang menjadi pilar-pilar penting dalam berkomunikasi (Muslimah, 2016).

Menurut Mahanani, prinsip kejujuran dalam komunikasi mendorong individu untuk memverifikasi informasi sebelum menyebarkannya dan menghindari berkontribusi pada penyebaran hoaks, yang bisa merusak reputasi dan menciptakan ketidakpastian dalam masyarakat (Mahanani, 2018). Menurut Huda, Dalam era informasi yang semakin kompleks, Etika komunikasi mendorong individu untuk menjaga integritas sosial dan moral mereka, sehingga

dapat berbicara dengan sopan dan menghormati privasi orang lain menjadi panduan yang berharga (Huda et al., 2023).

Berita provokatif sering kali memanfaatkan emosi bisa merusak integritas informasi dan menciptakan ketidakamanan dalam masyarakat (Angelia & Susilo, 2023). Dengan mengacu pada etika komunikasi, individu diharapkan untuk berkomunikasi dengan integritas, kebijaksanaan, dan keadilan, sehingga dapat menciptakan lingkungan yang lebih positif dan damai, sambil menjaga kebenaran dalam berita dan komunikasi mereka (Hefni, 2015). Etika komunikasi mengedepankan pentingnya berbicara secara bijak dan berempati ketika ada perbedaan pendapat atau konflik (Muslimah, 2016). Sebaliknya, berita provokatif seringkali menggiring kepada retorika agresif dan perpecahan (Hassan et al., 2019).

Menurut (M. Aisyah, 2022), proses informasi dalam berita perlu melibatkan konsep etika komunikasi agar tujuannya untuk mencapai informasi objektif yang dapat diterima oleh seluruh lapisan masyarakat dapat terwujud. Dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip etika komunikasi, seperti kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan menghargai keragaman, pelaporan berita akan lebih cermat, adil, dan transparan, sehingga terciptanya informasi yang akurat, serta memperlakukan subjek berita dengan menghormati martabat dan integritasnya.

Menurut (E. N. Sari et al., 2021), tanpa etika komunikasi, pesan yang disampaikan dapat menyebabkan kesalahpahaman yang mengarah pada ketidaksesuaian antara respon komunikasi dengan maksud pesan dari komunikator. Maka etika komunikasi berfungsi sebagai suatu langkah dalam menciptakan hubungan yang kuat, berdasarkan saling pengertian dan kepercayaan, yang mendukung kerja sama yang efektif dan berkelanjutan dalam berbagai konteks komunikasi.

Menurut (A. F. Sari, 2020), etika komunikasi menjadi dasar dalam upaya menghindari gangguan dalam proses komunikasi, seperti ketersinggungan, dan hal-hal lainnya yang dapat mengganggu pemahaman dan hubungan antarindividu. Ini mendukung terciptanya lingkungan komunikasi yang lebih sehat, di mana pesan-pesan dapat disampaikan dan diterima dengan baik, serta menghindari konflik atau ketegangan yang tidak perlu.

Menurut (Saggaf, Arif, et al., 2021), penting bagi komunikator untuk memperhatikan etika dalam setiap upaya penyampaian pesan, seperti kejujuran, keterbukaan, menghormati privasi, dan menghindari stereotip atau diskriminasi, komunikator dapat membangun kepercayaan dengan audiens. Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti berupaya mengulas konten berita di akun @lambe\_turah yang dianggap sebagai akun berita yang bercorak provokatif dan sensasional dengan etika komunikasi sebagai unit analisis.

@lambe\_turah dikenal dengan konten-konten yang kontroversial, sebab akun tersebut sering menggunakan metode presentasi yang provokatif dengan tujuan menarik perhatian audiens, sering kali menyematkan nama dan privasi seseorang tanpa melakukan filtrasi yang memadai (Fadhilah Nur Rohmah, 2023). Peneliti mengacu dalam unggahan dengan judul "Viral! Video Oklin Fia Jilat Es Krim, Netizen: Kasihan Sama Kerudung" (@lambe\_turah, 2023a) dan "Viral! Video Fuji Diduga Mabuk-Mabukan di Kelab Malam, Haji Faisal: Gak Mungkin" (@lambe\_turah, 2023b). Unggahan seperti ini tidak hanya bertentangan dengan etika komunikasi, tetapi juga bisa berdampak buruk pada individu yang disebutkan dalam kontennya. Akun ini secara jelas menampilkan informasi yang kurang etis dan merusak privasi individu yang disebutkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan urgensi etika komunikasi di era media baru (new media).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan *post-positivist* sebagaimana pendekatan studi kasus K. Yin, di mana peneliti mengobservasi dan mengidentifikasi fenomena etika komunikasi di media baru (new media) Instagram pada akun @lambe\_turah secara alamiah (Yin, 2009). Dalam hal ini, peneliti mengambil sejumlah sampel yang bersumber dari postingan @lambe\_turah yang bercorak provokatif dan sensasional. Peneliti melakukan analisis terhadap absennya etika komunikasi dalam sejumlah postingan, sambil mengamati total respons pengguna terhadap postingan tersebut. Penelitian ini berusaha untuk menyajikan urgensi etika komunikasi di era media baru (new media) (Abidin, 2015; Salam, 2023).

