

LITERASI INFORMASI DALAM PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL

Suwandi Sumartias^{1*}, Priyo Subekti², Fajar Syuderajat³

^{1,2,3}Universitas Padjadjaran

*Korespondensi : suwandi.sumartias@unpad.ac.id

ABSTRAK. Pesatnya perkembangan medsos ini dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, yang mengalami evolusi semakin kesini semakin cepat. Saat ini penggunaan media sosial tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. setiap aktivitas mereka selalu melibatkan media sosial apakah itu untuk mencari informasi seputar pekerjaan, hobi, hiburan dan fenomena yang trend pada saat ini. Dalam penggunaannya terkadang masyarakat lebih mudah percaya terhadap pemberitaan atau informasi yang beredar melalui media sosial meskipun belum diketahui kebenaran informasi tersebut. Tujuan dari pelatihan ini adalah memberikan edukasi pada masyarakat bagaimana menyikapi dan menggunakan media sosial secara sehat dan bertanggungjawab. Metode yang digunakan adalah metode ceramah disertai contoh contoh informasi di media sosial yang sifatnya hoax, kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan. Selain itu di berikan juga materi mengenai bagaimana membedakan informasi di media sosial antara informasi yang benar dan yang kredibel. Pemanfaatan medsos saat ini makin bervariasi, medsos tidak lagi hanya digunakan sebagai sarana untuk berkomunikasi atau bersosialisasi, namun medsos seringkali juga digunakan sarana pendidikan, sarana promosi (baik promosi yang sifatnya komersial maupun yang social), dan lainnya. Setidaknya ada dua langkah atau cara yang bisa dilakukan untuk membendung tumbuh dan berkembangnya medsos. Pertama, melakukan kegiatan penyadaran pada masyarakat (literacy media/digital) agar bijak dan cerdas dalam bermedia. Langkah kedua adalah membudayakan sikap tabayun (klarifikasi) untuk melihat apakah berita yang didapat benar atau tidak.

Kata kunci: media sosial; literasi informasi; hoax; kredibilitas informasi

ABSTRACT. *The rapid development of social media is influenced by technological developments, which are evolving more and more here and faster. Currently the use of social media is inseparable from people's lives. their every activity always involves social media whether it's to find information about work, hobbies, entertainment and phenomena that are currently trending. In its use, it is sometimes easier for people to believe news or information circulating through social media, even though the truth of the information is not yet known. The purpose of this training is to educate the public on how to respond and use social media in a healthy and responsible manner. The method used is the lecture method accompanied by examples of information on social media that is hoax, credible and accountable. Besides that, material was also given on how to distinguish information on social media between true and credible information. Currently, the use of social media is increasingly varied, social media is no longer only used as a means to communicate or socialize, but social media is often used as educational facilities, promotional tools (both commercial and social promotions), and others. There are at least two steps or methods that can be taken to stem the growth and development of social media. First, conduct awareness raising activities in the community (media/digital literacy) so that they are wise and intelligent in media. The second step is to cultivate an attitude of clarification to see whether the news received is true or not.*

Keywords: social media; information literacy; hoax; information credibility

PENDAHULUAN

Di era digital ini telah terjadi perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) khususnya bidang teknologi yang sangat pesat. Akses pada bidang telekomunikasi yang cukup tinggi menjadi sebuah alasan dalam penggunaan media elektronik yaitu internet terutama media sosial yang berfungsi untuk menyampaikan pendapat, berserikat, dan berorganisasi. Regulasi Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) telah diatur di Indonesia terutama dalam pemanfaatan media sosial diatur dalam Undang-Undang No.11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) dan diperbarui di Undang-Undang No.18 Tahun 2016 Tentang Perubahan UU No.11 tahun 2008. Di kehidupan sosial ini terdapat berbagai macam dampak positif maupun negatif dalam berbagai aspek dan bidang, oleh karena itu sangat diperlukan dalam pemahaman serta sosialisasi mutlak yang dilaksanakan masyarakat dan juga pemerintah.

Berkembangnya teknologi dan komunikasi yang begitu pesat membawa begitu banyak dampak di berbagai bidang terkecuali internet, yang saat ini menjadikan segala informasi dapat tersampaikan dengan cepat tanpa batas ruang dan waktu (Setiyorini, 2017). Teknologi komunikasi yang berkembang dengan pesat mau tidak mau akan memberikan dampak terhadap pola hidup masyarakat yaitu menuntutnya penggunaan alat komunikasi yang tinggi dan modern. Saat ini media sosial berbasis internet seolah sudah menjadi teman yang tak terpisahkan dengan kehidupan masyarakat baik dalam bersosialisasi maupun bekerja.

