

GERAKAN MASYARAKAT RT 11 MRICAN ANTI-HOAX DALAM BERSOSIAL MEDIA

Sanny Pestari Dewi¹⁾, Franklyn Josua Wohel²⁾

¹⁾ Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas AMIKOM Yogyakarta

²⁾ Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas AMIKOM Yogyakarta

Email : sanny.pestari.dewi@amikom.ac.id¹⁾, lyanwohel@gmail.com²⁾

Abstrak

Kemudahan akses informasi yang diberikan sosial media menimbulkan masalah-masalah baru dalam masyarakat. Salah satu permasalahan yang muncul dari sosial media adalah penyebaran informasi Hoax melalui sosial media. Informasi Hoax dari sosial media tersiar ke berbagai lapisan masyarakat, bahkan penyebaran informasi Hoax ini menjadi salah satu permasalahan yang dihadapi masyarakat RT 11 Mrican, Desa Caturtunggal, Sleman. Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan bahaya dan bentuk-bentuk informasi Hoax. Selain itu, pelatihan pengetahuan tentang literasi media ini diharapkan dapat membekali pengetahuan masyarakat mengenai teknik penyaringan informasi dari sosial media. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah dengan memberikan materi dan membantu kampanye anti-Hoax dalam sosial media. Hasil dari pengabdian ini memperlihatkan ibu-ibu RT 11 Mrican mulai menyadari bahaya Hoax dan cara identifikasi informasi Hoax di sosial media. Kelompok ibu RT 11 Mrican menjadi agen perubahan dari tingkat rumah untuk meningkatkan kapasitas individu dalam literasi media.

Kata kunci : Hoax, Media Sosial, Gerakan Masyarakat.

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi dan komunikasi saat ini telah membawa kemudahan dalam mengakses informasi secara cepat tanpa batas ruang dan waktu. Setiap orang dengan sangat mudah menerima sebuah berita atau informasi tanpa sebuah penyaringan informasi yang akurat, terutama melalui sosail media. Indonesia merupakan salah satu negara dengan pengguna sosial media cukup besar. Hal ini tergambar dari hasil survey tahun 2017 menunjukkan 87,13% penduduk Indonesia memanfaatkan internet untuk bersosial media [1].

Banyaknya pengguna sosial media di Indonesia memberikan manfaat pada proses peralihan masyarakat yang tradisional ke masyarakat yang modern, salah satunya untuk mentransfer informasi pembangunan yang menjadi program pemerintah kepada masyarakat luas. Masyarakat juga dapat memberikan output secara langsung kepada pemerintah tentang pelayanan yang diterima. [2]. Keberadaan sosial media juga membantu setiap

individu untuk menjalin komunikasi lebih intens kepada individu ataupun kelompoknya bahkan diluar batas wilayahnya. Sosial media mengakomodasi keterbatasan jarak untuk berkomunikasi menjadi tanpa adanya batasan jarak dan waktu. Di era internet saat ini, masyarakat diberi kebebasan menyampaikan pendapat atau opininya dan semakin mendapatkan kemudahan dengan adanya sosial media yang membuat ruang bagi setiap orang untuk berpendapat dan diketahui khalayak umum, tidak hanya dalam negeri, bahkan sampai masyarakat internasional.

Pada kenyataannya kemudahan akses informasi yang diberikan sosial media menimbulkan masalah-masalah baru dalam masyarakat. Kebebasan beropini melalui sosial tanpa adanya budaya dan etika hanya akan membawa konsekuensi hukum dan menimbulkan asumsi-asumsi tidak wajar hingga konflik dalam masyarakat. [3]. Permasalahan lainnya yang timbul dari penggunaan sosial media adalah maraknya penyebaran berita ataupun informasi hoax di kalangan masyarakat [2]. Sifat dari sosial media yang menyebarkan berita secara cepat dan real-time,

terlepas dari kredibilitas informasi, menjadi salah satu kendala terkait akurasi informasi yang disebarluaskan.[4] Hal ini yang menyebabkan munculnya informasi Hoax dari sosial media kemudian tersiar ke berbagai lapisan masyarakat, bahkan penyebaran informasi Hoax ini menjadi salah satu permasalahan yang dihadapi masyarakat RT 11 Mrican, Desa Caturtunggal, Sleman.

Lokasi RT 11 Mrican yang berada ditengah pemukiman padat penduduk dan termasuk kawasan modern di Yogyakarta membuat masyarakat di RT ini aktif dalam penggunaan sosial media. Hampir di setiap rumah pada kawasan ini memiliki smartphone dan menggunakan aplikasi sosial media seperti *Whatsapp* dan *Facebook*, mulai dari kalangan muda dan tua. Kebanyakan dari kalangan muda menambah aktivitas mereka di sosial media melalui aplikasi Instagram. Berbeda dengan kalangan muda yang menambah penggunaan Instagram sebagai salah satu sosial media mereka, kalangan bapak-bapak dan ibu-ibu di wilayah ini lebih sering memakai *Whatsapp* dan *Facebook* sebagai sosial media mereka, sebab alasan utamanya adalah keterbatasan pengetahuan mereka akan tata cara penggunaan aplikasi sosial media lainnya.

Kelompok bapak-ibu di RT 11 Mrican juga menambahkan bahwa kebanyakan dari mereka masih awam dalam menggunakan *smartphone* sehingga akses informasi yang mereka dapat hanya melalui dua jejaring sosial tersebut. Oleh karenanya, mereka merasa kemudahan informasi yang didapat merupakan suatu hal yang dapat dipercaya sebab dapat diakses pada waktu yang real-time. Dari kepercayaan tersebut, selanjutnya kelompok bapak-ibu ini dengan mudahnya membagi informasi yang mereka terima melalui sosial media tersebut kepada orang lain dan aplikasi seperti *Whatsapp* dan *Facebook* sangat mendukung mereka untuk menyiarkannya ke setiap orang tanpa mengkonfirmasi terlebih dahulu kebenaran informasi tersebut ataupun menyaring sebelumnya dari informasi yang disebarluaskan. Sedangkan, masyarakat sendiri belum memiliki kesadaran akan literasi media sosial sehingga beranggapan bahwa setiap informasi yang ada dalam sosial media sepenuhnya adalah benar. Kondisi yang tergambar diatas menyebabkan beredarnya berita Hoax dengan mudahnya di kalangan masyarakat RT 11 Mrican.

Berdasarkan situasi yang tergambar diatas, maka terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi masyarakat RT 11 Mrican dalam bersosial media yaitu minimnya literasi media social dan masih belum adanya kesadaran masyarakat tentang konsekuensi dari penyebaran berita Hoax. Oleh karena itu, pengabdian masyarakat yang dilakukan di RT 11 Mrican adalah pelatihan dan pembentukan gerakan kampanye masyarakat anti-Hoax di wilayah tersebut. Tujuan dari kegiatan tersebut diharapkan dapat memberikan pengetahuan terkait literasi media kepada masyarakat dan meningkatkan kesadaran masyarakat untuk dapat mengkampanyekan sebuah gerakan masyarakat bijak dalam bersosial media.

2. METODE PELAKSANAAN

Dalam mencapai tujuan untuk meningkatkan kesadaran literasi media social dan kampanye bijak bersosial media di masyarakat RT 11 Mrican maka pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu :

1. Tim mengadakan survei awal dan sosialisasi dengan mitra pengabdian untuk mengetahui dan memahami lebih lanjut masalah yang dialami oleh mitra.
2. Tim mempersiapkan materi terkait literasi media yang disesuaikan dengan karakteristik masyarakat RT 11 Mrican sehingga mudah dipahami oleh responden.
3. Tim merancang contoh bentuk kampanye bijak bersosial media yang menjadi awal kesadaran dari masyarakat RT 11 Mrican
4. Tim melaksanakan *sharing session* tentang literasi media sosial kepada masyarakat RT 11 Mrican.
5. Tim memberikan poster tentang cara menyaring informasi di sosial media sebagai bentuk awal kampanye masyarakat RT 11 Mrican dalam bijak bersosial media
6. Evaluasi dan pembuatan laporan.

Pelaksanaan kegiatan diatas menggunakan metode pendekatan orang dewasa (POD). Pendekatan ini biasa diartikan sebagai proses belajar yang dilakukan seseorang untuk menjalankan peran dari status sosialnya dan upaya untuk mencapai perubahan dalam aspek pengetahuan, sikap, nilai atau ketrampilan [5]. Oleh karenanya, kegiatan yang

dilakukan secara partisipatif dengan ceramah dan diskusi kelompok yang disesuaikan dengan kondisi responden di lokasi pengabdian, Target awal dari kegiatan ini adalah ibu-ibu RT 11 Mrican sebagai salah satu komunitas aktif yang sering berkegiatan di lingkungan RT sampai ke tingkat provinsi, selain itu ibu-ibu RT 11 Mrican ini sering menggunakan media sosial sebagai wadah komunikasi untuk kegiatan RT serta informasi seputar kondisi terkini di wilayah RT 11 Mrican dan sekitarnya. Komunitas ibu-ibu RT 11 Mrican ini dapat dilihat sebagai suatu entitas kecil dari gerakan masyarakat yang dimulai dari keluarga kemudian diharapkan dapat menyebarluas ke wilayah sekitarnya.

3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Sebelum pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan pertemuan dengan ibu-ibu RT 11 Mrican untuk melakukan *brainstorming* mengenai pengetahuan awal mereka tentang media sosial. Dari pertemuan awal diketahui bahwa aktivitas komunikasi dan penyebaran informasi terkait kegiatan kampung disebarkan melalui media sosial yaitu grup *Whatsapp*. Kelompok ibu-ibu RT 11 Mrican hamper seluruhnya memiliki media sosial *Whatsapp*, meskipun aktivitas mereka pada media sosial tersebut sebatas membalas pesan dan melihat informasi. Selain itu, kelompok ini juga masih tidak memiliki pengetahuan tentang literasi media sosial. Menurut Kotler dan Keller, media sosial diartikan sebagai media berbagi teks, gambar, suara, dan video informasi baik dengan orang lain atau perusahaan yang dipakai oleh konsumen [2]. Sosialisasi awal menemukan bahwa hampir seluruh ibu-ibu RT 11 Mrican pernah menyebarluaskan pesan berantai dari grup *Whatsapp* tanpa menilik kembali isi dari informasi tersebut. Media sosial sendiri terbagi dalam enam jenis yakni : *collaborative project* (media yang berisi konten dimana setiap orang dapat mengakses isi konten tersebut dan sifatnya tentang informasi tertentu, terlepas dari validitas isi konten tersebut, seperti, Wikipedia), *blogs and microblogs* (aplikasi ini digunakan untuk menulis secara rinci tentang berita, opini, pengalaman atau kegiatan sehari-hari yang dapat disisipkan dengan foto, video, atau gabungan anatara teks, gambar dan video, seperti, blogspot), *content communities* (media ini digunakan untuk berbagi video atau foto kepada pengguna lainnya baik langsung maupun tidak

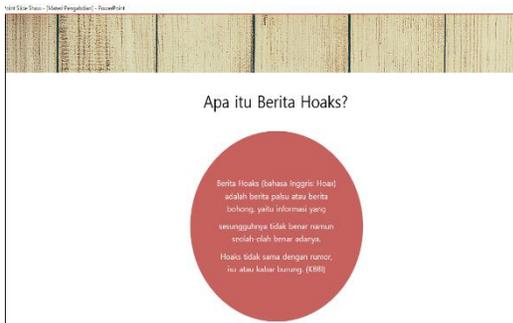
langsung, seperti, youtube), *social networking site* (jenis aplikasi ini dipakai pengguna internet untuk menghubungkannya dengan pengguna lainnya secara personal, contohnya line), *virtual game worlds* (media ini digunakan bermain secara simultan oleh para *gamers* atau pemain game dengan ratusan pemain diberbagai belahan dunia), *virtual social worlds* (media yang dipakai untuk berinteraksi dengan platform tiga dimensi seperti simulasi kehidupan nyata)[2]. Berdasarkan jenisnya, *Whatsapp* termasuk ke dalam *social networking site* sebab karakteristik *Whatsapp* menunjukkan fungsinya sebagai media untuk interaksi berupa teks, gambar, dan video kepada pengguna lain secara personal. Oleh karena itu, informasi dengan mudah berkembang pesat melalui media sosial ini karena sifatnya tersebar secara langsung kepada pengguna lainnya.



Gambar 1. Sosialisasi Awal bersama Ibu Ketua RT 11 Mrican

Berdasarkan sosialisasi awal ditemukan bahwa karakteristik kelompok RT 11 Mrican merupakan sebuah kelompok ibu-ibu yang aktif berkumpul dan memiliki kegiatan rutin dalam pengembangan desa. Kelompok ini terdiri dari usia 30 tahun sampai dengan 50 tahun keatas. Namun, seluruh informasi kegiatan disebarluaskan melalui media sosial *Whatsapp*, sehingga anggota yang berumur 50 tahun keatas juga memiliki akun media sosial *Whatsapp*. Dengan demikian, mereka dituntut untuk memanfaatkan media sosial sebagai komunikasi sehari-hari, meskipun mereka tidak mengetahui cara untuk menyaring informasi yang mereka dapat dari media sosial tersebut. Oleh sebab itu, materi literasi media yang diberikan kepada kelompok masyarakat ini lebih mengarah kepada komunikasi sehari-hari terkait berita HOAX melalui media sosial *Whatsapp* dengan bahasa yang mudah dipahami bagi orang

awam sebab tidak semua dari anggota RT 11 Mrican menempuh pendidikan hingga ke bangku perkuliahan, sebagian besar dari mereka merupakan ibu rumah tangga yang menyelesaikan pendidikan hanya sampai pada tahapan sekolah menengah atas (SMA). Materi disajikan secara singkat dan padat namun menarik agar ibu-ibu mudah mengingatnya dan tertarik untuk mengkampanyekan bijak bersosial media dimulai dari rumah mereka sendiri.



Gambar 2. Materi Kegiatan tentang HOAX



Gambar 3. Materi tentang penangkal HOAX bersosial media

Selanjutnya, materi diatas disampaikan oleh pakar dalam literasi media yaitu salah satu dosen ilmu komunikasi Universitas AMIKOM Yogyakarta dimana penyampaian materi dilakukan secara interaktif. Metode ceramah dilakukan sekitar 15 menit kemudian dilanjutkan dengan diskusi berdasarkan pengalaman peserta dalam bersosial media setiap harinya. Peserta juga diminta untuk membedakan informasi asli dan HOAX setelah sesi diskusi dan tanya jawab sehingga mereka mudah mengingat kembali tahapan yang harus dilakukan dalam menyaring informasi dari grup-grup *Whatsapp* mereka. Jenis informasi HOAX yang sering beredar di masyarakat RT 11 Mrican adalah *fake news* dan *clickbait*. *Fake news* merupakan berita yang berisikan informasi palsu untuk menghilangkan

fakta dari informasi tersebut biasanya akan dicantumkan hal-hal yang tidak benar dan teori konspirasi. *Clickbait* adalah berita dengan judul yang hiperbolis sehingga menarik orang untuk masuk ke situs tersebut namun berisikan informasi yang tidak sesuai dengan judul dan gambar yang ditampilkan pada awalnya [2]. Hasil kegiatan ini menunjukkan peserta sudah mulai memahami prosedur penyaringan informasi yang benar dan meningkatkan kesadaran untuk tidak menyebarkan informasi tanpa menelaah isinya terlebih dahulu. Berdasarkan psikologis, pengguna lebih cenderung percaya terhadap informasi HOAX dikarenakan informasinya sesuai dengan opini atau sikap yang dimiliki [6]. Selain itu dijelaskan juga kepada ibu-ibu bahwa informasi HOAX menyebar memiliki motif atau tujuan tersendiri seperti untuk membuat opini publik, menggiring opini public, membentuk persepsi, atau sekedar menguji kecerdasan dan kecermatan pengguna media sosial. Secara garis besar diketahui bahwa tujuan kebanyakan pelaku penyebar HOAX adalah sekedar iseng, kampanye gelap, atau promosi yang berujung pada penipuan [3]. Intinya, pelaku HOAX memiliki motif untuk mencari keuntungan bagi dirinya dari informasi bohong yang disebarluaskannya. Oleh sebab itu, ibu-ibu RT 11 Mrican dibekali pengetahuan untuk menganalisa informasi yang mereka terima. Kemudian, mereka dapat membagi pengetahuannya tentang informasi HOAX kepada anggota keluarganya di rumah.



Gambar 4. Seminar Literasi Media kepada masyarakat RT 11 Mrican

Menurut Lazer, terdapat dua cara yang bisa dilakukan secara simultan untuk menanggulangi HOAX, yakni : individu dibekali kemampuan untuk mengidentifikasi dan meminimalisir penyebaran

Hoax, serta melakukan intervensi kepada perusahaan penyedia platform media sosial [7]. Kegiatan seminar literasi media adalah salah satu cara untuk meningkatkan kemampuan individu dalam mengidentifikasi Hoax, selain itu pemberian poster berupa *soft file* dan *hard file* tentang prosedur menyaring informasi di media sosial menjadi cara pengingat bagi masyarakat RT 11 Mrican serta wadah untuk mengkampanyekan bijak bersosial media di rumah dan juga lingkungan sekitarnya. Poster tersebut ditempelkan di papan pengumuman balai RW Mrican sehingga setiap kali pertemuan RT maupun RW Mrican dapat mengetahui metode identifikasi informasi di sosial media sekaligus kampanye anti-Hoax di wilayah Mrican. Poster *Soft file* digunakan sebagai bentuk kampanye dari grup *Whatsapp* yang dimiliki oleh ibu-ibu RT 11 Mrican agar kampanye anti-Hoax juga dilakukan melalui media sosial secara langsung.



Gambar 5. Penyerahan Poster Anti-Hoax kepada Ketua RT 11 Mrican

Hambatan dari pelaksanaan kegiatan ini adalah sebagian dari anggota masyarakat merupakan ibu-ibu yang sudah berumur diatas 50 tahun keatas sehingga dalam hal penyampaian materi dan diskusi harus lebih sederhana dan memakai bahasa jawa yang sangat halus dikarenakan beberapa dari anggota tidak memahami bahasa Indonesia. Solusi yang diambil adalah memberikan penjelasan yang lebih sederhana dan menggunakan bahasa sehari-hari mereka. Selain itu, partisipasi masyarakat terkait kesadaran akan jenis berita Hoax atau contoh Hoax masih sangat bias. Oleh karena contoh-contoh kasus yang diberikan ketika diskusi adalah masalah-masalah atau informasi dari kehidupan sehari-hari. Masalah-masalah yang dihadapi saat di lapangan tersebut sudah dipetakan dari awal oleh tim pengabdian, sehingga ketika acara berlangsung dapat

teratasi dengan baik. Pemetaan karakteristik masyarakat yang dilakukan pada saat sosialisasi membantu tim pengabdian mengatasi kendala saat pelaksanaan kegiatan. Faktor pendorong berhasilnya kegiatan ini adalah partisipasi ibu-ibu RT 11 Mrican yang cukup aktif dalam kegiatan serta kesadaran mereka tentang pentingnya masalah Hoax di kalangan masyarakat. Disisi lain, momentum pelaksanaan kegiatan yang masih berada pada suasana selesai pemilihan umum dan terdapat kasus Hoax yang dilakukan salah tokoh masyarakat di Indonesia hingga menimbulkan sebuah masalah menjadi salah satu faktor peningkatan partisipasi ibu-ibu RT 11 Mrican terhadap masalah Hoax di media sosial.

Kegiatan ini menghasilkan pengetahuan kepada masyarakat RT 11 Mrican, khususnya ibu-ibu untuk lebih teliti dalam memilih informasi dan mendorong ibu-ibu untuk bergerak sebagai pahlawan anti-Hoax di wilayah tersebut. Poster yang diberikan juga menjadi pengingat kepada ibu-ibu RT 11 Mrican untuk selalu memilah informasi yang akan disebarluaskan melalui grup *Whatsapp*.

4. KESIMPULAN

Penyebaran informasi Hoax dapat dicegah melalui peningkatan kemampuan masyarakat dalam literasi media. Entitas paling kecil dimulai dari rumah dapat dilakukan sebagai langkah awal menangkal Hoax. Ibu-ibu RT 11 Mrican menunjukkan bahwa pengetahuan literasi media kepada mereka dapat disebarluaskan dan dikampanyekan mulai dari anggota keluarga di rumah sampai ke lingkungan sekitar mereka. Partisipasi aktif dari anggota kelompok RT 11 Mrican selama kegiatan memperlihatkan antusiasme dari ibu-ibu tersebut untuk meningkatkan kapasitas diri dalam mengidentifikasi informasi Hoax. Kemajuan teknologi tidak bisa dielakkan bagi setiap kalangan baik muda ataupun tua. Namun, masyarakat di Indonesia masih rendah akan pengetahuan literasi media sehingga dibutuhkan kampanye dimulai dari rumah untuk menyebarluaskan metode penyaringan informasi Hoax tersebut. Ibu-ibu adalah agen perubahan paling efektif untuk meningkatkan kapasitas individu dalam bersosial media. Ketika masih sulitnya untuk mengenalkan literasi media ke dalam institusi pendidikan, maka solusi lainnya

adalah memberikan pengetahuan tentang literasi media ini kepada masyarakat dari entitas terkecil yaitu rumah. Diharapkan dengan adanya pengetahuan dari rumah dapat membawa pengetahuan lanjutan kepada lingkungan sekitar lainnya, mulai dari institusi pendidikan, kampung, dan lingkup yang lebih besar lainnya. Sehingga, penyebaran berita Hoax yang marak terjadi di media sosial dapat diantisipasi sebab untuk membuat perubahan dari sisi perusahaan media merupakan tugas yang hanya bisa dilakukan oleh pemangku kebijakan. Oleh karena itu, perubahan dapat dilakukan dimulai dari masyarakat kemudian bisa meningkatkan ke pihak pemerintah dan swasta. Indonesia yang masih baru akan kemajuan teknologi, akhirnya dapat beradaptasi dan tidak mudah terpapar oleh berita Hoax.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak yang terlibat membantu berjalannya kegiatan ini yaitu :

- 1) Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas AMIKOM Yogyakarta sebagai pemberi hibah kegiatan pengabdian masyarakat ini\
- 2) Ibu RT 11 Mrican sebagai ketua gerakan masyarakat anti-Hoax
- 3) Seluruh anggota RT 11 Mrican atas partisipasinya dalam kegiatan

Dan berbagai pihak lainnya yang turut membantu pelaksanaan pengabdian masyarakat ini.

Daftar Pustaka

- [1] Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 4 April 2019, Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia, diakses
- [2] Rahadi, Dedi Rianto., 2017, Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax di Media Sosial, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.5, No.1. [3]
- [3] Sutantohadi, Alief.,Rokhimatul, Wakhidah, 2017, Bahaya Berita Hoax dan Ujaran Kebencian Pada Media Sosial Terhadap Toleransi Bermasyarakat, Vol.1, No.1.
- [4] Alzanin, Samah M., Aqil, M.Azmi., 2018, Detecting Rumors in Social Media : a Survey, The 4th International Conference on Arabic Computational Linguistic.
- [5] Darkenwald, Gordon G.,& Meriam, Sharton B.,1982, Adult education : foundations of practice, New York : Harper & Row.
- [6] Respati, S. ,2017, Mengapa Banyak Orang Mudah Percaya Berita “Hoax”? *Kompas.com*. diakses <http://nasional.kompas.com/read/2017/01/23/18181951/mengapa.banyak.orang.mudah.percaya.berita.hoax>.
- [7] Rahmawan. Detta., S. Kunto Adi Wibowo, Eni Maryani, 2018, Pelatihan Literasi Media Sosial Terkait Penanggulangan Hoaks bagi Siswa SMA di Kabupaten Bandung Barat, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Padjajaran, Vol. 2, No.12.