Data penelitian ini diperoleh dari akun Instagram @lambe\_turah sebagai sumber data primer, serta dari tinjauan literatur sebagai data sekunder. Peneliti memilih sejumlah postingan

yang relevan dari akun tersebut untuk dikaji terkait kurangnya penekanan pada etika komunikasi dalam unggahan-unggahan tersebut. Pendekatan literatur digunakan oleh peneliti untuk menganalisis dan membahas perlunya penyertaan etika komunikasi dalam konteks penggunaan media sosial tersebut (Creswell, 2013; Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, 2022; Moleong, 2018).

Data penelitian ini dianalisis melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses reduksi data dilakukan dengan cara mengorganisasikan, menyaring, dan mengurutkan data yang dikumpulkan untuk mengidentifikasi pola-pola atau temuan yang signifikan (Hidayat et al., 2023). Setelah itu, data disajikan secara visual atau deskriptif untuk memudahkan pemahaman dan interpretasi. Selanjutnya, peneliti menarik kesimpulan berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, menghubungkan temuan-temuan tersebut dengan tujuan penelitian dan menjelaskan implikasinya. Proses ini memastikan bahwa hasil penelitian dapat dipahami dengan jelas dan memiliki dampak yang signifikan dalam konteks ilmiah maupun praktis (Handika & Marjo, 2022; Suliyansyah, 2023).

## **TEMUAN HASIL DAN DISKUSI**

### **Tren Berita Provokatif di Era Modern**

Akun Instagram @lambe\_turah telah dikenal sebagai salah satu akun yang sering mengunggah konten dengan judul berita yang bersifat sensasional dan provokatif. Dengan 17 ribu postingan, akun ini telah membangun reputasi sebagai sumber informasi yang kontroversial. Melalui strategi pengunggahan yang cenderung menarik perhatian dengan judul yang mencolok, @lambe\_turah berhasil menarik perhatian lebih dari 11.9 juta pengikut.

Meskipun kontennya sering kali dianggap kontroversial, akun ini tetap aktif dan terus mengunggah konten baru, terbukti dengan unggahan terbarunya pada tanggal 19 Maret 2023. Dengan jumlah pengikut yang besar, pengaruh dari @lambe\_turah dalam menyebarkan informasi atau opini dapat sangat signifikan. Namun, perlu diingat bahwa konten yang disajikan mungkin tidak selalu dapat dipercaya atau objektif.

Melalui observasi, peneliti melakukan analisis terhadap dua sampel unggahan dari akun media sosial @lambe\_turah. Pada tanggal 7 Agustus 2023, terdapat unggahan berjudul "Viral! Video Oklin Fia Jilat Es Krim, Netizen: Kasihan Sama Kerudung" yang berhasil memperoleh total suka sebanyak 266.572 dan 26.003 komentar (@lambe\_turah, 2023a). Ini menunjukkan bahwa unggahan tersebut menarik perhatian pengguna dengan respons yang signifikan, mencerminkan tingginya minat terhadap konten tersebut di antara pengikut akun tersebut.

Pada tanggal 8 Agustus 2024, terdapat unggahan baru dengan judul "Viral! Video Fuji Diduga Mabuk-Mabukan di Kelab Malam, Haji Faisal: Gak Mungkin" yang juga berhasil menarik perhatian pengguna media sosial dengan total suka sebanyak 161.479 dan 5.819 komentar (@lambe\_turah, 2023b). Ditemukan bahwa respon yang diterima oleh unggahan ini juga cukup tinggi, menunjukkan bahwa peristiwa atau konten yang kontroversial atau menarik perhatian tetap memiliki dampak yang signifikan dalam menggerakkan interaksi dan diskusi di platform media sosial.

Temuan ini memperkuat kesimpulan bahwa konten yang menciptakan sensasi atau memancing emosi mampu menghasilkan keterlibatan yang tinggi dari pengguna, membentuk dinamika komunikasi yang kuat di dalam komunitas daring sebagaimana pandangan (Musdalifah, 2022) yang menyatakan bahwa pengguna media baru cenderung lebih tertarik terhadap konten yang bersifat provokatif dan sensasional tanpa acuh terhadap urgensi etika yang menggarisbawahi pergeseran perilaku dalam penggunaan media baru, khususnya sosial media, di mana konten yang bersifat provokatif dan sensasional sering kali mendapatkan perhatian yang lebih besar (Gambar 1).