Indonesia saat ini menjadi negara dengan pengguna internet terbesar di dunia. Pengguna internet tahun 2017 sebanyak 132,7 juta angka tersebut naik 51% dari tahun 2016 yang mencapai 88,1 juta pengguna (Umniyati & Hadisiwi, 2017). Tentu saja pertumbuhan pengguna internet ini didukung oleh meningkatnya pengguna media sosial. Pengguna media sosial yang sebelumnya 79 juta kini meningkat menjadi 106 juta pengguna. Para pengguna beberapa aktif menggunakan media sosial di perangkat *mobile* berjumlah 92 juta. Bahkan Indonesia menempati peringkat ketiga dari jumlah pengguna media sosial

terbanyak, mengalahkan Brazil dan Amerika Serikat, dan berada di bawah China dan India. Sebagai dampaknya media sosial memiliki peran kuat dalam menunjang dan mendorong kemajuan suatu negara. Penduduk Indonesia sendiri memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk berekspresi menyampaikan pendapat serta berinteraksi satu sama lain, baik dalam lingkup nasional maupun internasional (Watie, 2017). Dalam bidang ekonomi pun sekarang sudah menggunakan *e-commerce* yang memudahkan pelaku usaha kecil menengah untuk membangun usahanya (Hikmawan & Pradhanawati, 2016). Namun disamping segala manfaatnya, media sosial juga membawa dampak buruk bagi pengguna yang tidak bijaksana yaitu *cyber crime*, tempat untuk menghina Suku, Agama, Ras, dan Antargolongan (SARA), dan sebagai alat pemecah bangsa oleh beberapa oknum. Karena itu diperlukan norma hukum yang mengatur penggunaan dan perkembangan media sosial.

Terjadinya globalisasi maka intervensi dari pihak asing akan sukar untuk dielakkan (Ahmed et al., 2019). Pertama, karena dunia sudah menjadi sistem kekuasaan global dan Indonesia termasuk ke dalam salah satu unsurnya. Kedua, karena negara-negara yang sedang berkembang seperti Indonesia tidak dapat hidup dalam arti ekonomis tanpa ketergantungan kepada negara-negara maju. Di era pasar bebas, Indonesia akan lebih terdesak lagi oleh negara-negara maju (barat).

Media sosial memiliki beberapa keunggulan yakni untuk bersosialisasi, tempat mencari teman baru dan mempertemukan teman lama, media penghibur, penyalur hobi, memberikan informasi terbaru karena mudah digunakan, maka tidak jarang media sosial menjadi sumber informasi baru yang terjadi, dan mencari uang. Media sosial digunakan karena dapat memudahkan interaksi satu sama lain (Taylor & Perry, 2005). Tidak hanya berperan sebagai penikmat dari media sosial, masyarakat Indonesia juga berani menjadi pembuat media sosial yang dapat dinikmati masyarakat banyak. Dengan media sosial, masyarakat Indonesia telah banyak membuka lapangan pekerjaan.

Berkembangnya pengguna internet haruslah sejalan dengan pembuatan kebijakan mengenai internet itu sendiri. Maka karena itu, pemerintah perlu terus memperbaiki pembangunan internet terutama pada

ketersediaan infrastruktur maupun perangkat operasionalnya. Salah satu kebijakannya yaitu Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik atau Undang Undang nomor 11 tahun 2008 atau biasa disebut UU ITE adalah UU yang mengatur tentang informasi serta transaksi elektronik, atau teknologi informasi secara umum. UU ITE mengatur berbagai perlindungan hukum atas kegiatan yang memanfaatkan internet sebagai medianya, baik transaksi maupun pemanfaatan informasinya.

Pada level pengguna personal, beberapa anggota masyarakat kelas menengah di wilayah perkotaan sekarang juga mulai memanfaatkan internet untuk bermacam-macam kebutuhan. Paling tidak sejak tahun 1996 yang lalu, di beberapa kota besar seperti Jakarta, Yogyakarta, Semarang, Surabaya dan Bandung sudah mulai berdiri warung-warung internet yang memungkinkan masyarakat umum mengakses internet tanpa harus berlangganan secara perorangan. Sampai tahun 1999 beberapa *Internet Service Provider* (ISP) juga sudah mulai membuka cabang-cabangnya di pelbagai kota kabupaten dan kotamadya di luar Jakarta (Prayitno:2001).

Fenomena perkembangan media sosial berbasis internet seolah olah menjadi sebuah peristiwa yang khas di kalangan masyarakat baik di desa maupun perkotaan (Hamzah et al., 2013). Namun media sosial berbasis internet masih belum dapat menggantikan posisi radio dan televisi, tapi ini tidak berarti bahwa perkembangan internet sendiri akan berhenti sampai di situ. Dalam sejarah manusia, tidak pernah ada perubahan yang bisa berlangsung total sekaligus. Setiap perubahan pasti hanya dimulai oleh sekelompok kecil orang. Seperti pemakaian komputer yang sekarang makin tinggi jumlahnya, cepat atau lambat internet akan mulai bisa menjangkau kalangan yang lebih luas. Beberapa faktor yang selama ini masih sering menjadi kendala bagi penyebaran internet dalam masyarakat kita seperti tingkat pengetahuan tentang komputer, tingginya biaya tarif telepon, hambatan semantik, dll. lambat laun akan bisa diatasi dengan pelbagai penemuan baru.

Pew and American Life pada tahun 2004 melakukan survey pada pengguna internet, memperlihatkan data 22% dari warga Amerika berumur 65 tahun ke atas, 58% berumur antara 50 sampai 64, dan 75% antara 30-49 tahun dan 77% 18-29 tahun. Data tersebut memperlihatkan ada kesenjangan

digital (*digital divide*) antara orang-orang muda yang berpendidikan tinggi dengan orang-orang tua yang hanya lulusan *High School*.

Information literacy merupakan sebuah konsep abstrak. Munculnya *Information literacy* sebagai topik yang hangat muncul disekitar tahun 1990an sebagai akibat dari akumulasi perkembangan di bidang jasa perpustakaan (termasuk juga perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang diterapkan di perpustakaan) dan pendidikan yang berjalan seiring (Santoso, 2016). Namun sebelumnya istilah *Information literacy* telah muncul namun belum menjadi sebuah topik yang hangat.

Dibanding dengan decade sebelumnya, perhatian pada *Information literacy* selama akhir tahun 1980an menunjukkan pertambahan yang patut diperhitungkan dalam hal konsep. Defenisi sebelumnya menekankan fakta bahwa *Information literacy* membutuhkan serangkaian kemampuan baru dalam menggunakan informasi dan peralatan aksesnya secara efisien dan efektif, dan bahwa kegunaan atau aplikasi dari informasi bermanfaat dalam pemecahan masalah.

Sedangkan defenisi selama tahun 1980an menambahkan ruang lingkup berikut dari *information literacy* yaitu: 1) Teknologi informasi baru, harus dipertimbangkan dalam membantu penanganan informasi, dan kemampuan yang dibutuhkan untuk mempergunakannya; 2) Dibutuhkan sikap positif; seperti kesadaran akan kebutuhan informasi, kemauan untuk mencari dan menggunakan informasi; 3) Kemampuan mencari informasi saja tidak cukup, dibutuhkan juga kemampuan berfikir kritis untuk mengevaluasi informasi; 4) Kemampuan perpustakaan tidak cukup untuk melengkapi *information literacy*, tetapi juga diperlukan *computer literacy*; 5) Pengajaran *Information literacy* membutuhkan kerjasama antara perpustakaan dengan pendekatan *resource based learning*.

Secara umum ruang lingkup defenisi tersebut tidak terlalu berbeda dengan defenisi tahun 1970an, namun dapat dikatakan bahwa di akhir tahun 1980an, konsep mengenai *Information literacy* lebih komprehensif dan jelas. Definisinya jelas, identifikasi kemampuan actual dan pengetahuan yang dibutuhkan dalam penanganan informasi untuk penyerapan informasi juga

komprehensif, yang mendorong terciptanya masyarakat yang handal dalam teknologi.

Saat ini media massa dan media sosial masih menjadi pilihan masyarakat dalam mencari informasi dan hiburan. Kedua media tersebut menyediakan informasi seputar dunia politik, sosial, ekonomi, sampai entertainment tersedia di sini. Media sosial ini memiliki jaringan kepada seluruh orang di dunia, atau bisa dibilang bersifat global. Sehingga para pengguna media sosial dapat berbagi apa saja kepada seluruh pengguna lainnya di dunia baik berupa text, gambar, suara ataupun video.

