

PENGEMBANGAN MODEL LITERASI DAN INFORMASI BERBASIS PANCASILA DALAM MENANGKAL HOAKS

Isma Adila, Wayan Weda, Dian Tamitiadini

Ilmu Komunikasi, Universitas Brawijaya, Malang.
adila.isma@gmail.com

Diajukan: 16-03-2019; Direview: 06-05-2019; Diterima: 24-06-2019;

Abstract

Hoax is false information that can cause feelings of fear or misperception. Hoaxes, hatespeech and cyberbullying are distributed by Social Media and Instant Messaging that tend to be provocative. Ironically, not a few people who without thinking directly shared information and even reproduce the information without considering the impact caused after. In 2006 hoax spreaders site amounted to 800 thousand. A strong message in the media can instill audiences. Movement of media literacy emerged as a form of concern for the influence of the media that is more harmful to society. The lack of media literacy in our society leads to the superficiality of knowledge in social media. In accordance with the government movement that has been pioneered, which is against the hoaxes using the values of Pancasila, this research with a practical approach, seeks to develop different media literacy models in analyzing hoax in news on social media.

Keywords: *Against Hoax, Digital Literacy, Social Media*

Abstrak

Fenomena “*Hoax*” atau berita palsu yang dapat menyebabkan perasaan takut, kecemasan, terancam, atau salah persepsi di masyarakat. Hal ini dikarenakan *hoax* dan *hate speech* yang terjadi di dunia digital seringkali mengandung unsur SARA, provokatif dan bombastis. Ironisnya menurut Polri di Indonesia pada tahun 2017 terdapat 40 ribu berita *hoax* yang tersebar di media sosial (tribunnews.com). Kurangnya literasi media dalam masyarakat kita mengarah pada kedangkalan pengetahuan di media sosial. Sesuai dengan gerakan pemerintah yang telah dirintis, yaitu melawan *hoax* menggunakan nilai Pancasila dan Bhineka Tunggal Ika, penelitian ini dengan pendekatan praktis, berupaya mengembangkan model literasi media yang berbeda dalam menganalisis informasi salah (*hoax*) dalam berita di media sosial. Melalui pengembangan model tinjauan literasi media sebagai pendekatan yang memberdayakan pengguna media sosial (warganet), diasumsikan bahwa warganet akan lebih mampu membangun muatan positif dalam memanfaatkan media sosial.

Kata Kunci: *Melawan Hoax, Literasi Digital, Media Sosial*

PENDAHULUAN

Pada era perkembangan teknologi komunikasi, informasi menjadi sangat mudah tersebar secara cepat dan diterima khalayak luas. Era Teknologi Komunikasi salah satunya ditandai dengan berkembangnya internet. Bahkan saat ini internet tidak lagi hanya menjadi *platform* yang digunakan untuk mencari informasi, internet saat ini juga sebagai media aktualisasi diri melalui berbagai *platform* media sosial. Media sosial merupakan bagian dari internet yang dimanfaatkan guna membangun jaringan, dan berkomunikasi.

Media sosial menurut Howard dan Parks dalam Alif, Triartanto, Hardian, Kurniawan, & Suryanto (2018) diungkapkan sebagai media yang memiliki tiga bagian utama. Bagian-bagian tersebut adalah infrastruktur informasi dan alat yang digunakan untuk melakukan produksi dan distribusi konten media, konten atau isi media yang berbentuk pesan pesan digital, dan yang terakhir adalah individu pengguna dan pelaku produksi konten media. Pelaku media sosial dapat berupa perusahaan, komunitas, bahkan individu.

Media sosial menjadi sangat dekat dengan

kehidupan masyarakat Indonesia sebab media sosial memiliki kemampuan untuk meniadakan keterbatasan ruang dan waktu. Batasan-batasan dimensional maupun geografis tidak lagi menghalangi dan waktu untuk mengalirkan dan menyebarkan informasi akan lebih cepat dari sebelumnya. Media sosial juga menghadirkan interaktivitas yang tidak diperoleh dari media-media *mainstream* sebelumnya. Hal ini didukung dengan perkembangan smartphone yang membuat pengguna internet tidak lagi hanya dapat menggunakan internet pada satu tempat. Sehingga mobilitas dan interaktivitas pengguna internet otomatis semakin meningkat.

Menurut Asosiasi Jasa Internet Indonesia dalam (Prasetya, 2018) pengguna internet di Indonesia mencapai 137 juta pengguna. Pengguna internet di Indonesia didominasi oleh pengguna media sosial, hingga Indonesia disebut sebagai “*Negara Twitter*” dan “*Negara Facebook*”. Hal tersebut menunjukkan bahwa internet dan media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat Indonesia. Media termasuk media sosial memiliki peran untuk menyebarkan informasi dan menjadi media penghubung antara kejadian dengan pengetahuan masyarakat. Kondisi ini menjadikan masyarakat pengguna internet lebih mudah dan lebih cepat dalam memperoleh informasi. Informasi yang diperoleh dari media sosial yang sangat banyak menjadikan informasi tersebut terkadang sulit untuk diketahui sumber dan kebenaran informasinya. Kondisi meluapnya informasi di media sosial juga masih kurang diimbangi dengan peningkatan daya kritis dan pengembangan logika yang baik oleh pengguna media sosial. Hal ini juga sangat disayangkan karena kemudian dimanfaatkan oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab untuk mempengaruhi warga lewat informasi yang disebarkannya demi kepentingan pribadi maupun golongan.

Fenomena ini dikenal dengan sebutan “*Hoax*” atau kabar bohong yang dapat menimbulkan perasaan takut, gelisah, terancam, ataupun persepsi yang salah pada masyarakat. Berita palsu (*hoax*) adalah artikel berita yang sengaja dibuat untuk menyesatkan pembaca. Ada dua motivasi utama yang menyebabkan beredarnya berita palsu.