Gambar 1 merupakan unggahan yang sengaja dirancang untuk memicu perhatian audiens dengan sifat provokatif. Akan tetapi, cara penyajian semacam ini tidak mencerminkan etika komunikasi dan dapat merusak citra individu yang disebut dalam konten tersebut. Akun @lambe\_turah menggunakan judul dramatis yang sering kali menciptakan prasangka tertentu dan dapat memicu lahirnya konflik. Dua unggahan ini mencerminkan pendekatan akun @lambe\_turah dalam berbagi konten yang lebih menekankan elemen dramatis dan emosional.



**Gambar 1.** Unggahan @lambe\_turah pada 7 dan 8 Agustus 2023  
Sumber: (lambe\_turah, 2024)

Meskipun pendekatan tersebut berhasil menarik perhatian audiens, sering kali melupakan prinsip-prinsip etika dalam komunikasi. Hal ini dapat merugikan individu yang menjadi sasaran dalam unggahan tersebut sebagaimana studi (Aradhana & Pangaribuan, 2022) yang menyoroti bagaimana berita viral tentang Bowo Alpenliebe memicu munculnya stigma di masyarakat, yang kemudian mengarah pada tindakan *bullying*.

Sejalan dengan Imran et al., (2024) yang menemukan bahwa informasi hoaks terkait pasangan calon presiden Pemilu 2024 menyebabkan beberapa orang melakukan penyerangan karakter atas pasangan calon tersebut. Sementara itu, (S. Aisyah et al., 2022) meneliti dampak dari informasi hoaks terkait penangkapan 43 mahasiswa Papua di Surabaya, yang menciptakan opini di masyarakat bahwa peristiwa tersebut adalah bentuk diskriminasi.

Temuan tersebut menyoroti pentingnya pemahaman tentang pengaruh sifat informasi subjektif terhadap opini publik (Bivins, 2004; Lim et al., 2012). Hal ini dapat mengakibatkan dampak sosial yang serius, seperti stigmatisasi, serangan terhadap karakter, dan persepsi yang salah terhadap suatu peristiwa atau kelompok tertentu. Ketika informasi yang dipublikasikan memiliki unsur subjektivitas, terutama dalam konteks konten viral di media sosial, masyarakat cenderung merespons dengan cepat tanpa memverifikasi kebenaran informasi tersebut (Saidah & Rusfian, 2020). Dengan demikian, dapat terjadi penyebaran informasi yang tidak akurat dan memicu reaksi yang tidak proporsional dari masyarakat, berpotensi merugikan individu atau kelompok yang menjadi subjek dari informasi tersebut.

### **Tinjauan Etika Komunikasi terhadap Tren Berita Provokatif**

Tinjauan etika komunikasi terhadap tren berita provokatif sangat relevan dalam konteks berita kontemporer yang seringkali merusak integritas dan perdamaian sosial. Etika dalam berkomunikasi menekankan pentingnya kebenaran, keadilan, dan kebijaksanaan. Menurut Marwah, pada tingkat sosial, etika komunikasi mempromosikan kedamaian dan toleransi antarindividu dan komunitas yang berbeda (Marwah, 2021). Saggaf dkk mengatakan bahwa dalam dunia yang semakin terkoneksi ini, etika komunikasi juga memerintahkan untuk menghindari provokasi, serta menyebarkan informasi yang tidak terverifikasi (Saggaf, Habibie, et al., 2021).

Etika komunikasi mendorong individu untuk selalu menyebarkan informasi yang benar dan memeriksa kebenaran sebelum menyebarkannya, menghindari berita palsu dan provokasi (Kim, 2022; Long & Driscoll, 2007; Zyphur & Pierides, 2017). Prinsip keadilan menuntut perlakuan yang adil terhadap semua pihak, tanpa mendiskriminasi atau menciptakan konflik. Prinsip kebijaksanaan dalam komunikasi mengajarkan individu untuk berbicara dengan bijaksana, memilih kata-kata dengan hati-hati, dan mempertimbangkan dampak dari ucapan mereka pada orang lain. Hal ini sejalan dengan pernyataan Muslimah, etika komunikasi mencakup nilai-nilai mendasar seperti kejujuran, keadilan, dan empati, yang menjadi pilar-pilar penting dalam berkomunikasi (Muslimah, 2016).

Dalam konteks berita provokatif, etika komunikasi menawarkan panduan yang kuat dalam menjaga integritas berita, menghindari perpecahan, dan mempromosikan perdamaian sosial (Rohlinger & DeLucchi, 2021). Ini juga mengingatkan bahwa komunikasi adalah instrumen

penting dalam menjaga hubungan harmonis antara individu dan komunitas. Berita provokatif yang sering kali didasarkan pada pemutarbalikan fakta, atau retorika agresif, bertentangan dengan prinsip kebenaran. Etika dalam komunikasi menginstruksikan bahwa menyebarkan informasi palsu atau memprovokasi konflik adalah tindakan yang sangat tidak etis. Prinsip kebenaran adalah pilar utama dalam etika komunikasi.

