



Literasi Media sebagai Filter Hoaks di Media Sosial oleh Pelajar di Jakarta

Adinda Arifiah, Ayu Lestari, Muhammad Nur Ichsan
Universitas Siber Asia

Jl. RM Harsono No.1 Ragunan, Ps. Minggu, Jakarta Selatan, (021) 2780-6189
(Adindaarifiah@lecturer.unsia.ac.id)

Abstrak

Para remaja telah terbiasa berdampingan dengan berbagai macam platform media sosial dalam kesehariannya. Di era teknologi informasi ini, keterbukaan informasi sangat cepat meningkat. Kecenderungan informasi atau kabar dari berbagai penjurus dunia sangat mudah didapatkan. Oleh karena itu kegiatan sosialisasi literasi perlu dilakukan kepada remaja untuk menambah pengetahuan mengenai bagaimana seharusnya menggunakan media sosial secara bijak agar memperoleh input sekaligus output yang baik. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan sasaran para siswa SMA YMIK 2 Jakarta dengan alasan domisili dan tempat kegiatan sehari-hari mereka, termasuk kegiatan sekolah, berada di Jakarta yang merupakan ibukota. Selain itu, gempuran informasi di era globalisasi ini sangat kencang menerpa kawasan perkotaan, apalagi ibukota. Dari kegiatan ini para siswa diharapkan dapat lebih selektif ketika menerima dan menyaring informasi yang mereka dapatkan dari media sosial agar tidak terjerumus mempercayai berita bohong atau hoaks. Pengabdian ini dilakukan dengan cara memberikan sosialisasi pengetahuan mengenai cara dan teknik dalam memilah informasi dan berkomunikasi yang baik dan bijak dengan menggunakan media sosial. Hal ini sangat penting dilakukan kepada para siswa karena masih minimnya pengetahuan tentang literasi media padahal mereka setiap hari melakukan aktivitas di media sosial.

Kata Kunci: literasi media, media digital, hoaks, informasi palsu, media sosial

I. PENDAHULUAN

Di era kebebasan informasi, perkembangan media mengalami peningkatan yang signifikan. Perkembangan teknologi ponsel pintar atau *smartphone* merupakan salah satu contoh yang menandai hal tersebut. Seiring dengan teknologi yang semakin maju, cara manusia berkomunikasi pun perlahan berubah. Media komunikasi model lama seperti telepon dan surat bermetamorfosis menjadi media digital yang sangat beragam.

Sejak awal kehadiran media baru atau yang dikenal sebagai media sosial senantiasa mendapatkan sambutan baik dari khalayak. Dengan media sosial, penggunaannya diizinkan untuk melakukan pertukaran informasi dengan sesama pengguna lainnya. Nasrullah memberikan pandangan bahwa media sosial sebagai suatu wadah dalam jejaring internet yang memfasilitasi kemungkinan saling terhubung antara pengguna dengan orang lain untuk berinteraksi, bekerjasama dan lain sebagainya sehingga terbentuk ikatan sosial dalam dimensi virtual. (Gumilar et al, 2017 dan Nasrullah, 2015)

Media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan sebagainya, serta *platform* obrolan seperti *WhatsApp*, *Telegram*, dan lainnya terbukti memberi kemudahan bagi kita untuk memperoleh berita dan informasi dibandingkan akses melalui media konvensional diantaranya televisi, radio, koran dan majalah. Biaya yang relatif lebih murah juga menjadikan media baru sebagai primadona pemuas kebutuhan akan informasi dan komunikasi bagi setiap individu heterogen.

Akan tetapi, kemudahan yang didapatkan tersebut diiringi pula dengan konsekuensi yang besar, baik secara positif maupun negatif. Menurut Baran, media memiliki berbagai macam pengaruh seperti pada elemen budaya. Maka dari itu, kehadiran media dan kecanggihan teknologi saat ini menjadi satu kesatuan yang sulit dipisahkan dalam keseharian masyarakat. Pemakaian media komunikasi ini semakin lama bukan hanya menjadi sekadar kebutuhan sewaktu-waktu, akan tetapi berubah menjadi gaya hidup yang diperlukan sepanjang waktu dalam segala aspek seperti

dunia Pendidikan, bisnis, kegiatan sosial dan lain sebagainya. (Baran, 2011)

Kekuatan media sosial sebagai alat menyebarkan berita dan informasi didukung dengan berbagai hal menarik yang menyebabkan setiap penggunanya merasa nyaman. Pada awal kehadiran media sosial, penggunanya memanfaatkan untuk sekadar berbagi informasi sederhana seperti *update status*, menjalin hubungan dengan kerabat yang jauh, mengunggah foto, dan sebagainya. Namun beberapa tahun belakangan fungsi tersebut bertambah menjadi media penyampaian opini, bahkan sarana menghasut dan mengujarkan kebencian. Lebih jauh lagi, media sosial lama-kelamaan menjadi tempat “berseliweran” informasi-informasi yang tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, atau yang lazim dikenal dengan hoaks (dalam bahasa Inggris: *hoax*).

Hoaks (*hoax*) merupakan berita palsu yang dirancang dan dibuat dengan tujuan memberikan kekeliruan informasi pada khalayak. Terdapat dua motif yang mendorong menyebarnya informasi palsu atau hoaks ini. Pertama yaitu motif uang, berita-berita yang tersebar diproyeksikan sebagai suatu sistem di media sosial yang dapat memberikan keuntungan iklan yang signifikan ketika user meng-klik situsnyanya. Kedua, yaitu motif ideologis. Beberapa pembuat berita palsu berusaha untuk memunculkan hal-hal yang sesuai dengan ideologinya atau pendapatnya demi suatu kepentingan, dengan tersebarnya hoaks maka akan lebih banyak orang yang terpengaruh oleh pendapatnya tersebut. Allcott & Genntzkow, 2017 dan Firmansyah, 2017)

Dengan fitur-fitur yang tersedia seperti suka (*like*), bagikan (*share*), topik hangat (*trending topics*), dan tanda (*hashtag*) menjadikan proses informasi bisa dilakukan dengan sangat cepat melalui media sosial tanpa terbatas ruang dan waktu. Demikian pula hoaks dapat dengan sangat mudah menyebar dengan cepat tanpa penyaringan

sehingga tidak diketahui dari mana asalnya maupun kebenarannya.

Para pakar dan peneliti sampai saat ini masih berupaya membuat pemetaan persebaran hoaks di Indonesia. Salah satunya Ismail Fahmi yang menggunakan sebuah *software* berupaya membuat mapping terkait penyebaran berita palsu (*hoax*) di dunia maya (sosial media). Berdasarkan hasil survei yang telah Fahmi lakukan, terungkap bahwa 92,40% hoaks di Indonesia paling banyak tersebar melalui media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*. Sebanyak 62,80% hoaks tersebar melalui aplikasi obrolan atau *chatting* seperti *WhatsApp*, *Telegram*, *Line*. Di urutan ketiga dengan angka sebanyak 34,90% hoaks tersebar melalui laman situs atau *website*. Riset yang dilakukan Fahmi pada 2017 ini juga menemukan bahwa isu yang paling populer menjadi hoaks yakni seputar sosial politik dengan angka sebesar 91,80%, disusul oleh isu SARA (Suku Agama Ras dan Antar-golongan) dengan angka 88,60%, dan terakhir isu seputar kesehatan. (Fahmi, 2017 dalam Gumilar et al, 2017)

Penggunaan media sosial di tengah masyarakat telah berada pada titik candu, khususnya pada kalangan remaja yang hampir tidak terlepas dalam interaksi dengan berbagai macam platform media sosial. Terkait dengan hal ini, Sekolah Tinggi Sandi Negara (STSN) bersama Yahoo! Berkolaborasi melakukan riset bersama untuk mengetahui penggunaan internet di kalangan remaja. Hasil penelitian menunjukkan, kalangan remaja usia 15-19 tahun mendominasi pengguna internet di Indonesia sebanyak 64%. (Putri et al, 2016)

Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa remaja merupakan pengakses media sosial yang loyal. Apalagi gempuran informasi di era globalisasi ini sangat kencang menerpa kawasan perkotaan, apalagi di ibukota. Maka, peningkatan pengetahuan dan pemahaman remaja mengenai bahaya hoaks ini penting untuk dilakukan dan kami merasa

bertanggung jawab untuk melakukan hal tersebut.

II. METODE PELAKSANAAN

Implementasi kegiatan dilakukan dengan metode *workshop* yang dilakukan dengan menggunakan beberapa bentuk kegiatan yaitu presentasi dengan memberikan materi tentang apa itu hoaks, bahaya yang ditimbulkan, diberikan pengetahuan bagaimana cara memfilter informasi di media sosial. Berikut urutan pelaksanaan kegiatan pengabdian ini:

1. Menentukan materi yang akan dibahas
2. Menentukan peserta
3. Melakukan sosialisasi dan pendekatan kepada pihak sekolah dan calon peserta
4. Menentukan waktu pelaksanaan
5. Mempersiapkan sarana dan prasarana yang memadai terkait pelaksanaan
6. Pelaksanaan kegiatan
7. Evaluasi

Pengabdian masyarakat dilakukan dalam bentuk presentasi dan diskusi. Kegiatan ini diselenggarakan melalui aplikasi *Zoom* karena situasi pandemi yang masih melanda. Pelaksana kegiatan pengabdian memberikan materi dan pengarahan tentang literasi media kepada pada siswa, pelaksana juga memutar video pendek mengenai bahaya berita bohong di media sosial, kemudian diakhiri dengan sesi diskusi dan tanya-jawab.

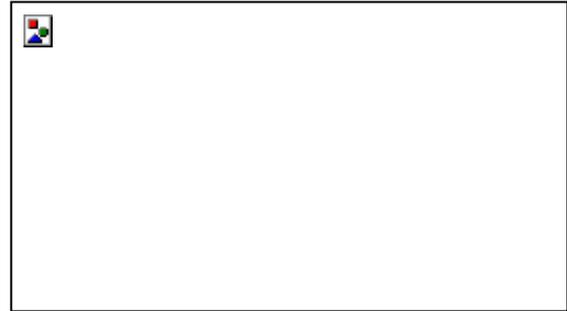
III. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN DAN ANALISA

Kegiatan Pengabdian masyarakat dengan judul “Sosialisasi Media Literasi sebagai Filter Informasi Hoaks di Media Sosial” ini menyasar kepada para remaja, yakni para siswa SMK YMIK Jakarta Barat. Berlandaskan pada pentingnya pemahaman generasi muda sebagai garda terdepan bangsa di masa depan mengenai bahaya hoaks, kegiatan PKM ini dilaksanakan dengan tujuan memberikan pemahaman dan

menggugah kesadaran para remaja demi terciptanya ketenteraman di masa depan.

Secara garis besar pada hari pelaksanaannya, workshop PKM ini dilakukan dengan rincian sebagai berikut. Acara dilaksanakan pada 2 November 2021.

Acara pertama dibuka oleh pembawa acara dari penyelenggara kegiatan.



Gambar 1. Pembukaan oleh MC

Kemudian acara pembukaan dilanjutkan dengan pemberian kata sambutan dari ketua tim pelaksana kegiatan. Dalam sambutan ini ketua tim sekaligus memberikan informasi terkait dengan tema pengabdian kepada masyarakat. Selanjutnya kata sambutan juga diberikan oleh pihak sekolah yang diwakili Wakil Kepala Sekolah.



Gambar 2. Sambutan oleh Wakil Kepala Sekolah SMA YMIK 2 Jakarta

Kegiatan inti diawali dengan pemberian *quiz* terkait literasi media. Kemudian penayangan video pendek mengenai kekuatan media social dan bahaya hoaks yang beredar di masyarakat. Setelah itu

masuk kepada sosialisasi inti yakni presentasi. Pemaparan materi tentang literasi media dilakukan demi menambah pengetahuan dan meningkatkan pemahaman para siswa tentang media sosial, bagaimana menggunakan media sosial secara bijak, serta tips agar terhindar dari hoaks yang beredar di dunia maya. Kegiatan *workshop* dilanjutkan sesi diskusi.

Literasi media adalah pemahaman yang mengajarkan khalayak media (pengguna media) agar mempunyai keterampilan dalam menganalisis pesan media, sehingga kelak khalayak akan mampu memberi respons yang tepat terhadap setiap informasi yang mereka dapatkan dari media tersebut. Menurut Silverblatt, elemen-elemen literasi media meliputi: kesadaran dari pengaruh media yang ditimbulkan terhadap individu maupun sosial. Pemahaman mengenai proses komunikasi massa dan pengembangan strategi untuk menganalisis pesan, adanya kesadaran terkait isi pesan dalam media yang menggambarkan kebudayaan serta diri kita sendiri. Selain itu, mengembangkan kesenangan, pemahaman dan penghargaan terhadap isi media. (Silverblatt, 1995)



Gambar 3. Pemaparan materi utama

Di akhir acara dilakukan pengerjaan *quiz* lagi oleh para siswa untuk mengevaluasi apakah para siswa mengerti dan memahami materi yang dipaparkan, dengan cara membandingkan hasil *quiz* pertama dengan *quiz* kedua yang keduanya berisi pertanyaan yang sama.

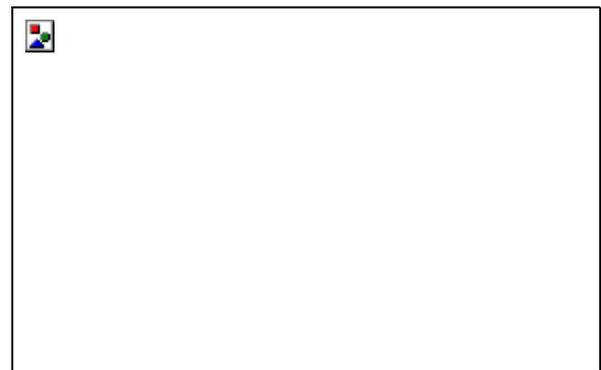


Gambar 4. Penyelenggaraan *quiz*

Pada penutup acara ini juga dibagikan hadiah kepada penanya terbaik dan penjawab terbaik, serta kepada para siswa dengan nilai *quiz* tertinggi.

Pada sesi penutup, pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat juga memperkenalkan mengenai Universitas Siber Asia. Dalam pemaparan ini dipresentasikan profil Universitas Siber Asia, dengan menjelaskan lima program studi yang ada dan kemungkinan siswa SMA YMIK 2 Jakarta untuk kuliah di Universitas Siber Asia, khususnya Prodi PJJ Komunikasi.

Terakhir, acara ditutup dengan penyerahan sertifikat kepada pihak sekolah secara simbolis. Selain itu pembawa acara juga mengumumkan bahwa akan ada sertifikat untuk peserta.



Gambar 5. Sesi foto bersama pelaksana dan peserta

Hasil *workshop* Pengabdian Masyarakat diuraikan dalam point-point seperti berikut:

1. *Workshop* dilaksanakan dengan baik dan lancar. Terselenggaranya pelatihan ini dikarenakan dukungan dari SMA YMIK 2 Jakarta yang menerima secara terbuka tim pengabdian dari Universitas Siber

- Asia, di tengah kepadatan kegiatan siswa/i.
2. Tercapainya tujuan kegiatan *workshop*. Tercapainya tujuan pelatihan adalah dapat terselenggara dan siswa/i secara kognitif mendapatkan bekal literasi media yang diberikan oleh tim pengabdian Universitas Siber Asia.
 3. Tercapainya pemahaman target *audience* atas materi yang disiapkan dan disampaikan sesuai rencana.
 4. Kemampuan target *audience* dalam menerima dan menguasai materi *workshop*.
 5. Target *audience* pada kegiatan *workshop* yaitu siswa/i SMA YMIK 2 Jakarta. Tercapainya jumlah peserta yang mengikuti bersamaan dengan berbagai kegiatan di SMA YMIK 2 Jakarta akhirnya dapat terselenggara, meskipun ada beberapa siswa/i yang terlambat untuk bergabung karena masalah jaringan internet. Target peserta tercapai hampir 100%.

Ketercapaian tujuan pelaksanaan kegiatan *workshop* secara umum sudah baik, walaupun peserta (mahasiswa/i) harus mengatur antara waktu sekolah (daring) dengan kegiatan PKM ini. Hasil pelaksanaan *workshop* PKM menunjukkan para peserta antusias dalam mengikuti kegiatan *workshop*, maka disimpulkan tujuan kegiatan ini tercapai dengan baik. Secara keseluruhan kegiatan di rasa memberikan manfaat.

Terkait dengan hasil *pre-quiz* dan *post-quiz*, nilai siswa/i pada saat *post-quiz* jauh lebih bagus. Hal ini menandakan bahwa siswa/i memperhatikan dan memahami dengan baik materi yang dipaparkan.

Ada antusiasme tersendiri bagi siswa/i yang aktif. Memang tidak semua aktif bertanya, namun semua pertanyaan yang diajukan sangat bagus dan relevan dengan materi yang diberikan. Salah satu pertanyaan yang diajukan yakni bagaimana memanfaatkan media sosial untuk mengajak orang tua dan keluarga agar tidak mudah

terjerumus dan percaya dengan informasi palsu (hoaks).

Setelah acara selesai dilaksanakan, pengabdian memberikan beberapa pertanyaan terkait kesan siswa/i mengenai kebermanfaatn kegiatan yang telah dilakukan. Sebagian besar peserta menganggap kegiatan ini sangat bermanfaat dan perlu diadakan lagi di kemudian hari.

IV. KESIMPULAN

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dihadiri 47 peserta (siswa/i) dari SMA YMIK 2 Jakarta. Penggunaan media sosial tidak bisa dipisahkan dengan keseharian para siswa SMA YMIK 2 Jakarta. Pada pelaksanaan PKM ini terungkap bahwa sebagian besar peserta sangat aktif menggunakan internet dan memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi. Maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan sosialisasi literasi media ini tepat sasaran. Selain itu hasil diskusi dan *quiz* juga menunjukkan bahwa para peserta mendapatkan pengetahuan baru terkait penggunaan media sosial dan kaitannya dengan penyarian informasi palsu. Peserta menunjukkan ketertarikan pada kegiatan ini dengan indikator para peserta menjawab *quiz* dengan baik dan diskusi yang aktif.

Kegiatan PKM ini terbatas hanya dilakukan kepada 47 peserta dari satu sekolah yang sama. Respons para peserta menunjukkan bahwa pengetahuan mereka bertambah setelah mengikuti kegiatan ini. Maka, kegiatan semacam ini perlu dilakukan kepada para remaja lainnya dan dilakukan secara berkala agar para remaja sebagai generasi penerus bangsa bisa *melek media* dan mampu memanfaatkan internet khususnya media sosial dengan baik dan bijak.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada pihak Universitas Siber Asia yang telah memberikan bantuan stimulus serta kepada pihak SMA YMIK 2 Jakarta yakni seluruh guru dan siswa yang

terlibat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, yang telah berpartisipasi aktif dan kooperatif sehingga acara bisa terlaksana dengan baik.

VI. PERNYATAAN TIDAK ADA KONFLIK KEPENTINGAN

Penulis yang terlibat di dalam penulisan ini menyatakan tidak adanya unsur kepentingan apapun dalam penerbitan naskah.

VII. DAFTAR PUSTAKA

- Allcott, H. dan Gentzkow, M. 2017. Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives* Volume 31, Number 2, 211-236.
- Baran, S. J. 2011. *Pengantar Komunikasi Massa Literasi Media dan Budaya*. Jakarta: Salemba Humanika
- Fahmi, I. 2017. Peta dan Tantangan Gerakan Anti- *Hoax* di Indonesia. <https://www.slideshare.net/IsmailFahmi3/peta-dan-tantangan-gerakan-anti-hoax-di-Indonesia>
- Firmansyah, R. 2017. Web Klarifikasi Berita Untuk Meminimalisir Penyebaran Berita Hoax. *Jurnal Informatika*, Vol.4 No.2 September 2017, pp. 230~235.
- Gumilar, G., Adiprasetyo, J., Maharani, N. 2017. *Literasi Media: Cerdas Menggunakan Media Sosial Dalam Menanggulangi Berita Palsu (Hoax) Oleh Siswa SMA*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol. 1, No. 1, Februari 2017: 35 – 40.
- Nasrullah, R. 2015. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Putri, W. S., Nurwati, R. N., S. Meilanny Budiarti. 2016. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. *Prosiding KS: Riset & PKM* Vol. 3 No. 1. <http://jurnal.unpad.ac.id/prosiding/article/view/13625>
- Silverblatt, A. (1995). *Media Literacy: Keys to Interpreting Media Messages*. London: Praeger.