Pertama adalah uang, artikel berita seolah-olah menjadi virus di media sosial yang dapat menarik pendapatan iklan yang signifikan saat pengguna mengeklik situs aslinya.

Informasi di media sosial mengalir bagaikan bola salju, dan dalam situasi seperti ini ternyata banyak pengguna media sosial yang tidak mampu memilah mana informasi yang benar dan yang palsu. Hal ini berlangsung khususnya pada kondisi politik tertentu, misalnya pada saat Pemilu, Pilpres dan pada masa Pilkada serentak di beberapa wilayah di Indonesia, dimana terdapat indikasi adanya persaingan politik dan kampanye hitam yang juga dilakukan melalui media sosial. Penyebaran *Hoax* dalam kondisi ini sering kali menggunakan sentimen identitas yang bermuara pada hujat dan kebencian, yang pada akhirnya akan mengikis konsep tentang kebhinekaan yang ikut dibentuk melalui media sosial. Agar terlepas dari kondisi ini, maka pengguna media sosial harus berdaya dan melek media. Melek media merupakan suatu tindakan yang dilakukan sebagai suatu bentuk keterampilan untuk memahami informasi yang diperoleh dari berbagai macam media (Alif, Triartanto, Hardian, Kurniawan, & Suryanto, 2018). Gerakan melek media muncul sebagai bentuk kekhawatiran akan pengaruh media yang lebih berdampak buruk bagi masyarakat yang dibentuk melalui media sosial. Sebab, minimnya literasi media pada masyarakat kita akan mengakibatkan kedangkalan pengetahuan dalam bersosial media. Agar terlepas dari kondisi ini, maka Minimnya literasi media pada masyarakat kita mengakibatkan kedangkalan pengetahuan dalam bersosial media.

Oleh karena itu penelitian ini memiliki rumusan masalah yaitu bagaimana melawan *hoax* berdasarkan nilai-nilai kebhinekaan dan Pancasila. Hal ini selaras dengan tujuan pengabdian masyarakat ini yaitu memberikan edukasi dan literasi media untuk melawan *hoax* yang dikemas sesuai seni dan kebudayaan masyarakat. Dalam penelitian ini terdapat dua lingkup kemitraan, pertama adalah mitra primer dan mitra sekunder. Mitra primer meliputi Pemerintah Kota Malang, Polres Malang (unit penanganan *cyber crime*) dan Kementerian Kominfo dan mitra sekunder warga Kelurahan Rampal Celaket dan SMP Negeri Kota Malang. Kegiatan edukasi ini akan mengemas kegiatan literasi media internet kepada masyarakat melalui

pendekatan budaya sebagai upaya literasi media internet kepada masyarakat. *Talkshow* akan dilakukan dengan menggunakan pendekatan berbasis *local wisdom*, yakni memanfaatkan budaya cangkrukan yang akrab dengan masyarakat serta hiburan-hiburan tradisional untuk mengemas isu *hoax* agar lebih menarik dan mudah diterima oleh masyarakat. Target dari kegiatan pengabdian ini adalah masyarakat menjadi paham materi yang disampaikan pemateri yaitu bahaya dan cara pemilahan dari berita-berita yang ada disekitarnya. Masyarakat menjadi lebih peduli terhadap berita-berita yang mereka peroleh melalui media internet, sehingga membentuk pemahaman tentang pentingnya menyeleksi berita yang didapatkan melalui media internet.

LITERATUR DAN METODOLOGI

Informasi atau berita adalah hal yang sangat mudah didapatkan saat ini, baik melalui media massa maupun *platform* di internet seperti *website* ataupun sosial media. Informasi menjadi sangat mudah tersebar secara cepat dan diterima khalayak luas. Hal ini dimanfaatkan oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab untuk mempengaruhi warga lewat informasi yang disebarkannya demi kepentingan pribadi maupun golongan. Fenomena ini dikenal dengan sebutan “*Hoax*” atau kabar bohong yang dapat menimbulkan perasaan takut, gelisah, terancam, ataupun persepsi yang salah padamasyarakat. Menurut Clifford Irving (2006, p.34) secara singkat informasi *hoax* adalah informasi yang tidak benar. Dalam Cambridge dictionary, kata *hoax* sendiri berarti tipuan atau lelucon. Kegiatan menipu, trik penipuan, rencana penipuan disebut dengan *hoax*. Kemudian, situs *hoaxes.org* dalam konteks budaya mengarahkan pengertian *hoax* sebagai aktivitas menipu: “Ketika koran sengaja mencetak cerita palsu, kita menyebutnya *hoax*. Kita juga menggambarkan sebagai aksi publisitas yang menyesatkan, ancaman bom palsu, penipuan ilmiah, penipuan bisnis, dan klaim politik palsu sebagai *hoax*”. Dalam Bahasa sederhana *hoax* atau berita bohong merupakan berita informasi yang tidak benar atau tidak terverifikasi kebenarannya yang bertujuan untuk membuat masyarakat atau penerima informasi

menjadi salah paham akan suatu informasi (Tania, et al., 2017). Oleh karena itu, dalam pengabdian masyarakat ini dipilih istilah “informasi *hoax*” sebagai salah satu konsep pengabdian masyarakat. Pemilihan istilah ini didasarkan pada pengertian dasar kata *hoax* itu sendiri (tipuan), dan bentuknya yang berupa informasi ketika disebarkan (sebagai objek). Dengan demikian “informasi *hoax*”, yang dimaksud dalam penelitian ini adalah “informasi tipuan”.

