

SOSIALISASI LITERASI MEDIA DIGITAL KEPADA SISWA SMA SANGAT DIPERLUKAN

* Suhartono Chandra | * Ignatius Roni Setyawan

Editor: Frangky Selamat

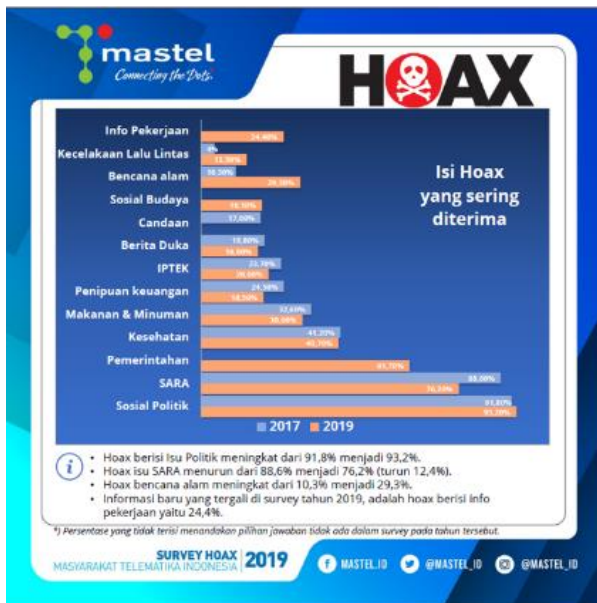
Dalam sebuah diskusi awal bersama Kepala SMA Atisa Dipamkara dengan tujuan menggali kebutuhan siswa-siswi sekolah yang dipimpinnya terungkap keprihatinannya terhadap maraknya *hoax* yang bertebaran setiap hari. *“Kita saja yang dewasa kadang masih sulit membedakan suatu berita apakah hoax atau bukan, bagaimana dengan siswa SMA?”*, demikian ungkap Kepala SMA Atisa Dipamkara di Tangerang Dedy Mulyadi, S.Kom., M.Pd. Beliau menaruh perhatian pada persoalan bagaimana siswa dapat dibekali pengetahuan agar lebih cerdas dalam mengenali dan menangkal berita palsu sehingga tidak latah ikut menyebarkannya dan dapat memutus rantai penyebaran *hoax*.



Gambar 1. Peneliti bersama Kepala SMA Atisa Dipamkara

Berita palsu (*fake news/hoax*) sudah menjadi sebuah wabah. Wabah adalah penyakit menular yang berjangkit dengan cepat, menyerang sejumlah besar orang di daerah yang luas. *Hoax* adalah penyakit yang berbahaya dan saat ini telah menjangkiti masyarakat luas. Banyak artikel ilmiah dengan kata kunci *fake news/hoax* mengaitkannya dengan hajatan politik pada pemilihan presiden 2014 dan 2019, serta pemilihan kepala daerah pada 2017. Tidak hanya di Indonesia, artikel ilmiah

yang terbit di luar Indonesia juga cukup banyak yang membahas *fake news/hoax* yang terkait dengan keputusan Inggris Raya dari Uni Eropa yang dikenal dengan kata Brexit dan pemilihan presiden Amerika Serikat pada tahun 2016.



Isi *hoax* sangat beragam. Menurut hasil Survei Wabah Hoax Nasional 2019 yang diselenggarakan Masyarakat Telematika Indonesia (MASTEL) lima macam isi *hoax* yang paling sering muncul adalah berita seputar sosial politik, isu SARA, pemerintahan, bencana alam, dan info pekerjaan. Survei tersebut juga mengungkapkan sebanyak 1% responden ketika menerima *hoax* langsung ikut menyebarkannya dengan alasan berita diperoleh dari orang yang dapat dipercaya, mengira bermanfaat, mengira berita tersebut benar, ingin menjadi yang pertama memberitahu, dan iseng meneruskan agar heboh. Bentuk *hoax* berkembang dari bentuk sederhana menjadi lebih beragam (dengan menggunakan berbagai aplikasi editing foto dan video) sehingga lebih sulit dikenali. *Hoax* berbentuk tulisan masih yang terbanyak

meneruskan agar heboh. Bentuk *hoax* berkembang dari bentuk sederhana menjadi lebih beragam (dengan menggunakan berbagai aplikasi editing foto dan video) sehingga lebih sulit dikenali. *Hoax* berbentuk tulisan masih yang terbanyak

Definisi *hoax* menurut Allcott dan Gentzkow (2017) adalah “*news articles that are intentionally and verifiably false, and could mislead readers.*” *Hoax* adalah berita yang dibuat dengan sengaja dan direkayasa untuk menutupi informasi sebenarnya serta menyesatkan pembaca. Saat ini kita hidup di era *post-truth*. Kamus Oxford mendefinisikan *post-truth* sebagai kondisi di mana fakta tidak terlalu berpengaruh terhadap pembentukan opini masyarakat dibandingkan dengan emosi dan keyakinan personal.