Menurut Mahanani, prinsip kejujuran dalam komunikasi mendorong individu untuk memverifikasi informasi sebelum menyebarkannya dan menghindari berkontribusi pada penyebaran hoaks, yang bisa merusak reputasi dan menciptakan ketidakpastian dalam masyarakat (Mahanani, 2018). Menurut Huda, Dalam era informasi yang semakin kompleks, Etika komunikasi mendorong individu untuk menjaga integritas sosial dan moral mereka, sehingga dapat berbicara dengan sopan dan menghormati privasi orang lain menjadi panduan yang berharga (Huda et al., 2023). Menyebarkan informasi palsu atau memutarbalikkan fakta bertentangan dengan prinsip ini. Selain itu, etika komunikasi mendorong ketenangan dan perdamaian dalam masyarakat, dan tindakan memprovokasi konflik atau kerusuhan dianggap sangat tidak etis.

Berita provokatif sering kali memanfaatkan emosi yang bisa merusak integritas informasi dan menciptakan ketidakamanan dalam masyarakat. Dengan mengacu pada etika komunikasi, individu diharapkan untuk berkomunikasi dengan integritas, kebijaksanaan, dan keadilan, sehingga dapat menciptakan lingkungan yang lebih positif dan damai, sambil menjaga kebenaran dalam berita dan komunikasi mereka (Hefni, 2015). Etika komunikasi mengedepankan pentingnya berbicara secara bijak dan berempati ketika ada perbedaan pendapat atau konflik (Muslimah, 2016). Sebaliknya, berita provokatif seringkali menggiring kepada retorika agresif dan perpecahan (Hassan et al., 2019).

Etika komunikasi mendorong individu untuk menjadi mediator yang baik dalam mengatasi perbedaan, menciptakan lingkungan yang mempromosikan kerjasama dan perdamaian. Oleh karena itu, etika komunikasi mengajarkan kepada umatnya untuk berhati-hati dalam menyebarkan atau mempercayai berita provokatif dan mendukung upaya menjaga perdamaian serta persatuan dalam masyarakat. Prinsip-prinsip etika komunikasi, seperti kebenaran, keadilan, kebijaksanaan, dan dialog yang bijak, menjadi landasan dalam menilai berita dan informasi yang mereka hadapi. Hal ini menciptakan budaya komunikasi yang lebih bertanggung jawab dan membantu mengatasi konflik serta perpecahan yang mungkin muncul akibat berita provokatif.

Dapat disimpulkan bahwa etika komunikasi menekankan pentingnya bertanggung jawab atas kata-kata dan tindakan. Ini mencakup kewajiban untuk berbicara dengan kejujuran, keadilan, dan kebijaksanaan, serta menghindari menyebarkan informasi palsu atau berita provokatif. Etika komunikasi mengajarkan individu untuk memerangi segala bentuk retorika yang dapat memicu konflik atau perpecahan, serta untuk mempromosikan dialog yang berlandaskan pada pemahaman dan penghormatan terhadap semua pihak.

### **Urgentitas Etika Komunikasi dalam Konten Pemberitaan di Media Baru**

Perubahan lanskap komunikasi ini telah membawa banyak perubahan dalam cara manusia berinteraksi, mendapatkan informasi, dan menyebarkan pesan sebagaimana pendapat (Andzani & Irwansyah, 2023). Dalam era media baru, informasi dapat dengan mudah disalahgunakan atau disebarkan tanpa verifikasi, sehingga etika komunikasi dapat berperan sebagai pedoman untuk memastikan bahwa pesan yang disebarkan adalah benar, bermanfaat, dan tidak merugikan individu atau masyarakat (E. N. Sari et al., 2021).

Selain itu, etika dalam komunikasi menekankan pentingnya berbicara dengan lembut, menghindari penghinaan, dan mempromosikan persatuan dan kedamaian, yang sangat penting dalam mengatasi potensi konflik yang dapat timbul dalam ruang publik digital sebagaimana yang disematkan oleh (Lubis & Koto, 2020). Dengan demikian, etika komunikasi bersifat esensial dalam memastikan bahwa media baru digunakan dengan baik untuk kepentingan bersama dan mematuhi nilai-nilai moral dan etika (A. F. Sari, 2020).

Dalam konteks berita, etika komunikasi memiliki peran yang krusial dalam mempromosikan nilai-nilai kebenaran, keadilan, dan kebijaksanaan. Etika komunikasi mendorong para pelaku media untuk melakukan verifikasi yang cermat sebelum menyebarkan berita, menghindari sensasionalisme, dan memberikan informasi yang akurat (M. Aisyah, 2022). Etika ini juga mendorong untuk menghindari provokasi terhadap individu atau kelompok

sebagaimana yang dikemukakan oleh (Saggaf, Arif, et al., 2021). Dengan menerapkan etika komunikasi, media baru dapat berfungsi sebagai sarana untuk mempromosikan nilai-nilai kebenaran, keadilan, dan kebijaksanaan dalam masyarakat, serta mendorong pemahaman yang lebih baik di antara berbagai kelompok.

Media baru, seperti media sosial dan platform daring, sering kali menjadi ladang subur bagi berita provokatif dan sensational yang dapat dengan mudah memicu ketegangan dan konflik (Musdalifah, 2022). Fenomena ini disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk persaingan untuk perhatian publik, algoritma yang mendorong konten kontroversial, dan kemudahan penyebaran informasi di era digital. Dalam konteks ini, etika komunikasi memiliki peran yang penting dalam memerangi penyebaran berita provokatif yang bertentangan dengan nilai-nilai perdamaian dan persatuan.

Penerapan etika komunikasi mendukung integritas, kejujuran, dan perdamaian dalam menghadapi tantangan yang dihadapi oleh media baru sebagaimana penelitian (Marwah, 2021). Integritas memastikan konsistensi antara kata dan tindakan, menjaga kepercayaan publik terhadap media dan penyiar berita (A. F. Sari, 2020). Kejujuran menuntut penyampaian berita secara akurat tanpa penyesuaian untuk kepentingan tertentu sebagaimana (M. Aisyah, 2022). Prinsip perdamaian mendorong promosi harmoni, menghindari konflik, dan mencari solusi damai, sementara dialog yang baik dan berbicara dengan bijaksana dalam menghadapi kontroversi membantu mengurangi ketegangan dan mempromosikan persatuan (E. N. Sari et al., 2021).

Era media baru (new media), meski secara dominan pengguna lebih tertarik pada berita sensasional dan provokatif sebab lebih memiliki daya tarik sebagaimana yang dikemukakan (Musdalifah, 2022). Namun, penerapan etika komunikasi masih terbilang relevan di era media baru (new media) sebagaimana Varma, (2022) yang menyampaikan bahwa di era media baru, meskipun berita sensasional dan provokatif sering kali mendominasi minat pengguna, penerapan etika komunikasi tetap relevan, prinsip-prinsip etika dan moral tetap memegang peranan penting dalam pembentukan isi berita.

Menurut Danaher & Sætra, (2023), berbagai faktor yang mempengaruhi bagaimana teknologi memengaruhi norma dan nilai-nilai moral dalam masyarakat perlu diantisipasi dengan memberikan kerangka kerja yang jelas. Faktor-faktor seperti adopsi teknologi dan perubahan struktural yang mendasari pandangan etis masyarakat terhadap teknologi harus diperhitungkan, sehingga pengaruh media tetap dapat dikendalikan.

Dahl, (2023) menguraikan pentingnya proses definisi moralitas dalam pembentukan norma dan nilai-nilai sosial. Menurutnya, penentuan moralitas tidak hanya sekadar menetapkan apa yang "benar" atau "salah", tetapi juga merangkul kompleksitas nilai-nilai dan konteks sosial yang membentuk pandangan etis individu dan masyarakat secara keseluruhan. Dahl menegaskan bahwa proses ini penting karena memungkinkan untuk memahami dan merespons perubahan-perubahan sosial, teknologi, dan nilai-nilai yang terus berkembang dalam masyarakat.

Jadi, dapat disusun preposisi bahwa, di era media baru, minat yang dominan terhadap berita sensasional dan provokatif tidak mengurangi relevansi penerapan etika komunikasi. Meskipun berita sensasional mendominasi minat pengguna, prinsip-prinsip etika dan moral tetap memainkan peran penting dalam pembentukan isi berita, sehingga membentuk norma dan nilai-nilai sosial, memungkinkan untuk memahami dan merespons perubahan sosial, teknologi, dan nilai-nilai dalam masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti mengemukakan bahwa pentingnya etika komunikasi dalam menghadapi perubahan lanskap media baru. Meskipun dominasi berita sensasional dan provokatif dalam minat pengguna, prinsip-prinsip etika tetap relevan dalam memastikan bahwa pesan yang disebarkan adalah benar, bermanfaat, dan tidak merugikan. Selain itu, etika komunikasi memainkan peran penting dalam mempromosikan nilai-nilai kebenaran, keadilan, dan perdamaian, serta memerangi penyebaran berita provokatif yang bertentangan dengan nilai-nilai tersebut.

## **KESIMPULAN**

Dengan perkembangan teknologi yang memungkinkan penyebaran berita yang cepat dan luas di platform media sosial, kebutuhan akan menjaga integritas, kejujuran, dan perdamaian dalam komunikasi menjadi lebih mendesak. Etika komunikasi memainkan peran utama dalam

memandu pelaku media untuk memverifikasi informasi dengan cermat, menghindari sensationalisme, dan mengurangi risiko provokasi terhadap individu atau kelompok. Dalam menghadapi kompleksitas media baru, penegakan integritas, kejujuran, dan perdamaian menjadi fondasi yang krusial dalam memastikan kepercayaan publik, mempromosikan harmoni sosial, serta mencegah eskalasi konflik yang tidak diinginkan. Meskipun dominasi berita sensasional dan provokatif dalam minat pengguna, prinsip-prinsip etika tetap relevan dalam memastikan bahwa pesan yang disebar adalah benar, bermanfaat, dan tidak merugikan. Dengan penekanan pada prinsip-prinsip etika komunikasi, kita dapat memanfaatkan media baru sebagai sarana untuk memperkuat nilai-nilai kebenaran, keadilan, dan kebijaksanaan dalam masyarakat, serta memfasilitasi pemahaman yang lebih mendalam di antara berbagai kelompok.

## REFERENSI

- Abidin, A. R., & Abidin, M. (2021). Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran. *Al-Iltizam: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 6(2).
- Abidin, Y. Z. (2015). *Metode penelitian komunikasi : Penelitian kuantitatif, teori dan aplikasi / Yusuf Zainal Abidin*. Pustaka Setia.
- Agissa, A., & Mutia, F. (2024). Media literacy: students' ability to respond to fake news on Instagram. *Library Hi Tech News*, 41(2), 7-10. <https://doi.org/10.1108/LHTN-10-2023-0181>
- Aisyah, M. (2022). Ethos, pathos, logos dan komunikasi publik: a systematic literature review. *Jurnal Darma Agung*, 30(3), 442. <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v30i3.2066>
- Aisyah, S., Dika, M. F. Z., Yasmin, A., Hanifah, T. P., & Pradana, F. B. A. (2022). Hoax News and Future Threats: A Study of the Constitution, Pancasila, and the Law. *Indonesian Journal of Pancasila and Global Constitutionalism*, 1(1), 171-238. <https://doi.org/10.15294/ijpgc.v1i1.56881>
- Andzani, D., & Irwansyah. (2023). Dinamika Komunikasi Digital: Tren, Tantangan, dan Prospek Masa Depan. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(11), 1964-1976. <https://doi.org/10.46799/jsa.v4i11.743>
- Angelia, C. R., & Susilo, D. (2023). *Endorser, influencer, instagram : imaji konsumsi di era digital*. Indomedia Pustaka.
- Aradhana, A. A. A., & Pangaribuan, C. S. (2022). Cyberbullying in Media Social: A Mainstreaming the Victim Protection Principles in Indonesian Criminal Justice System. *Indonesia Media Law Review*, 1(2), 99-122. <https://doi.org/10.15294/imrev.v1i2.60587>
- Arini, H. M., Wijayanto, T., Lathifah, N., Mulyani, Y. P., Rifai, A. P., Liu, X., Li, J., & Yin, H. (2023). Detecting fake news during COVID-19 in Indonesia: the role of trust level. *Journal of Communication in Healthcare*, 1-11. <https://doi.org/10.1080/17538068.2023.2297125>
- Arneson, P. (2007). *A conversation about communication ethics with Kenneth A. Andersen*. In P. Arneson (Ed.), *Exploring communication ethics*. New York, NY: Peter Lang.
- Asmoro, W., Indrasari, M., Nazarudin, W., & Al Sukri, S. (2020). Marketing Communication in the Digital Era: Does it Need Ethics? *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*, 7(8), 1258-1265.
- Azzimonti, M., & Fernandes, M. (2023). Social media networks, fake news, and polarization. *European Journal of Political Economy*, 76, 102256. <https://doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2022.102256>
- Bivins, T. H. (2004). *Mixed Media: Moral Distinctions in Advertising, Public Relation and Journalism*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
- Creswell, W. J. (2013). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Pustaka Belajar.
- Dahl, A. (2023). What We Do When We Define Morality (and Why We Need to Do It). *Psychological Inquiry*, 34(2), 53-79. <https://doi.org/10.1080/1047840X.2023.2248854>
- Danaher, J., & Sætra, H. S. (2023). Mechanisms of techno-moral change: A taxonomy and overview. *Ethical Theory and Moral Practice*, 26(5).
- Fadhilah Nur Rohmah. (2023). The Influence Of Lambe Turah's Account Postings On The Driving Of Netizens' Opinions. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 3(2), 15-26. <https://doi.org/10.55606/juitik.v3i2.460>
- Gee, J. R. (2005). Globalisation of Media Ethics and Localisation of Media Values. *Covering Islam: Challenges & Opportunities for Media in the Global Village*, 27.
- Handayani, R. (2021). Formulasi baru jurnalisme lokal dalam memproduksi berita di era media sosial. *Jurnalisa: Jurnal Jurusan Journalistik*, 7(2).
- Handika, M., & Marjo, H. K. (2022). Etika Pelaksanaan Konseling Berbasis Online dengan Pemanfaatan Media dan Teknologi pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Paedagogy: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan*, 9(1).
- Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, R. A. F. (2022). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In *LP2M UST Jogja* (Issue March).
- Hassan, M. S., Allam, S. N. S., Khamis, M. H., Bakar, M. H., Latiff, D. I. A., & Ridzuan, A. R. Hj. (2019). Perspektif literasi media aspek analisis dan penilaian: amalan integriti penyertaan politik golongan muda di media sosial. *Jurnal Sains Sosial Malaysian Journal of Social Science*, 4(1).
- Hefni, H. (2015). *Komunikasi Islami*. Penerbit Prenada Media.
- Hidayat, E., Susilo, D., & Mujiono, M. (2023). Are Audience Preferences for Electronic Cinema Affected by Preferences in Indonesian Movie Choices? *Nyimak: Journal of Communication*, 7(2), 297-320.
- Hossain, M. A., Sabani, A., Bandyopadhyay, A., Raman, R., Goyal, D. P., & Dwivedi, Y. K. (2023). Investigating the effect of social media fake news on consumer behavior: an empirical study with multiple moderations. *Journal of Strategic Marketing*, 1-18. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2023.2253824>
- Huda, M. N., Duwila, M., & Rohmadi. (2023). Menantang Disintegrasi Moral di Era Revolusi Industri 4.0: Peran Revolusioner Pondok Pesantren. *Journal of Islamic Education*, 9(1).

- Imran, B., Karim, M. N., & Ningsih, N. I. (2024). Klasifikasi berita hoax terkait pemilihan umum presiden republik indonesia tahun 2024 menggunakan naive bayes dan svm. *Dinamika Rekayasa*, 20(1), 1-9. <https://doi.org/10.20884/1.dinarek.2024.20.1.27>
- Kim, R. C. (2022). Rethinking corporate social responsibility under contemporary capitalism: Five ways to reinvent CSR. *Business Ethics, the Environment & Responsibility*, 31(2), 346-362. <https://doi.org/10.1111/beer.12414>
- @lambe\_turah. (2023a, July 7). *Viral! Video Oklin Fia Jilat Es Krim, Netizen: Kasihan Sama Kerudung*. [https://www.instagram.com/p/CvoJ4\\_qxFtf/?lgsh=MWhqc2hIN291eDFqOQ==](https://www.instagram.com/p/CvoJ4_qxFtf/?lgsh=MWhqc2hIN291eDFqOQ==).
- @lambe\_turah. (2023b, July 8). *Viral! Video Fuji Diduga Mabuk-Mabukan di Kelab Malam, Haji Faisal: Gak Mungkin*. <https://www.instagram.com/p/CvquCRax39d/?lgsh=cm8xZGVwdmJieWRh>.
- lambe\_turah. (2024, March 19). OFFICIAL LAMBE TURAH ENTRNT. [https://www.instagram.com/Lambe\\_turah?lgsh=cXdkcHVjNWlzdW9p](https://www.instagram.com/Lambe_turah?lgsh=cXdkcHVjNWlzdW9p).
- Lestari, R. D., Mahardika, R. Y., & Nugraha, V. (2020). Pembinaan literasi untuk menangkal berita provokatif. *Abdimas Siliwangi*, 3(2).
- Lim, S., Vadrevu, S., Chan, Y., & Basnyat, I. (2012). Facework on Facebook: The online publicness of juvenile delinquents and youths-at-risk. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56(3), 346-361.
- Long, B. S., & Driscoll, C. (2007). Codes of Ethics and the Pursuit of Organizational Legitimacy: Theoretical and Empirical Contributions. *Journal of Business Ethics*, 77(2), 173-189. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9307-y>
- Lubis, T. H., & Koto, I. (2020). Diskursus Kebenaran Berita Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers Dan Kode Etik Jurnalistik. *De Lega Lata; Jurnal Ilmu Hukum*, 5(2).
- Macnamara, J. (2023). A call for reconfiguring evaluation models, pedagogy, and practice: Beyond reporting media-centric outputs and fake impact scores. *Public Relations Review*, 49(2), 102311. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2023.102311>
- Mahanani, P. A. R. (2018). Urgensi Pemahaman Etika Komunikasi Islami pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Agama Islam dalam Mengurangi Dampak Negatif Penggunaan Facebook. *Jurnal Aspikom*, 2(2).
- Malik, I., Abdillah, A., Saputra, L. N. H. A., Mappatoba, I., & S, W. (2023). *The Impact of Fake News Spread on Social Media on the Children in Indonesia During Covid-19* (pp. 121-139). [https://doi.org/10.1007/978-3-031-21199-7\\_9](https://doi.org/10.1007/978-3-031-21199-7_9)
- Marwah, N. (2021). Etika Komunikasi Islam. *Al-Din: Jurnal Dakwah Dan Sosial Keagamaan*, 7(1).
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rosdakarya.
- Musdalifah. (2022). *Persepsi Mahasiswa Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Terhadap Penyebaran Berita Hoaks Di Media Sosial*. IAIN Palu.
- Muslimah. (2016). Etika Komunikasi dalam Perspektif Islam. *Sosial Budaya*, 13(2).
- Naibaho, S. P. (2024). Membangun Kerukunan Antar Umat Beragama Agar Terciptanya Perdamaian Di Tengah-Tengah Masyarakat Pada Masa Kini. *Jurnal Insan Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 2(1).
- Nurdin, H., & Kholil, S. (2023). Media Massa Serambi Indonesia: Antara Industri Dan Idealisme. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan*, 14(1), 37-49. <https://doi.org/10.32505/hikmah.v14i1.6200>
- Prasetyo, Y. W. A., Santos, L. T., Abidin, K., & Chusumastuti, D. (2023). Artificial Intelligence for marketing communication: moral dilemma, ethics, and customer satisfaction. *Jurnal Studi Komunikasi*, 7(3), 726-741.
- Rohlinger, D. A., & DeLucchi, C. (2021). Digital Media and Social Movements: Obstacles to Building a Global Media Ethic. In *Handbook of Global Media Ethics* (pp. 535-553). Springer.
- Saggaf, M. I., Arif, M. W., Habibie, M., & Atqiya, K. (2021). Prinsip Komunikasi Islam Sebagai Etika Bermedia Sosial. *Journal of Communication Studies*, 1(01), 15-29. <https://doi.org/10.37680/jcs.v1i01.698>
- Saggaf, M. I., Habibie, M., Amrullah, M. W. A., & Atqiya, K. (2021). Prinsip Komunikasi Islam Sebagai Etika Bermedia Sosial. *JCS: Journal of Communtation Studies*, 1(1).
- Saidah, M., & Rusfian, E. Z. (2020). Hoax management of presidential staff office: An example of government public relations strategies. *Jurnal Studi Komunikasi*, 4(1), 32. <https://doi.org/10.25139/jsk.v4i1.1769>
- Salam, A. (2023). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*. Azka Pustaka.
- Sari, A. F. (2020). ETIKA KOMUNIKASI. *TANJAK: Journal of Education and Teaching*, 1(2), 127-135. <https://doi.org/10.35961/tanjak.v1i2.152>
- Sari, E. N., Hermayanti, A., & Rachman, N. D. (2021). Peran literasi digital dalam menangkal hoax di masa pandemi (literature review). *Madani: Jurnal Politik Dan Sosial Masyarakat*, 13(3).
- Shahzad, K., Khan, S. A., Iqbal, A., Shabbir, O., & Latif, M. (2023). Determinants of fake news diffusion on social media: a systematic literature review. *Global Knowledge, Memory and Communication*. <https://doi.org/10.1108/GKMC-06-2023-0189>
- Suliyansyah. (2023). Menepis Hoax Media Sosial di Tahun Politik: Pendekatan Systematic Literature Review. *Jurnal Adhyasta Pemilu*, 6(1).
- Susilo, D., Hidayat, E., & Dalangin, J. J. (2023). The Declining Trend of Religious Films in Indonesia: Can They Win Again? *ETTISAL: Journal of Communication*, 8(2), 39-54.
- Varma, A. (2022). Moral solidarity as a news value: Rendering marginalized communities and enduring social injustice newsworthy. *Journalism*, 24(9).
- Yin, R. K. (2009). *Case study research: Design and methods* (Vol. 5). sage.
- Zahzuli, A., Wulandari, S., Alifia, F., Amaliyah, N., & Suharyat, Y. (2022). Etika Berkomunikasi dalam Islam. *BUSYRO : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 4(1).
- Zhao, Y., Cheng, S., Yu, X., & Xu, H. (2020). Chinese public's attention to the COVID-19 epidemic on social media: observational descriptive study. *Journal of Medical Internet Research*, 22(5), e18825.
- Zyphur, M., & Pierides, D. (2017). Is quantitative research ethical? Tools for ethically practicing, evaluating, and using quantitative research. *Journal of Business Ethics*, 143(1), 1-16.