Menurut David Harley dalam buku *Common Hoaxes and Chain Letters* (2008), ada beberapa aturan praktis yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi *hoax* secara umum. Pertama, informasi *hoax* biasanya memiliki karakteristik surat berantai dengan menyertakan kalimat seperti “Sebarkan ini ke semua orang yang Anda tahu, jika tidak, sesuatu yang tidak menyenangkan akan terjadi”. Kedua, informasi *hoax* biasanya tidak menyertakan tanggal kejadian atau tidak memiliki tanggal yang realistis atau bisa diverifikasi, misalnya “kemarin” atau “dikeluarkan oleh...” pernyataan-pernyataan yang tidak menunjukkan sebuah kejelasan. Kemudian yang ketiga, informasi *hoax* biasanya tidak memiliki tanggal kadaluwarsa pada peringatan informasi, meskipun sebenarnya kehadiran tanggal tersebut juga tidak akan membuktikan apa-apa, tetapi dapat menimbulkan efek keresahan yang berkepanjangan. Keempat, tidak ada organisasi yang dapat diidentifikasi yang dikutip sebagai sumber informasi atau menyertakan organisasi tetapi biasanya tidak terkait dengan informasi. Ciri-ciri *hoax* juga diungkapkan oleh Alif, Triartanto, Hardian, Kurniawan, & Suryanto (2018) bahwa berita bohong atau *hoax* pada umumnya akan menyerang hal-hal paling sentimen dan paling sensitif di masyarakat. Beberapa diantaranya adalah melalui penyebaran rasa takut dan krisis yang terjadi di masyarakat yang terus berulang dan tak kunjung selesai.

Fakta *hoax* di tahun 2016 menurut Menteri Komunikasi dan Informatika, Rudiantara mengatakan situs penyebar *hoax* berjumlah 800 ribu (dalam detik.com). Sedangkan menurut Polri di Indonesia, Awi Setyono menyatakan bahwa pada tahun 2017 terdapat 40 ribu berita *hoax* yang tersebar di media sosial (tribunnews.com). Media

sosial dan aplikasi *Instant Messaging* menjadi salah satu media favorit penyebaran Hoax. Salah satu faktor penyebab suburnya hoax di Indonesia adalah kebiasaan masyarakat Indonesia untuk berkumpul dan bercerita. Namun sayangnya cerita dan informasi yang disampaikan tidak dipedulikan kebenarannya. Budaya kolektivisme ini masih melekat di masyarakat tanpa adanya pengembangan data yang disampaikan.

Menurut Juliani (2017) *hoax* memiliki beberapa jenis bentuk, diantaranya adalah *fake news*. *Fake news* merupakan berita yang diungkapkan dengan tujuan untuk mengganti berita asli. Sehingga *fake news* ini digunakan untuk memalsukan kebenaran informasi dari masyarakat. Bentuk lain dari *hoax* adalah *clickbait*. *Clickbait* atau tautan jebakan seringkali digunakan pada media sosial dengan menampilkan judul yang menarik namun berisi konten yang tidak memiliki kesinambungan dengan judul. *Clickbait* juga dapat berupa konten yang tidak disertai dengan fakta dan data. Bentuk ketiga dari *hoax* adalah bias konfirmasi atau kecenderungan pengguna untuk langsung melakukan interpretasi pada suatu fenomena yang baru saja terjadi walaupun belum disertai dengan fakta yang jelas. *Misinformation* merupakan bentuk informasi yang tidak akurat dan memang memiliki tujuan untuk menipu pengguna atau pembaca informasi. Bentuk *hoax* yang lain adalah *post-truth* yang merupakan informasi yang disebarkan setelah kejadian dengan memanfaatkan emosi masyarakat. Sehingga kepercayaan terhadap informasi lebih mengandalkan emosi walaupun tidak disertai dengan fakta. Bentuk terakhir dari *hoax* adalah *propaganda*. *Propaganda* adalah aktivitas penyebaran informasi yang digunakan untuk mempengaruhi opini publik.

Sebagian besar warganet di Indonesia memiliki kecenderungan berlomba-lomba melemparkan isu dan ingin dianggap yang pertama. Keinginan masyarakat menjadi yang pertama untuk menyebarkan informasi menjadikan penyebaran *hoax* menjadi semakin meluas. Hal ini juga menjadikan *hoax* menjadi salah satu ancaman yang nyata bagi masyarakat Indonesia. *Hoax* juga dapat berdampak pada dekonstruksi konsep kebhinekaan dan menyebabkan perpecahan bangsa. Hal ini

disebabkan banyaknya berita bohong (*hoax*) yang menyinggung perbedaan suku, agama, dan ras (SARA). Pada umumnya informasi mengenai SARA akan beredar pada fenomena-fenomena sosial dan politik (Tania, et al., 2017).

Kecenderungan masyarakat untuk berbagi informasi dengan cepat dan menjadi yang pertama nampak dalam pengiriman pesan melalui aplikasi WhatsApp, Facebook, Twitter, dan aplikasi media sosial lainnya. Dalam konteks semacam itu, kini pemerintah harus berfokus pada 'hulu' persebaran informasi palsu itu, dan bukan hanya melakukan pembatasan atau pemblokiran, melainkan lebih kepada bagaimana mengembangkan literasi masyarakat. Masyarakat diharapkan lebih bijak dalam memanfaatkan media sosial. Misalnya, memastikan terlebih dahulu akurasi konten yang akan dibagikan, mengklarifikasi kebenarannya, memastikan manfaatnya, baru kemudian menyebarkannya.

James W Potter (2008) mendefinisikan literasi media sebagai satu perangkat perspektif dimana kita secara aktif memberdayakan diri kita sendiri dalam menafsirkan pesan-pesan yang kita terima dan bagaimana cara mengantisipasinya. Literasi juga dapat dipahami sebagai suatu rangkaian gerakan melekat media yang bertujuan untuk meningkatkan kontrol pada individu terhadap berbagai media yang digunakan dalam melakukan pengiriman dan penerimaan pesan (Alif, Triartanto, Hardian, Kurniawan, & Suryanto, 2018). Literasi media adalah pendidikan yang mengajarkan khalayak media agar memiliki kemampuan menganalisis pesan media, memahami bahwa media memiliki tujuan komersial/bisnis dan politik sehingga mereka mampu bertanggungjawab dan memberikan respon yang benar ketika berhadapan dengan media (Rochimah & Junaedi, 2013, p. 28). Pentingnya literasi media bagi masyarakat, agar mereka aktif, cerdas, peka dan kritis dalam mengamati fenomena pemberitaan media saat ini. Sejak kemudahan berinteraksi disediakan oleh teknologi informasi komunikasi, kedudukan manusia terhadap pesan yang dibawa media berubah, tidak hanya sebagai konsumen, tetapi juga sebagai produsen dan distributor. Kedudukan sebagai produsen dan distributor sekaligus idealnya

dapat dimanfaatkan untuk mengendalikan laju informasi. Dengan massifnya informasi menerpa seseorang, seharusnya manusia sebagai individu merdeka mampu mengontrol pesan atau informasi yang menerpa. Menurut Ana Nadya Abrar (2003), khalayak adalah pengontrol pesan. Lebih lanjut Abrar menegaskan bahwa pemakaian teknologi komunikasi selalu melahirkan perubahan sosial dalam masyarakat; pemakaian komputer untuk komunikasi telah menyebabkan orang lebih percaya pada informasi yang ada di komputer daripada kenyataan yang sebenarnya. Ketika mencari informasi di internet, mereka menciptakan alasan untuk mencari informasi yang baru lagi dan lagi. Mereka menyerahkan sebagian, bahkan seluruh, otoritas diri mereka pada internet. Seorang individu pengguna teknologi komunikasi harus tahu persis apakah kelak perilakunya baik dan responnya proporsional. Dengan melek terhadap informasi yang dibawa teknologi komunikasi, manusia akan memiliki otoritas dirinya, dan tidak akan terombang-ambing oleh ketidakpastian informasi yang saat ini banyak beredar. Seorang pengguna yang melek media akan berupaya memberi reaksi dan menilai suatu pesan media dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab (Zamroni & Sukiratnasari, 2011, p. 84).

Masyarakat pada dasarnya merupakan “sasaran” media massa, oleh karena itu masyarakat harus peka dan memiliki tingkat pemahaman yang baik terhadap pemberitaan media. Karena dengan melalui media literasi membuat masyarakat menjadi kritis, peka terhadap informasi media massa, serta mampu meningkatkan kualitas dan kuantitas intelektual masyarakat itu sendiri. Dasar dari media literasi adalah aktivitas yang menekankan aspek edukasi di kalangan masyarakat agar mereka tahu bagaimana mengakses, memilih program yang bermanfaat dan sesuai kebutuhan yang ada. Selain itu menurut Rahadi (2017) masyarakat juga diharapkan dapat lebih bijak dengan melihat sumber dan akurasi informasi sebelum membagikan informasi. Beberapa cara diantaranya adalah dengan memastikan kebenaran, kebermanfaatan, dan sumber informasi.

Literasi media memiliki sifat multi-dimensional (Alif, Triartanto, Hardian, Kurniawan, & Suryanto,

2018). Manusia memiliki struktur dimensi kognitif, emosional, estetik, dan moral. Dimensi kognitif digunakan pada informasi yang berkaitan dengan penemuan fakta. Dimensi emosional berperan dalam menangani perasaan. Dimensi estetik berhubungan dengan apresiasi terhadap informasi pesan yang diperoleh. Sedangkan dimensi moral berkaitan dengan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat. Literasi media dapat dilakukan dengan memadukan dimensi-dimensi yang dimiliki oleh manusia agar dapat lebih terserap. Pada pengabdian masyarakat ini memadukan dimensi kognitif dengan meningkatkan pengetahuan masyarakat serta dimensi moral. Sehingga literasi media yang disampaikan akan disesuaikan dengan nilai-nilai kebhinekaan yang ada di Indonesia.

Literasi media dapat dilakukan dengan mengenai ciri-ciri berita hoax. Berita hoax dapat diidentifikasi sebab berita hoax kerap mengandung judul yang provokatif. Judul yang provokatif ini digunakan untuk membangun emosi masyarakat untuk membuka informasi tersebut. Berita hoax juga kerap berasal dari situs-situ dengan nama yang mirip dengan situs berita yang telah dianggap kredibel. Selain itu berita hoax tidak disertai dengan fakta dan data pendukung sehingga hanya berupa opini-opini penulis. Hoax juga kerap menggunakan foto yang menipu dan bukan diambil secara langsung. Foto ini digunakan sebagai ilustrasi agar informasi lebih dipercaya walaupun foto dan isi berita terkadang tidak memiliki kesinambungan. Ciri yang terakhir adalah hoax pada umumnya disebarkan oleh platform atau situs yang baru dan tidak memiliki sumber yang jelas (Juliani, 2017).

Literasi media juga dapat dilakukan dengan mengembangkan kemampuan pengguna dalam beberapa hal diantaranya adalah mengembangkan kemampuan menggunakan media, mengembangkan kemampuan interpretasi, mempertimbangkan budaya, mengembangkan kemampuan berinteraksi dan berjejaring (Riyanto & Hastuti, 2017). Hal ini akan membantu masyarakat dalam menjelajah dan mengonsumsi media massa maupun media sosial.

Pembahasan kajian mengenai literasi media dalam kajian ini adalah dengan cara mempraktikkan suatu model literasi media yang didasari oleh nilai-nilai keragaman masyarakat Indonesia yang

berkebhinnekaan (mengutamakan toleransi dan persatuan bangsa) dalam menganalisis informasi palsu (*hoax*) khususnya yang dimuat dalam berita media sosial dan dibagikan atau tersebar melalui media sosial. Upaya untuk mempromosikan nilai-nilai dan karakter kebhinnekaan ini memberi panduan bagaimana masyarakat dapat menjalankan kehidupan berbangsa yang harmonis. Dengan kata lain, menghindarkan saling caci, saling hujat, saling tuduh, bahkan saling meliyankan atau mengkafirkan. Melalui karakter kebhinnekaan akan lahir bentuk kerjasama lintas keragaman dalam membangun bangsa dan negara Indonesia.

Menurut Pasal 4 UU RI No.11 tahun 2016 (edisi revisi) mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik dilaksanakan dengan tujuan untuk: Mencerdaskan kehidupan bangsa sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia; Mengembangkan perdagangan dan perekonomian nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat; Meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan publik; Membuka kesempatan seluas-luasnya kepada setiap orang untuk memajukan pemikiran dan kemampuan di bidang penggunaan dan pemanfaatan Teknologi Informasi seoptimal mungkin dan bertanggung jawab; Dan memberikan rasa aman, keadilan, dan kepastian hukum bagi pengguna dan penyelenggara Teknologi Informasi. Minimnya ruang dialog secara akademis yang bisa dipertanggung jawabkan mengakibatkan dialog bebas tanpa etika di sosial media, minimnya literasi media pada warga kita mengakibatkan kedangkalan pengetahuan dalam bersosial media, jika waktu luang masyarakat kita masih minim dengan membaca maka penyebaran dan penerimaan berita *hoax* akan semakin meningkat. Konteks Pengabdian masyarakat ini akan berbasis literasi digital dan berupaya untuk membuat dialog terbuka namun tetap terarah sehingga edukasi mengenai *hoax* dan literasi tersampaikan dengan baik. Selain itu pengabdian masyarakat ini akan disesuaikan dengan konteks sosial dan budaya di Indonesia.

Metodologi

Pendekatan kualitatif merupakan penelitian

yang bertujuan memahami suatu fenomena yang dialami oleh subjek secara holistic melalui metode ilmiah (Moleong, 2014, p. 7). Metode kualitatif yang bertujuan menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data. Pendekatan kualitatif merupakan tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia, baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya. Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2014, p. 7) mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Jenis metode kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus intrinsik (*intrinsic case studies*). Pendekatan kualitatif dipilih sebab data berupa teks dianggap lebih mampu menggambarkan suatu fenomena lebih lebih rinci dibandingkan dengan data berupa simbol dan angka. Menurut John W. Creswell (2015) studi kasus merupakan strategi penyelidikan, dimana peneliti mengeksplorasi dan memahami secara mendalam terhadap sebagian atau keseluruhan dari program, acara, aktivitas, maupun proses.

TEMUAN DAN DISKUSI

Pada penelitian ini memiliki dua lingkup kemitraan, pertama adalah mitra primer dan mitra sekunder. Mitra Primer merupakan pihak yang memiliki kepentingan dalam penyampaian program kerja terkait dengan penanggulangan *Hoax* yang tersebar di masyarakat. Pihak yang menjadi mitra primer adalah Pemerintah Kota Malang bersama dengan Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kemkominfo) Kota Malang. Pemerintah Kota Malang, Polres Malang (unit penanganan *cyber crime*) dan Kementerian Kominfo menjadi mitra primer karena pihak-pihak tersebut memiliki kepentingan sebagai komunikator dalam penyampaian pesan-pesan melalui program sosialisasi penanggulangan berita *Hoax* yang akan dirumuskan bekerjasama dengan tim pengabdian masyarakat (mulai dari perencanaan pesan hingga pemilihan media/ *media decision*).

Sedangkan mitra sekunder pada kegiatan

pengabdian masyarakat ini adalah warga Kelurahan Rampal Celaket dan SMP Negeri 16 Kota Malang. Alasan tim pengabdian masyarakat memilih warga Kelurahan Rampal Celaket sebagai mitra sekunder adalah mayoritas warganya sudah menggunakan internet secara aktif, baik untuk berkomunikasi secara personal maupun dalam konteks komunitas sehingga kemungkinan untuk bersinggungan dengan berita-berita *hoax* yang muncul khususnya di media internet sangat besar. Selain itu, tim pengabdian masyarakat juga akan bekerjasama dengan SMP Negeri 16 Kota Malang untuk kegiatan tahap selanjutnya. Hal ini dipilih karena pelajar SMP memiliki rentang usia pengguna internet tertinggi yakni sebagai pengguna internet muda. Untuk itu dibutuhkan pendampingan literasi median internet yang berkaitan dengan isu-isu pemberitaan *hoax* dan bagaimana menyikapi hal tersebut bersama dengan mitra primer/mitra utama melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Konten dari program talkshow ini yakni membahas seputar berita yang tidak jelas kebenarannya atau biasa disebut dengan *Hoax*. Acara ini akan dikemas secara santai namun tetap mengutamakan edukasi yang akan disampaikan pada masyarakat. Materi yang dibahas berupa kasus-kasus yang pernah terjadi, peraturan tentang penyebaran berita, literasi media, serta pencegahan terhadap berita-berita *hoax* yang ada di sekitar masyarakat. *Talkshow* akan dikemas secara serius tetapi tetap santai dengan bahasa santai yang digunakan sehari-hari oleh masyarakat, bisa juga diselingi dengan hal lucu yang dilontarkan oleh moderator. Diharapkan penonton menjadi lebih santai sehingga dapat menerima materi dengan lebih mudah pula. Target utama pada acara ini adalah mencerdaskan masyarakat dalam menanggapi berita *hoax* yang tersebar di berbagai media khususnya pada new media seperti internet. Berikut adalah pembagian konten yang akan dijelaskan oleh pemateri:

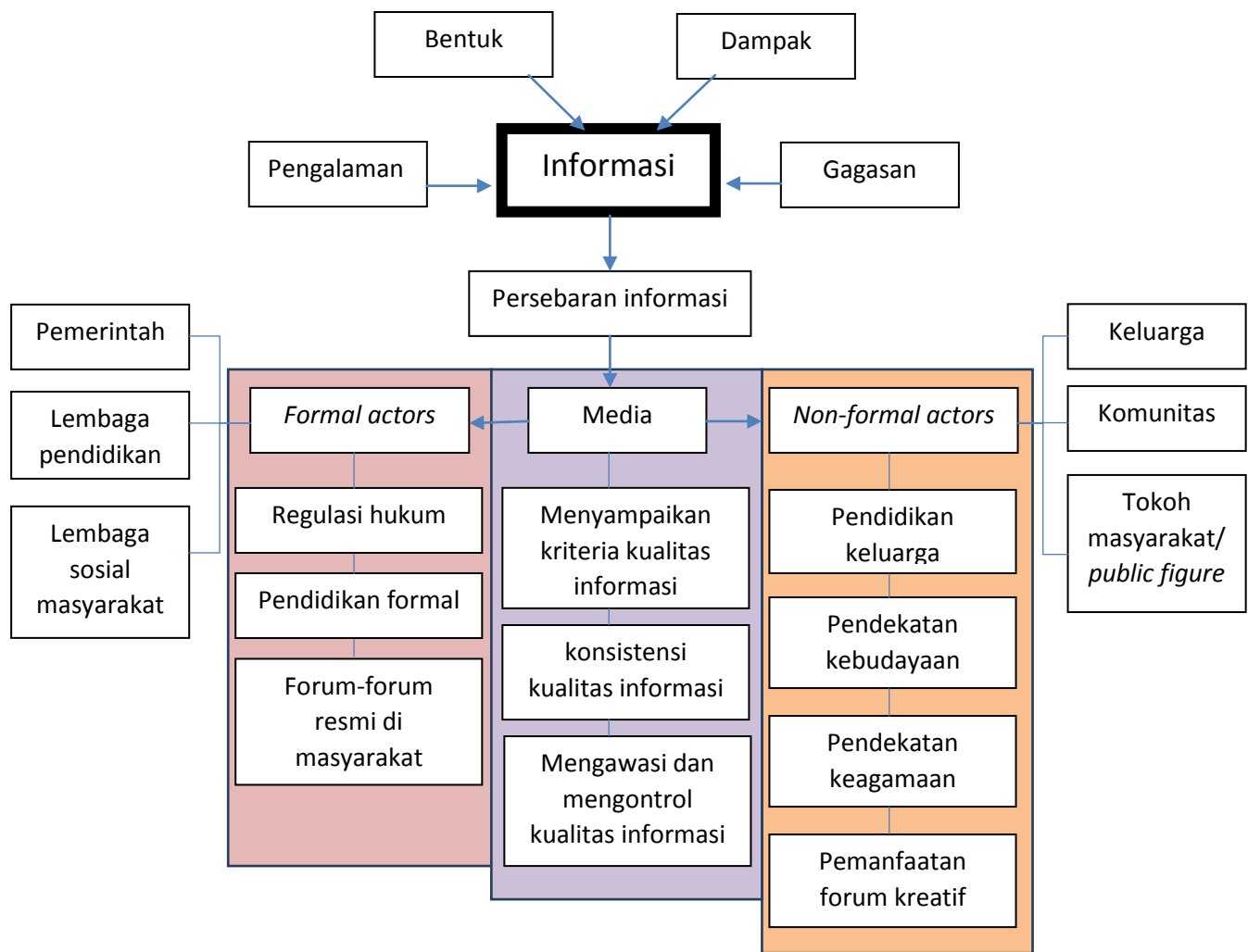
Kasus *hoax* yang sudah terjadi serta dampaknya, contoh kasus tentang berita-berita *hoax* yang pernah beredar akan ditampilkan sebagai bentuk sosialisasi informasi yang akan dibedakan kriteria kontennya dengan berita-berita yang sifatnya fakta. Gambaran umum tentang kasus *hoax* ini

akan disampaikan oleh perwakilan dari pemerintah kota malang atau dari Kementrian Kominfo yang memiliki program sejalan dengan kegiatan pengabdian masyarakat tim pelaksana.

Peraturan penyebaran berita di new media (internet) atau UU ITE. Tim dari Polres Kota Malang khususnya unit penanggulangan *cyber crime* akan memberikan materi tentang dampak dan sanksi hukum terkait memproduksi dan menyebar luaskan berita *hoax* kepada khalayak luas. Pada kegiatan ini, masyarakat tidak hanya diharapkan untuk mampu menyeleksi mana berita yang *hoax* dan tidak, tetapi juga diharapkan mampu menyikapi dengan bijak untuk tidak menyebarkan atau membuat konten *hoax* di media internet setelah mengetahui dampaknya dari sudut pandang hukum yaitu sesuai dengan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang berlaku di Indonesia.

Literasi media internet. Tim Pengabdian Masyarakat akan memberikan materi terkait dengan literasi media internet kepada masyarakat, khususnya bagaimana cara memanfaatkan media internet dengan bijak. Tim pengabdian masyarakat akan diwakili oleh Isma Adila, MA selaku dosen dengan bidang keilmuan Kajian Media pada Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Brawijaya.

Berdasarkan kegiatan yang telah kami lakukan, dapat diperoleh bentuk model pengelolaan literasi yang bisa diterapkan di lingkungan masyarakat (gambar 1). Model literasi terhadap informasi palsu atau *hoax* diawali dengan proses penyusunan komponen-komponen informasi yang berkaitan dengan bentuk *hoax*. Bentuk-bentuk *hoax* seperti contoh *hoax*, maksud *hoax*, dan jenis-jenis *hoax* yang tersebar di masyarakat. Selain itu juga meliputi informasi mengenai dampak yang diperoleh dalam kehidupan sehari-hari, pengalaman, serta gagasan-gagasan penting lainnya berkaitan dengan konteks dan latar belakang komunikator dan komunikan. Komponen pesan tersebut kemudian disampaikan dalam peranan beberapa penyebar informasi yaitu *formal actors*, media, dan *non-formal actors*. Pada kegiatan ini, *Formal actor* diklasifikasikan sebagai lembaga-lembaga pemerintahan yang memiliki peran dalam membangun landasan penanggulangan berita palsu atau *hoax*. Hal ini



Gambar 1. Model Literasi Berbasis Informasi
Sumber: Hasil olahahan penulis, 2018

diwujudkan dalam pengabdian masyarakat ini dengan melibatkan mitra pimer. Mitra Primer yang bekerjasama dengan kami merupakan *formal actor* yang terdiri dari Pemerintah (kementerian maupun dinas-dinas terkait dengan persebaran informasi dan pelayanan masyarakat (seperti: pemerintah daerah, Kementerian Komunikasi dan Informasi, dll), lembaga pendidikan (seperti: Universitas, sekolah menengah tingkat pertama (SMP) maupun Sekolah Menengah lanjutan (SMA dan SMK), dll), serta lembaga social masyarakat (seperti kepolisian, TNI, PKK, dll). Masing-masing dari *formal actors* berperan sebagai komunikator dalam proses literasi masyarakat terhadap informasi palsu. Caranya dimulai dari menentukan regulasi hukum, memberikan sosialisasi nilai melalui system pendidikan formal, serta forum-forum yang

dikemas secara formal atau resmi diberikan khusus kepada masyarakat tertentu.

Selain memanfaatkan peranan komunikator secara formal, kegiatan literasi juga perlu memanfaatkan media. Sebab, media juga dituntut untuk membangun kepercayaan masyarakat melalui kriteria informasi yang berkualitas agar masyarakat dapat menyeleksi informasi yang mereka terima dan memahami jenis perbedaannya dengan berita palsu atau *hoax* yang mudah menyebar. Selain itu, media juga dituntut untuk mampu menjaga konsistensi informasi serta menjalankan fungsi pengawalan dan control terhadap informasi yang beredar di masyarakat. Dalam konteks ini, semua bentuk media dapat melakukan control terhadap konten dan konteks dari masing-masing informasi, baik itu yang beredar di media cetak, radio,

televisi, dan media internet pada khususnya.

Seluruh komponen diatas tidak dapat bekerja secara optimal apabila tidak melibatkan *non-formal actors*. Secara tidak langsung, kami mengklasifikasikan *non-formal actors* melalui mitra sekunder yang telah kami pilih. *Non-formal actors* yang paling dekat untuk dilibatkan dalam literasi *hoax* adalah keluarga. Keluarga merupakan ruang interaksi paling inti dari proses persebaran informasi. Agar mampu menjangkau audiens keluarga yang tepat sasaran, maka pendekatan budaya dan keagamaan dapat menjadi strategi yang bisa dimanfaatkan. Melalui talkshow yang menyajikan pendidikan informatif dengan kemasan konten budaya lokal, masyarakat tertarik dan semakin memahami bagaimana cara agar tidak termakan oleh berita palsu atau *hoax*. Tidak hanya pendekatan kebudayaan, pendekatan secara keagamaan juga dapat menjadi alternatif pengemas konten edukatif untuk mendidik masyarakat.

Pada kegiatan yang kami lakukan, untuk menjangkau masyarakat yang rentang usianya lebih muda, maka dapat dilakukan pendidikan terhadap literasi informasi palsu pada forum-forum kreatif anak muda seperti komunitas seni, karang taruna, dan lain sebagainya untuk melakukan komunikasi dengan audiens-audiens yang lebih muda atau seusianya. Hal ini diharapkan agar proses penyampaian pesan menjadi lebih efektif. Keseimbangan partisipasi dari berbagai komponen masyarakat pada model diatas dapat menjadi acuan bagaimana penerapan pendidikan yang tepat untuk pencegahan persebaran informasi palsu atau *hoax*. Dalam pengembangannya, kekuatan konten dan komunikatorlah yang memiliki peranan penting dalam proses literasi informasi.

SIMPULAN

Peristiwa penyebaran berita *hoax* yang sedang marak terjadi di Indonesia menyebabkan keresahan di masyarakat. Hal ini dapat disikapi oleh para pengguna media sosial agar menjadi warganet yang cerdas dan lebih selektif serta berhati-hati akan segala berita atau pun informasi yang tersebar. Diharapkan pula untuk tidak langsung percaya dari berita atau informasi yang diterima. Cari tahu

darimana sumber berita tersebut dan menggali informasi lebih jauh dari berita atau informasi yang didapat. Jangan mudah terprovokasi dengan menyebarkan kembali berita atau informasi yang belum jelas benar atau tidaknya. Jadilah pengguna media sosial serta masyarakat Indonesia yang cerdas. Pemerintah diharapkan lebih cepat lagi merespon *hoax* yang beredar di masyarakat sehingga dapat meminimalisasi kegaduhan atau keresahan yang terjadi di masyarakat dan Pemerintah harus lebih giat lagi mensosialisasikan UU ITE agar masyarakat lebih paham lagi cara menggunakan media sosial dan internet dengan cerdas dan bijaksana dan kiranya media sosial dan internet digunakan untuk kebaikan hidup dan membaikan kehidupan. Dan masih diperlukan penelitian yang lebih lanjut mengenai penelitian ini.

Target dari kegiatan pengabdian ini adalah masyarakat tercedaskan dalam hal yang disampaikan penerbit yaitu bahaya dan cara pemilahan dari berita-berita yang ada disekitarnya. Masyarakat menjadi lebih peduli terhadap berita-berita yang mereka peroleh melalui media internet, sehingga membentuk pemahaman tentang pentingnya menyeleksi berita yang didapatkan melalui media internet. Berdasarkan kegiatan tersebut, tim pengabdian masyarakat akan memberikan media rancangan berupa booklet tentang literasi *hoax* sebagai panduan dengan konten informasi yang memiliki beberapa tujuan diantaranya adalah membuat warga Malang menjadi peka dan kritis terhadap berita-berita yang ada disekitarnya. Selain itu juga bertujuan membuat masyarakat Malang paham akan pentingnya memilah informasi yang didapat dari berbagai sumber dan sadar akan bahaya yang diakibatkan dari berita yang belum tentu kebenarannya atau berita *hoax*. Tujuan yang terakhir adalah membuat masyarakat mengerti apa sanksi dari membuat serta penyebaran dari berita *hoax*.

Ujaran kebencian kian meningkat jumlahnya di ranah *online*. Bagi masyarakat Indonesia yang plural dampak atas persebaran *hoax* dan ujaran kebencian sungguh mengkhawatirkan. Dengan menggunakan model literasi media sebagaimana yang dikaji dalam studi ini, kita dapat menilai

akurasi dari suatu berita apakah itu palsu (*hoax*) atau tidak dengan membandingkan dengan berbagai sumber berita lainnya. Kasus-kasus yang sudah terjadi sebagai akibat dari menyebarnya *hoax* dan ujaran kebencian seharusnya dapat menjadi pelajaran berharga. Jalan yang ditempuh dalam mengatasi persebaran *hoax* dan ujaran kebencian misalnya dilakukan oleh pemerintah dengan pendekatan struktural melalui regulasi. Selain itu, upaya kultural melalui peningkatan kemampuan literasi media menjadi suatu kebutuhan relevan untuk segera dilakukan dalam rangka mengembangkan keberdayaan *netizen* dalam merespon merebaknya pesan-pesan kebencian di ranah *online* terutama melalui media sosial. *Netizen* yang memiliki kemampuan literasi media cukup tinggi, tak hanya sadar pada etika berkomunikasi saja tetapi juga memiliki keterampilan konstruktif dalam menerima, memproduksi dan membagikan muatan informasi (berita). Melalui model literasi dan edukasi yang dikembangkan ini, informasi dari berbagai peristiwa di belahan bumi mana pun dengan dinamika seperti apa pun tidak lagi ditelan mentah-mentah, melainkan dapat melalui penyaringan atau filter.

Penyikapan secara bijaksana atas berbagai informasi yang beredar, pentingnya kesadaran atas pemanfaatan media sosial yang bisa menghadirkan rasa damai, rasa aman, serta keselamatan di tengah-tengah masyarakat menjadi suatu pesan moral yang penting dalam mengembangkan literasi media bagi publik di Indonesia yang masyarakatnya beragam. Masyarakat sebaiknya menyelidiki benar atau tidak informasi yang akan dibagikannya. Jika tidak benar, apalagi memuat fitnah, hingga anjuran kekerasan, maka informasi itu tak perlu disebarkan. Kalau sumber tidak jelas, tidak terverifikasi, tidak masuk akal dan tidak bermanfaat, maka tidak usah disebarkan.

Di sisi lain, media massa mainstream termasuk media berita *online*, diharapkan tetap mengedepankan kompetensi dan independensi, sekalipun media tersebut berafiliasi dengan kepentingan politik atau ekonomi tertentu. Media boleh saja diperjualbelikan, pemilik silih berganti, tetapi news room harus dipimpin orang yang kompeten dan bermoral dalam mengabdikan kepada

publik luas. Gerakan literasi media menawarkan solusi dalam rangka menghadapi perkembangan new media termasuk media sosial agar terbentuk keseimbangan terutama dalam harmoni di dalam masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, Ana Nadya. 2003. *Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: LESFI.
- Alif, M. I., Triartanto, A. Y., Hardian, A., Kurniawan, F., & Suryanto, A. D. (2018). Literasi Media dalam menanggulangi berita hoax (Studi pada pelajar SMKN 4 Bekasi dan Mahasiswa AKOM BSI, Jakarta). *Jurnal Abdimas BSI*, 1(3), 416-423.
- Armstrong, S. 2008. *Information Literacy: Navigating & Evaluating Today's Media (Second Edition)*. USA: Shell Education
- Art, Silverblatt. 1995. *Media Literacy: Key To Interpreting Media Messages*. USA: Preager
- Creech, K. C. 2007. *Electronic Media Law and Regulation*. Amsterdam, Boston, New York, Paris, Singapore, Sydney, Tokyo, London: Focal Press.
- Creswell, John W. 2015. *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset: Memilih Diantara Lima Pendekatan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Harley, David. 2008. *Common Hoaxes and Chain Letters*. San Diego : ESSET, LLC
- Irving, Clifford and Joe Barrett. 2006. *The Hoax*. Great Britain: Ashland, Or. Blackstone Audio
- Juliani, R. 2017. Media sosial rama sosial vs hoax. *Attanzir*, 8(2), 136-149.
- Mazdalifah. 2011. *Mengembangkan Literasi Media di Perguruan Tinggi*. In D. Herlina, Gerakan Literasi Media Indonesia. Yogyakarta: Rumah Sinema.
- Moleong, L. J. 2014. *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Prasetya, A. B. 2018. Pengembangan Komunikasi Publik dan pariwisata berbasis internet pada website dinas pariwisata pemerintah kota malang. *Wacana*, 17(2), 135-142.

- Potter, W. James. 2008. *Media Literacy 4th Edition*. University of California, Santa Barbara. Los Angeles : Sage Publications.
- Rahadi, D. R. 2017. Perilaku pengguna dan informasi Hoax di media sosial. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(1), 58-70.
- Riyanto, B., & Hastuti, N. H. 2017. Literasi media digital mahasiswa surakarta dalam mensikapi hoax di media sosial. *Transformasi*, 1(33), 27-33.
- Rochimah, Nur dan Junaedi, Fajar. 2013. *Tips Memilih Program Televisi, Internet, Dan Media Massa Yang Tepat Bagi Anak*. Penerbit: Mata Padi Presindo. Yogyakarta.
- Tania, L., Marindra, G., Melissa, Alviyani, V., Risty, I., & Risalina. 2017. Anti hoax campaign: Research based. *Jurnal Ilmiah Psikologi MANASA*, 6(2), 116-126.
- Zamroni, M., & Sukiratnasari. 2011. *KPID DIY Membumikan Literasi Media Bagi Masyarakat di Daerah Istimewa Yogyakarta*. In D. Herlina, Gerakan Literasi Media Indonesia. Yogyakarta: Rumah Sinema.