Hoax banyak disebarluaskan melalui internet dan media sosial, antara lain; situs-situs tertentu, *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *YouTube*, dan aplikasi pesan seperti *Whatsapp*, *Line*, atau *Telegram*. Hal tersebut menciptakan sebuah situasi dimana *platform* media sosial sebagai media baru (*new media*) menjadi sumber utama orang membaca berita. Hal tersebut dapat terjadi karena adanya

filter bubble dan *echo chamber*. Kedua fenomena tersebut memiliki kemiripan, namun berbeda. C. Thi Nguyen, seorang profesor di bidang filosofi di Universitas Utah, Amerika Serikat menjelaskan perbedaan keduanya secara sederhana. Orang-orang yang berada di dalam *filter bubble* tidak terekspose kepada orang-orang yang memiliki pandangan yang berbeda. Fenomena *echo chamber* mengacu pada situasi dimana kepercayaan seseorang diperkuat oleh komunikasi dan repetisi dalam sebuah sistem tertutup dan terisolasi dari penolakan/bantahan. *Echo chamber* akan meningkatkan polarisasi sosial dan politik serta ekstremisme karena menyuburkan intoleransi sebagai bibit radikalisme. *Filter bubble* dibentuk oleh algoritma media sosial yang mengarahkan seseorang dengan hal-hal yang disukainya, termasuk berita, sosok, kelompok, dan lain-lain. Eli Pariser melalui bukunya, *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*, yang terbit pada 2011 berpendapat bahwa *filter bubble* adalah faktor penting dalam semakin berpengaruhnya *hoax/fake news*, dan ujaran kebencian (*hate speech*).

Situasi bertambah pelik mengingat pengaruh media sosial yang semakin kuat. WeAreSocial dan Hootsuite melansir data per Januari 2021 pengguna internet di Indonesia mencapai 202 juta dan hampir seluruhnya mengakses melalui telepon seluler. Jumlah pengguna aktif media sosial mencapai 170 juta. Dengan kata lain mereka dapat mengakses internet sepanjang waktu dimanapun mereka berada. Dari total pengguna media sosial berusia 13 hingga 65 tahun, satu dari delapan pengguna adalah remaja berusia 13-17 tahun yang merupakan usia siswa SMA. Data di atas mengungkapkan bahwa siswa SMA termasuk rentan terpapar *hoax* sementara rentang usia itu merupakan masa-masa mencari identitas diri dan membentuk kelompok sosial.

Pemerintah sudah melakukan langkah-langkah untuk menanggulangi *hoax*, fitnah, dan ujaran kebencian melalui Undang-Undang No 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi (UU ITE), dan pembentukan Badan Siber dan Sandi Nasional melalui Perpes Nomor 53 tahun 2017 tentang BSSN. Pemerintah juga telah memblokir hampir satu juta situs internet dan ratusan ribu akun media sosial dan media daring yang menyebarkan informasi *hoax*, provokasi dan SARA. *Cyber police* juga sudah aktif memantau dan menegur akun-akun yang kerap mengunggah konten-konten *hoax*, fitnah, dan ujaran kebencian. Namun, upaya pemblokiran dinilai tidak cukup efektif dalam upaya penanggulangan *hoax* karena

dengan mudah situs-situs dan akun-akun baru akan bermunculan. Upaya preventif melalui sosialisasi literasi media dan digital menjadi sangat diperlukan dalam membangun ketahanan diri siswa SMA terhadap paparan *hoax*.

Rene Hobbs (2010) mendefinisikan literasi media dan digital sebagai “*a constellation of life skills that are necessary for full participation in our media-saturated, information-rich society.*” Literasi media dan digital memiliki lima aspek. Pertama adalah *access & share*, yaitu kompetensi dalam mengakses, berbagi dan memahami informasi. Kedua, *analyze*, yang merupakan kompetensi dalam menganalisis pesan dalam berbagai bentuk. Ketiga adalah *create*, kemampuan menciptakan konten dalam berbagai bentuk dan penggunaan bahasa, gambar, dan suara. Berikutnya aspek *reflect*, yaitu kemampuan individu dalam mencerminkan perilaku berkomunikasi yang baik dengan menjalankan tanggung jawab sosial dan etika. Aspek terakhir adalah *take action*, yaitu kemampuan melakukan aksi sosial dengan bekerja secara individu dan kolaboratif berbagi pengetahuan dan penyelesaian sebuah masalah, serta dengan berpartisipasi dalam komunitas.



Gambar 3. Peserta PKM

Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) penulis memberikan sosialisasi literasi media digital kepada siswa Kelas X dan XI SMA Atisa Dipamkara Tangerang dengan materi yang merujuk pada lima aspek literasi media dan digital konsep Rene Hobbs, yaitu *access & share*,

analyze, create, reflect, dan take action. Sebelum materi sosialisasi diberikan, siswa diminta mengisi kuesioner awal. Ternyata 68,7% peserta menyatakan belum pernah mendapat sosialisasi literasi media digital. Hanya 27,8% yang menyatakan pemahaman literasi media digital penting atau sangat penting bagi mereka. Sementara analisis data kuesioner akhir yang diberikan kepada siswa setelah sosialisasi mengungkapkan 91,2% peserta menyatakan pemahaman literasi media digital penting atau sangat penting bagi mereka. Selain itu, 89% peserta menyatakan setuju atau sangat setuju bahwa materi yang diberikan menambah wawasan mereka dan 86,7% peserta menyatakan setuju atau sangat setuju bahwa materi yang diberikan berguna bagi mereka.

*Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara