

# KOLABORASI INTEGRITAS INKUBATOR BERSAMA PERGURUAN TINGGI SEBAGAI BENTUK PENGABDIAN TERHADAP MASYARAKAT DALAM PERKEMBANGAN IPTEK

## Abstrak

*Tunjangan Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk membentuk energi kerjasama keilmuan antara narasumber perguruan tinggi dengan jajarannya TNI di Tangerang. Menyinggung pemahaman yang mendalam tentang arti penipuan dan Kampanye Gelap mungkin merupakan keajaiban asli yang harus diharapkan, sehingga dapat mendukung penggunaan antisipasi dan meminimalkan pengaruh keduanya. Strategi implementasi ditengah penyelidikan ini adalah dengan melihat-lihat dan pergi ke perguruan tinggi di Tangerang serta mampu menyuplai bahan dan mempersiapkan disana. Bahwa lahirnya PKM ini merupakan pengembangan dari kesadaran hampir energi kooperatif dari latihan instruksional para guru Perguruan Tinggi dan TNI Tangerang sehubungan dengan arti penipuan dan kampanye gelap serta karena pokok-pokok upaya pengurusan terkait dengan ini. Karenanya, dalam masyarakat, ia mencipta dan berkreasi dalam masyarakat dan tertipu secara transparan yang tidak langsung tertangkap atau dikenal sebagai yang terjadi belakangan ini di masyarakat atau tanpa bukti yang jelas.*

*Kata kunci: Pelayanan masyarakat; Akademisi dan TNI; Hoax dan Kampanye Hitam.*

Maria Saraswati<sup>1</sup>, Ninda Lutfiani<sup>2</sup>,  
Tarisya Ramadhan<sup>3</sup>

<sup>1</sup>STMIK Dehasen, Bengkulu

<sup>2,3</sup>Universitas Raharja, Tangerang

## Abstract

*This Community Allowance (PKM) aims to form an energy of scientific cooperation between university speakers and the TNI in Tangerang. Touching on a deep understanding of the meaning of deception and the Dark Campaign may be a genuine miracle to hope for, so as to support the use of anticipation and minimize the effects of both. The implementation strategy in the middle of this investigation is to have a look and go to universities in Tangerang and be able to supply materials and prepare there. That the birth of this PKM is a development of the awareness of almost cooperative energy from the instructional training of Higher Education and TNI Tangerang teachers in relation to the meaning of fraud and dark campaigns and because of the main points of management efforts related to this. Therefore, in society, he creates and creates in society and is deceived in a transparent manner which is not immediately caught or known as what is happening recently in society or without clear evidence.*

*Keywords: Society service; Academics and TNI; Hoax and Black Campaign.*

Sejarah artikel

Diterima: 23 April 2021

Revised: 26 April 2021

Diterima: 29 April 2021

Email:

[marias@gmail.com](mailto:marias@gmail.com)<sup>1</sup>,

[ninda@raharja.info](mailto:ninda@raharja.info)<sup>2</sup>,

[tarisya@raharja.info](mailto:tarisya@raharja.info)<sup>3</sup>



## 1. PENDAHULUAN

Kota Tangerang mungkin merupakan sebuah kota yang terletak di Kawasan Tatar Pasundan Banten, Indonesia. Kota ini terletak di sebelah barat ibu kota Indonesia, Jakarta. Kota Tangerang berbatasan dengan Peraturan Tangerang di sebelah utara dan barat, Kota Tangerang Selatan di sebelah selatan, dan begitu pula dengan DKI Jakarta di sebelah timur. Tangerang adalah kota terbesar di Wilayah Banten dan dengan demikian kota terbesar ketiga di kawasan Jakarta yang

Lebih menonjol setelah Jakarta dan Bekasi di wilayah Jawa Barat. Menyinggung topik di atas, dalam setting ini tantangan yang sangat besar bagi sebuah kota adalah ketertiban tata dalam masyarakatnya, mengingat ada banyak kantor penting di dalam kawasan tersebut[1]. Salah satu tantangan besar yang terjadi di kota-kota besar, salah satunya Kota Tangerang, adalah maraknya Scams and Dark Campaigns yang hingga saat ini marak terjadi pada acara-acara politik besar di Indonesia, khususnya Keputusan Presiden dan Pileg. Tangerang adalah kota terbesar di Wilayah Banten dan dengan demikian menjadi kota terbesar ketiga di kawasan Jakarta yang Lebih menonjol setelah Jakarta dan Bekasi di wilayah Jawa Barat. Berkaitan dengan tema tersebut, dalam setting ini tantangan yang sangat besar bagi sebuah kota adalah ketertiban umum, mengingat banyak sekali kantor-kantor penting di dalamnya. Salah satu tantangan besar yang terjadi di kota-kota besar, salah satunya adalah Kota Tangerang, adalah penyebaran Scam dan yang sampai sekarang sudah terkenal[2]. Kampanye Gelap, acara politik utama di Indonesia, khususnya Pemilihan Presiden dan Pileg. Penipuan dan Kampanye Gelap dihadapkan dengan solidnya Pengaturan Terbuka adalah beberapa hal yang saling bertentangan, seringkali biasanya sangat sering karena Penipuan dan Kampanye Gelap dapat menjadi bahaya utama yang paling penting untuk Mengatur di Masyarakat, jika diantisipasi secara tidak langsung[3]. Untuk itu, Community Benefit dalam hal ini akan diatur untuk upaya-upaya mengorganisir dan mengharapakan isu-isu Penipuan dan Kampanye Gelap. Hoax adalah berita, informasi, berita palsu atau kebohongan. Sedangkan di KBBI disebut hoax yang artinya berita palsu. Scam adalah berita, data, berita palsu atau kebohongan[4]. Sementara di KBBI disebut scam, yaitu hoax. Tipuan negatif sangat banyak dibicarakan dan dibicarakan, terutama di media sosial dan blog. Jadi dalam hal ini kita akan mengambil gambar yang menipu menipu atau menjebak pembaca / penonton untuk menerima sesuatu, meskipun pembuat berita palsu tahu bahwa berita itu palsu[5]. Poin penipuan untuk membuat anggapan terbuka, membuat kesimpulan, pemahaman, serta untuk bersenang-senang, khususnya wawasan dan ketepatan di internet dan media sosial. Klien scam dibentuk oleh orang-orang atau kelompok dengan tujuan yang berbeda-beda, mulai dari permainan, hingga masalah keuangan (pemerasan), dan masalah legislatif (publisitas / pengaturan kesimpulan terbuka) atau keributan (kepura-puraan). Penipuan lebih sering muncul saat masalah muncul, tetapi banyak hal belum ditemukan atau menjadi pemeriksaan masalah. Sesuai dengan setiap tatanan untuk mengisi kehebatan, terutama untuk posisi, ocehan yang menghasilkan bingkai kampanye gelap terus bermunculan[6]. Kampanye gelap, tepi. Masalah ini biasanya terkait erat dengan apa yang disebut "3Ta", lebih spesifiknya: Properti, Wanita, dan Posisi otoritas. Properti biasanya digambarkan dalam bentuk penghinaan, perempuan dalam bentuk dana cadangan atau usaha, sedangkan posisi otoritas dianggap kerinduan. Sementara itu, Konteks Hitam Seperti yang diungkapkan dalam bukunya *Cyberculture*, internet adalah lingkungan data yang terbuka, mudah beradaptasi, dan energik yang memungkinkan individu untuk membuat pengenalan informasi pengganti[7]. Individu terkunci di tengah demokrasi yang memajukan pembagian kontrol berbasis komunitas yang lebih cerdas. domain internet bertindak sebagai semacam pertemuan bagi individu untuk memperluas ruang sosial mereka, membuat celah untuk menyebarkan informasi yang tidak terpakai, dan ruang iklan untuk berbagi tayangan yang sangat beragam[8]. Publikasi kampanye negatif dapat berupa pengaturan iklan yang berisi sesuatu yang kuat untuk menyerang lawan kekuatan dengan menunjukkan berbagai kekurangan yang didukung oleh informasi dan kebenaran yang ada. Sementara itu, spesialis berasumsi bahwa campa publikasi negatif.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Strategi eksekusi di tengah penyelidikan ini adalah dengan melihat-lihat Perguruan Tinggi, Tangerang. Tangerang, Kota Tangerang dan bisa memberikan material dan persiapan disana. Kain yang diberikan dikatakan penting untuk menghindari penipuan di masyarakat dan Kampanye Hitam. Kesiapan yang diberikan di lingkungan PKM adalah bersiap untuk mendapatkan poin dan tujuan dari tipu daya dan kampanye gelap di masyarakat. juga sebagai cara untuk menguraikan informasi[9]. Dan selebihnya menjelaskan hasil hukum dari kedua hal tersebut kalau bisa sering dilakukan dengan alasan. Ini sering kali secara teratur menanamkan jiwa permusuhan terhadap penipuan dan Kampanye Gelap di setiap kelompok penonton PKM[10]. Yang diharapkan dari kelompok penonton ini adalah menjadi kader yang juga akan memberikan sosialisasi secara terbuka tentang dampak negatif tipu daya dan Kampanye Gelap. Ada beberapa jenis informasi yang akan digunakan dalam penelitian ini, mulai dari penggunaan informasi penting, hingga menjadi informasi atau sumber yang spesifik. Sumber resmi terdiri dari tiga surat kabar harian, yaitu Kompas, Jawa Pos, dan Kedaulatan Rakyat. Selain itu, pemanfaatan informasi pembantu berupa informasi berupa laporan resmi, menanyakan tentang buku-buku berbentuk laporan, jurnal dkk[11]. Dalam hal ini pemanfaatan prosedur pengumpulan informasi yang digunakan dalam pertimbangan ini adalah dengan memanfaatkan dokumentasi dan penulisan. Strategi dokumentasi bisa menjadi strategi untuk mendapatkan laporan. Definisi laporan adalah penyusunan apa pun. Yang tersirat dari penyusunan di tengah penyelidikan ini adalah pemberitaan di tiga media, yakni Kompas, Jawa Pos, dan Kedaulatan Rakyat terkait kampanye gelap keputusan presiden 2014. Sementara itu, metode pengumpulan informasi lain menggunakan menulis renungan. Steady with Nasution dalam bukunya "Inquire about Strategies" mengemukakan

bahwa apa yang tersirat dalam studi perpustakaan dapat berada dalam kerangka prosedur pengumpulan informasi dengan melakukan perenungan terhadap buku, tulisan, catatan, dan laporan yang memiliki referensi ke masalah yang akan diterangi.

### 3. PEMBAHASAN

#### a. Kajian Hoax

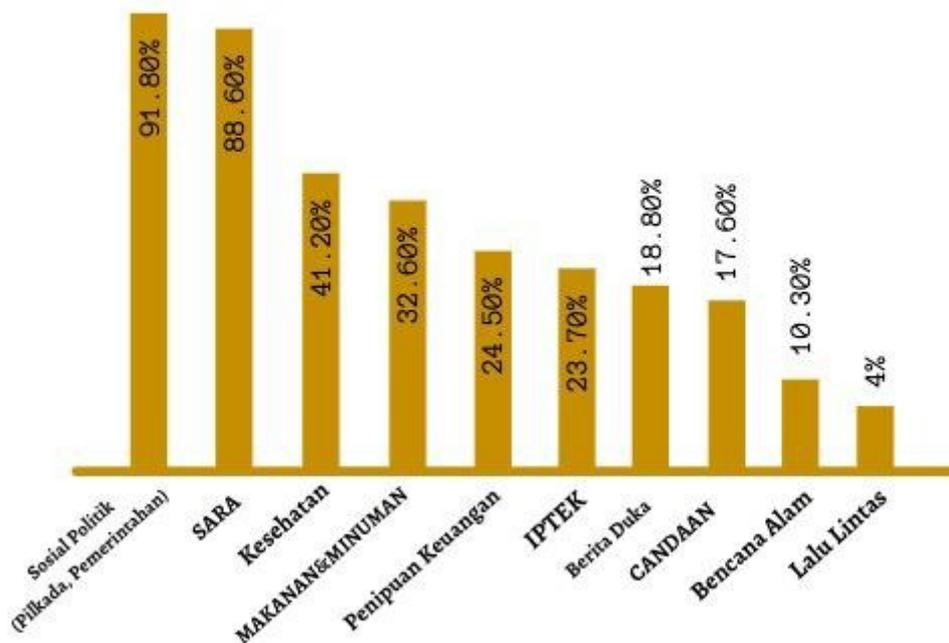
Hoax sebagai tema yang diangkat pada PKM Sesi Ke-1, memfokuskan kajian pada Makna penipuan yang dilakukan oleh orang atau sekelompok dengan tujuan berbeda, mulai dari bermain, hingga tujuan keuangan (pemerasan), dan masalah legislatif (publisitas / pengaturan kesimpulan yang lazim) atau gangguan (sombong). Tipuan biasanya muncul ketika sebuah isu muncul, namun banyak hal yang belum terungkap atau menjadi cap isu. Di Indonesia, penipuan telah melimpah sejak pemilihan presiden 2014 karena kampanye yang tak henti-hentinya di media sosial[12]. Tipuan bermunculan untuk memusnahkan gambaran musuh politik alias kampanye gelap alias kampanye negatif. Dapat dipercaya oleh Dewan Pers, di Indonesia juga terdapat penipuan karena darurat kepercayaan dalam media standar yang telah mendorong masyarakat terbuka untuk jatuh ke media palsu. penipuan adalah pengaruh mengubah kerja media sosial dari media persahabatan dan perangkat berbagi untuk mengkomunikasikan masalah legislatif dan mengomentari fokus pandangan orang lain. Dalam konten scam berisi pesan-pesan yang membuat pengguna resah, para pengguna membeku yang kemudian dari kegelisahan korban akan membuat korban dengan mudah berbagi berita scam dengan orang lain dengan hati-hati. Dan ini bisa diakhiri dengan tawaran kepada pembaca untuk segera meneruskan peringatan ke pertemuan yang lebih luas[13]. Penipuan memanfaatkan keaslian pembaca, jadi para pengguna email ini, tanpa harus bertanya tentang realitas berita, segera menyebarkannya ke lebih luas. pertemuan. Alhasil, aktivitas peredaran informasi di internet semakin padat dengan berita palsu. Dalam penyelidikannya tentang diari diklarifikasi bahwa penyebab ketidakteraturan muncul karena beberapa komponen, antara lain: (1) Kemudahan masyarakat memiliki perangkat komunikasi yang mutakhir dan murah, dalam hal ini pemanfaatan smartphone sebagai media untuk pemulihan data; (2) Keterbukaan bersama pasti akan menemui permasalahan yang kabur tanpa mengkonfirmasi atau menegaskan kenyataan dari informasi / berita tersebut, sehingga langsung melakukan kegiatan penyediaan data yang kabur; (3) Meneliti minat tidak ada, jadi ada kecenderungan untuk membicarakan berita yang tidak didukung oleh informasi yang tepat, karena bergantung pada ingatan atau sumber yang tidak jelas. Pendekatan Scam dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Data Elektronik dan Pertukaran Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Data Elektronik dan Pertukaran mengendalikan hal-hal yang merupakan kesalahan komputer, Arti data elektronik dan pertukaran elektronik adalah sebagai berikut. Data elektronik adalah salah satu atau kumpulan informasi elektronik, menghitung, tetapi tidak terbatas pada penggabungan, suara, gambar, peta, konsep, foto, perdagangan informasi elektronik (EDI), pesan elektronik (surat elektronik), kawat, pesan, telekopi atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, pegangan get untuk kode, gambar, atau lubang penting. atau secara teratur ditangkap oleh seseorang yang mengetahuinya[14]. Sementara itu, Pertukaran Elektronik adalah pertukaran elektronik yang merupakan kegiatan yang sah yang dilakukan dengan menggunakan komputer, sistem komputer, dan / atau media elektronik lainnya. Pemerasan atau berita palsu dikoordinasikan dengan pasal 28 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Perdagangan Elektronik. Dalam Bagan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Data dan Pertukaran Elektronik, Pasal 28 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Data dan Pertukaran Elektronik berbunyi:

(1) Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita yang tidak benar dan menyesatkan yang merugikan pembeli dalam Transaksi Elektronik.

(2) Setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan data yang mengarah pada cemoohan atau permusuhan, tentunya masyarakat dan / atau kumpulan masyarakat yang dijunjung tinggi suku, agama, ras, dan antarkelompok (SARA).

Sasaran isu yang paling banyak dalam setting hoax ini sebenarnya adalah di dunia maya yang bertaburan sampah berita, kegembiraan di Facebook dan Twitter serta jejaring lain yang memberi ruang untuk saling mencela dan mengkritik yang tidak berada di tengah-tengah realitas, mengkritik. sangat umum di antara individu. pencipta mengajukan tujuan mereka. Tidak hanya itu, berita dengan skor nol akan ada atau berita palsu yang tersebar melalui sistem sosial akan efektif disebarkan dalam unggahan ulang atau dikirim oleh klien media. Tragisnya para pembaca kini tidak menyalurkan berita atau artikel dengan lubang harga atau berita dan artikel palsu, pelaku akan seperti itu jika setuju dengan sistem kepercayaannya dan mengetahui apa yang mereka teliti dan setuju, lalu menyebarkannya kepada masyarakat umum. terbuka dan bisa dijalankan bersama. Peningkatan peringkat juga ditolak oleh mereka yang tidak memiliki titik impas dengan sistem kepercayaan. Pengguna juga akan menolak menulis dengan fakta jika itu bukan ideologi yang proporsional karena pembaca. Biasanya seringkali hasil yang harus diterima dan tidak akan dikeluhkan oleh pemerintah sehingga individu-individu yang telah memilih mayoritas memerintah pemerintahan dengan mengkomunikasikan pandangan mereka juga jauh. Bagaimanapun, berita scam nihil seperti itu tidak dapat dibunuh

setengah atau selamanya, tugas kami berikut adalah untuk mengurangi keadaan scam dan menjadi lebih cerdas dalam memilih.



Gambar 1. Persentase Hoax yang Populer di Sebar

Media sosial dalam hal ini telah memberdayakan komunitas virtual di mana individu dapat memeriksa hal-hal yang terbuka, menghitung Pilkada dan kandidat secara normal. Klien media sosial juga bukan borjuasi terbaik. Kaum borjuis yang lebih rendah bahkan menggunakan media sosial. Klien media sosial sendiri telah berkembang dengan smartphone yang masuk akal. Sejalan dengan Cangara, di Amerika media massa merupakan sumber data politik yang paling umum. Jika pemilih merasa kesulitan untuk memilih dan memilih siapa, mereka akan kembali ke media. "Media massa adalah sumber data politik paling banyak." Penipuan sering kali digabungkan dengan cara yang sangat tidak mengganggu, ditambah dengan informasi yang tampaknya benar. Per User mungkin sentuhan yang sulit ditemukan. Berita hoax ini sebenarnya direncanakan untuk menyetujui keinginan kelompok tertentu dan mengikuti perkembangan isu, sehingga keterbukaan umum adalah sombong tentang kejadian-kejadian yang menyusahkan seperti jika berita tersebut asli [15]. Dari PKM Sidang I ini dipercaya akan mendapatkan pemahaman yang tepat dalam menghindari penipuan di lingkungannya masing-masing. Setelah diberi penjelasan tentang macam-macam penipuan yang terus bermunculan di masyarakat, agar anggota PKM dapat berperan dalam hidup dalam situasi individu.

#### b. Kajian Black Campaign

Kampanye gelap, bagaimana menjaga kebangsawanan dan rasa hormat seorang kandidat digabungkan dengan mempertaruhkan lawan mereka yang dijatuhkan. Sesuai dengan Cangara, masing-masing mengatur untuk mengisi keuntungan, terutama untuk posisi, lalu ocehan yang menghasilkan bentuk kampanye gelap terus bermunculan. Kampanye gelap, yang disebut kampanye gelap, cenderung memojokkan kandidat yang dikirim. Masalah ini biasanya terkait erat dengan apa yang disebut "3Ta", tepatnya: Properti, Wanita dan Posisi otoritas. Properti lebih sering digambarkan dalam bentuk penghinaan, wanita dalam bentuk usaha atau perselingkuhan, sedangkan posisi otoritas dianggap kerinduan. Seperti yang dikatakan Pierre Require: "Seperti yang dinyatakan oleh Pierre Exact dalam bukunya *Cyberculture*, internet adalah lingkungan data yang terbuka, mudah beradaptasi, dan energik yang memungkinkan

individu untuk membuat pengenalan informasi yang tidak digunakan. Orang-orang termasuk di antara mayoritas negara yang membagi toko terbuka lebih cerdas. domain internet bertindak sebagai tempat berkumpulnya individu untuk memperluas lingkungan sosial mereka, membuat celah untuk informasi modern, dan ruang iklan untuk berbagai pandangan yang kontras secara luas. Media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan dialog gathering online seperti Kaskus, serta media chat seperti Line, Whatsapp, dan Blackberry Flag-bearer (BBM) dimana media tersebut berkreasi dan berkreasi dalam masyarakat dan eksis dalam suatu bentuknya sebanding, dialog terbuka agar tidak secara lugas melahirkan pemahaman dan informasi baru di masyarakat dengan atau tanpa pembuktian yang jelas. Bagi masyarakat borjuis perkotaan, komunikasi politik melalui media massa sangat berhasil karena cara hidup mereka yang aktif tidak memberikan kesempatan kepada mereka untuk berbicara langsung secara terbuka, apalagi jika mereka tidak memerlukan koordinasi antar muka dengan komunikator[16]. Bagi mereka, media massa cetak dan elektronik adalah implikasinya yang paling layak mengetahui dan menyampaikan masukan tentang pesan politik yang ada. Kemudahan penggunaannya membuat media sosial menjadi populer. dan digunakan terus menerus oleh masyarakat Indonesia, di masa lalu kampanye gelap dilakukan melalui penyampaian atau penyebaran informasi melalui media cetak seperti handout, fotokopi artikel, dan lain-lain yang berisi data-data negatif hampir pihak yang bertikai, hingga yang lebih luas. masyarakat[17]. Sosialisasi dilakukan oleh kelompok pemenangan dan simpatisan calon pemprov dan pejabat. Saat ini dark campaign dilakukan dengan memanfaatkan media yang lebih modern, seperti memanfaatkan media sosial dan komunikasi melalui alat-alat. Bagaimanapun, media masih digunakan untuk kampanye media gelap[18]. semacam kampanye tertutup. Pemain kampanye gelap akan lebih sering melihat informasi atau data politik. Substansi Kampanye gelap ini tidak ada yang konyol, yang pasti akan jatuh, saingan politik dengan hal-hal gila dan sembrono. Inti dari kampanye gelap ini sebenarnya adalah pengakuan yang terdistorsi bahwa keterbukaan bersama akan menjadi musuh, oleh karena itu hasil dari penegasan yang dimunculkan membuat keterbukaan bersama mengakui "secara kolektif" substansi kampanye ini, tanpa menyiapkan substansi kampanye balck ini. Alasan kata terakhir benar-benar kesan dari jumlah suara dalam sebuah balapan. Riswan dalam bukunya Communication Politik menyatakan bahwa black campaign dapat menjadi sebuah kampanye yang menunjukkan bahwa bujukan-bujukan yang berbahaya, parodi atau rumor-rumor terkenal hampir menjadi sasaran calon atau calon masyarakat sehingga pengakuan yang ditampilkan bersifat menipu, khususnya dalam hal pengaturan yang terbuka. Sejalan dengan kesimpulan para spesialis seperti halnya individu-individu yang datang, hal tersebut juga memperkuat apa yang tersirat dan poin-poin dari dark campaign tersebut. George Carslake Thompson mengungkapkan bahwa dalam kesimpulan terkenal yang merinci strategi ketika individu menghadapi masalah, sering kali terdapat kondisi yang berbeda, khususnya: (1) mereka akan mematuhi kenyataan atau menentang gagasan ini; (2) mereka akan bervariasi dalam mengukur atau mengukur, tetapi lebih dari itu mungkin tidak kontras dalam sudut pandang; (3) Perbedaan lainnya adalah mereka akan memiliki sumber informasi yang beragam tentang pelaksanaan kampanye, yang meliputi hal-hal tentang kampanye, kampanye gelap termasuk kontrol pidana dan denda, yang diatur dalam arahan lomba dalam skala nasional dan pilkada dalam skala. Bahaya pidana dan denda untuk mengarahkan otoritas diarahkan pada Pasal 70 ayat 1 UU KPU. Kampanye gelap dalam kasus Hipotesis Soundness terikat konteks mungkin merupakan hipotesis tentang perilaku manusia yang disebabkan oleh permintaan yang dibatasi, karena data terbatas hampir apa yang seharusnya menjadi akarnya. Sosok penentu disebut perilaku heuristik. Dalam pengaturan kebijaksanaan terbatas, kampanye gelap dilakukan untuk menunjukkan perilaku heuristik (keadaan itu sendiri), yang disebut mempengaruhi rujukan. Perilaku dampak rujukan (dampak rujukan) terjadi ketika pemilih memilih kandidat yang mereka anggap paling menarik secara terbuka[19]. Dalam pemekaran, ada pula istilah nature (alam), dimana pemilih merasa ada pergaulan yang dalam dengan kandidat karena perilaku mereka yang tidak bisa dibedakan. Seorang calon presiden yang berada dalam posisi untuk menunjukkan heuristik semacam ini di antara para pemilihnya juga akan aman untuk kampanye gelap. Artinya, jika para pemilih beberapa waktu belakangan ini dark campaign sudah menentukan pilihannya atau disangka-sangka kepada tokoh atau calon tertentu, tentu akan membuat pemilih terdiam, putus asa, dan tidak terbayangkan menimbulkan pergulatan . pengaturan dampak seperti perselisihan yang diantisipasi tidak terjadi[20]. Dengan cara ini, dalam lingkungan PKM dipercaya bahwa aparat TNI dapat lebih mengharapkan perkembangan kampanye gelap di masyarakat dengan upaya-upaya penghindaran, khususnya dengan menyebarkan data kepada masyarakat yang lebih luas seputar upaya-upaya yang memaksa untuk menangkal kampanye-kampanye gelap. Dalam hal ini, pengaruh positif yang diantisipasi adalah pengaturan terbuka.

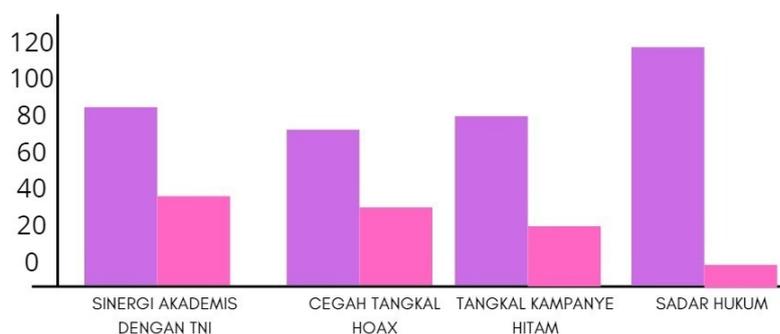


Gambar 2. Tim Memberikan Materi



Gambar 3. Sesi Tanya Jawab Di Universitas

Grafik 1. Efektifitas PKM dan Persentase Pemahaman Audiens



#### 4. KESIMPULAN

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Inkonsistensi Penipuan sangat sering terjadi di internet, di mana berton-ton berita sampah bertebaran, kebahagiaan di Facebook dan Twitter dan sistem lain memberi ruang untuk saling mencela dan mengkritik satu sama lain yang tidak berada di tengah-tengah kebenaran, mencemarkan nama baik menjadi sesuatu yang sangat umum di antara para sarjana dengan membuktikan alasan mereka. Bukan karena itu, berita dengan skor nol akan ada atau berita palsu yang menyebar melalui sistem sosial akan dengan mudah disebar di unggahan ulang atau dikirim oleh klien media. Tragisnya, pembaca tidak menyalurkan berita atau memajukan artikel dengan celah harga atau berita dan artikel palsu, pembaca akan seperti itu jika mereka mengakui kebenaran dengan filosofi mereka dan mengakui apa yang mereka pelajari dan akui sebagai kebenaran, kemudian menyebarkannya. ke tempat terbuka. terbuka dan bisa dijalankan dengan membangkitkan irama, dan ditolak oleh pihak yang tidak menjunjung filosofi. Dalam Irregularity, kampanye gelap memiliki andil dalam membangun pengakuan yang mengerikan di kalangan komunitas musuh politik sehingga munculnya pengakuan yang dihasilkan membuat masyarakat terbuka mengakui “secara konsisten” substansi kampanye ini, tanpa mengganti substansinya. kampanye gelap ini. Alasan kata terakhir benar-benar kesan dari jumlah suara dalam sebuah balapan. Tidak dapat dipungkiri bahwa masyarakat Indonesia sependapat dengan apa yang dikomunikasikan Pierre Exact saat bermain media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter dan pertemuan wacana online seperti Kaskus, serta media chat seperti Line, Whatsapp, dan Blackberry Courier (BBM) yang merupakan semua media ini. diciptakan dan diciptakan dalam masyarakat dan dalam kerangka pembicaraan terbuka sehingga berimplikasi pada pemahaman dan informasi baru dalam masyarakat dengan atau tanpa pembuktian yang jelas. Bagi masyarakat pembelajar pusat kota, komunikasi politik melalui media massa sangat berhasil karena cara hidup aktif mereka tidak memberikan kesempatan untuk berbicara langsung secara terbuka. Berkenaan dengan Deception yang menjadi pusat kemunculan Community Benefit ini, diyakini masyarakat awam bisa mensurvei realitas segala macam data yang didapat dari berbagai media sosial. Setting terkait pengecekan berita bohong atau tipuan yang diantisipasi adalah masyarakat umum bisa mencari semua referensi terkait berita yang didapat dari internet atau motor look. Menanyakan individu-individu yang dianggap mendapatkan realitas berita dan melalui media atau media massa, seperti: Koran harian, TV dan Radio, dan Media Sosial. Penipuan tidak hanya terjadi di Indonesia, dengan demikian pemerintah juga harus mengambil pengertian yang berbeda dari pemerintah di negara lain yang keamanan nasionalnya juga dilemahkan, diapresiasi pada saluran komunikasi massa yang digunakan secara sembarangan.

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Q. Aini, U. Rahardja, A. Moeins, and D. M. Apriani, “Penerapan Gamifikasi Pada Sistem Informasi Penilaian Ujian Mahasiswa Untuk Meningkatkan Kinerja Dosen,” *J. Inform. Upgris*, vol. 4, no. 1, pp. 46–55, 2018, [Online]. Available: <http://journal.upgris.ac.id/index.php/JIU/article/view/2263/1883>.
- [2] A. Adi and P. Kepada, “Inovasi Di Era,” *Pendidik. Manufaktur Berbas. Gamifikasi Untuk*

- Meningkat. Inov. Di Era Insudtri 4.0*, vol. 1, no. 1, pp. 14–20, 2020.
- [3] A. Adi and P. Kepada, “Memanfaatkan Media Sosial Pada Daerah,” vol. 1, no. 1, pp. 69–76, 2020.
- [4] L. Fajarita, “Nawindah 1 , Lusi Fajarita 2 1) ,” pp. 87–90, 2016.
- [5] Q. Aini, A. Badrianto, F. Budiarty, A. Khoirunisa, and U. Rahardja, “Alleviate Fake Diploma Problem In Education Using Block Chain Technology,” *J. Adv. Res. Dyn. Control Syst.*, vol. 12, no. 2, pp. 1821–1826, 2020, doi: 10.5373/JARDCS/V12I2/S20201225.
- [6] N. Lutfiani, F. P. Oganda, C. Lukita, Q. Aini, and U. Rahardja, “Desain dan Metodologi Teknologi Blockchain Untuk Monitoring Manajemen Rantai Pasokan Makanan yang Terdesentralisasi,” *InfoTekJar J. Nas. Inform. dan Teknol. Jar.*, vol. 5, no. 1, pp. 18–25, 2020.
- [7] I. Noburu, A. Himki, A. Dithi, K. Kano, and M. Anggraeni, “Covid-19: Portrait of Preservation of the Batik Industry as a Regional Autonomy,” *Aptisi Trans. Technopreneursh.*, vol. 2, no. 2, pp. 143–152, 2020.
- [8] D. Mohammed, Q. Aini, D. Supriyanti, and M. Anggraeni, “Assimilate The Qur’an’s View with Science and Technology Perspectives,” *Aptisi Trans. Technopreneursh.*, vol. 3, no. 1, pp. 42–47, 2021.
- [9] A. Adi and P. Kepada, “INOVASI DI ERA,” vol. 1, no. 1, pp. 14–20, 2020.
- [10] R. Hardjosubroto, U. Raharja, N. Anggraini, and W. Yestina, “PENGALANGAN DANA DIGITAL UNTUK YAYASAN DISABILITAS MELALUI PRODUK UMKM DI ERA 4.0,” *ADI Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 1, 2020.
- [11] A. C. Purnomo, B. Pramono, and F. P. Oganda, “Design of Information System in Admission of New Students Based on Web in SMK Al Amanah,” *Aptisi Trans. Manag.*, vol. 3, no. 2, pp. 159–167, 2019.
- [12] V. T. D, “MODEL DALAM E-LEARNING PADA,” no. 2016, pp. 21–29, 2020.
- [13] U. Rahardja, E. P. Harahap, and S. Pratiwi, “Pemanfaatan Mailchimp Sebagai Trend Penyebaran Informasi Pembayaran Bagi Mahasiswa Di Perguruan Tinggi,” *Technomedia J.*, vol. 2, no. 2, pp. 41–54, 2018, doi: 10.33050/tmj.v2i2.323.
- [14] I. Handayani, E. Febriyanto, and F. P. Oganda, “PEMANFAATAN SISTEM IJC (iLearning Journal Center) SEBAGAI MEDIA E-JOURNAL PADA PERGURUAN TINGGI DAN ASOSIASI,” *CSRID (Computer Sci. Res. Its Dev. Journal)*, vol. 11, no. 1, pp. 23–33, 2020.
- [15] U. Rahardja, Q. Aini, Y. I. Graha, and M. R. Tangkaw, “Gamification Framework Design of Management Education and Development in Industrial Revolution 4.0,” *J. Phys. Conf. Ser.*, vol. 1364, no. 1, pp. 0–13, 2019, doi: 10.1088/1742-6596/1364/1/012035.
- [16] Y. Anggara, “Cegah COVID-19 Di Era New Normal Pada KP. Sambengan,” *ADI Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 1, pp. 59–68, 2020.
- [17] D. A. Kurniawan and A. Z. Santoso, “Pengelolaan Sampah di daerah Sepatan Kabupaten Tangerang,” *ADI Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 1, pp. 31–36, 2020.
- [18] P. A. Sunarya, F. Andriyani, Henderi, and U. Rahardja, “Algorithm automatic full time equivalent, case study of health service,” *Int. J. Adv. Trends Comput. Sci. Eng.*, vol. 8, no. 1.5 Special Issue, pp. 387–391, 2019, doi: 10.30534/ijatcse/2019/6281.52019.
- [19] S. Watini, Q. Aini, M. Hardini, and U. Rahardja, “Improving Citizen’s Awareness in Conserving Diversity of Malay Traditional Dances in Malaysia through the Art Appreciation Performed by Students of Early Childhood Education Study Program,” *Int. J. Psychosoc. Rehabil.*, vol. 24, no. 8, pp. 2730–2737, 2020, doi: 10.37200/IJPR/V24I8/PR280292.
- [20] W. Zulkarnain and S. Andini, “Inkubator Bisnis Modern Berbasis I-Learning Untuk Menciptakan Kreativitas Startup di Indonesia,” *ADI Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 1, pp.

77–86, 2020.