METODE

Pelatihan media literasi bagi masyarakat desa dilakukan melalui metode ceramah, diskusi dan simulasi praktek. Kegiatan pertama adalah ceramah materi tentang media massa dan manfaat mempunyai keahlian literasi. Selanjutnya karena pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan, maka dirasa perlu untuk melakukan praktek simulasi pemecahan kasus kasus yang berkaitan dengan media literasi.

Capaian hasil yang diharapkan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah *outputnya* berupa peningkatan keahlian media literasi. Dan *outcomenya* peserta pelatihan dapat memanfaatkan keahlian yang didapat dengan menyebarkan informasi ini diantara mereka dan berbagai permasalahan yang berkaitan dengan media literasi.

Pelatihan media literasi menggunakan metode pelatihan, ceramah, diskusi, tanya jawab dan simulasi kasus. Tujuan pelatihan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan siswa sekolah dalam hal media literasi terutama internet.

Kegiatan ceramah mengenai media massa dan media literasi diberikan oleh Dr. Suwandi Sumartias, M.Si, dan materi mengenai internet dan literasi internet oleh Fajar Syuderajat sebagai salah satu tim PPM Dosen Unpad. Setelah menjelaskan mengenai media massa dan keahlian media literasi, Bapak Suwandi juga menjelaskan mengenai efek dari terpaan media massa dan menjelaskan tentang pentingnya keahlian media literasi.

Setelah pembicara selesai memaparkan materinya, kemudian dilanjutkan dengan acara tanya jawab yang dipimpin oleh Fajar Syuderajat. Sesi tanya jawab berlangsung hangat, karena peserta antusias ketika bertanya

tentang efek tayangan media massa, terutama efek negatif dari media massa dan internet.

Secara umum peserta pelatihan sudah mengetahui tentang efek negatif dari media massa, misalnya tayangan sinetron yang tidak mendidik, tayangan iklan-iklan berbagai produk yang tidak masuk akal. Tayangan kekerasan dan berita mengenai kekerasan atau kejahatan yang tidak mendidik. Dalam sesi tanya jawab dijelaskan bahwa tayangan berita kekerasan yang ada di media TV tidak mencerminkan realitas yang terjadi di lapangan karena kejadian tersebut hanya segelintir peristiwa yang terjadi dari berbagai peristiwa. Setelah proses tanya jawab, acara dilanjutkan dengan simulasi pemecahan kasus. Pemateri memberikan beberapa tema kasus yang akan dibahas yaitu: Dampak Sinetron terhadap keluarga, dampak iklan terhadap keluarga, dan dampak tayangan kekerasan, efek negatif dan positif dari internet.

Peserta dibagi menjadi empat kelompok yang diberi masing-masing satu tema yang akan didiskusikan. Kemudian setelah berdiskusi, masing-masing kelompok mempresentasikan hasil diskusinya di depan untuk kemudian dilempar ke audien. Diskusi berlangsung hangat karena peserta pelatihan antusias dalam diskusi ini.

Ditinjau dari antusiasme para peserta diperoleh gambaran bahwa materi yang disampaikan oleh pembicara sesuai dengan kebutuhan para peserta yaitu peserta menginginkan pengetahuan secara kognisi dan afeksi mengenai terpaan media massa dan keahlian media literasi.

Berdasarkan jenis pertanyaan yang diajukan, terdapat kecenderungan bahwa peserta belum mengetahui efek negatif dari penggunaan media sosial, sehingga mereka banyak menanyakan tentang efek penggunaan media sosial terutama mengenai pemberitaan yang terkait dengan politik, ekonomi bahkan SARA, karena internet dan media sosial merupakan media baru yang menyuguhkan berbagai macam informasi yang tidak terbatas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan Pengabdian Pada Masyarakat (PPM) yang dilakukan menekankan pada pembelajaran (learning) (Lee et al., 2011). Tahapan pelaksanaan kegiatan ini meliputi tahapan persiapan, tahapan pelaksanaan dan

tahapan evaluasi. Tujuan Utama Kegiatan ini adalah peserta pelatihan diharapkan dapat mengikuti kegiatan ini secara penuh sehingga para peserta dapat memahami dan mempunyai keahlian dalam menyikapi terpaan media massa. Adapun alat bantu dan bahan penunjang yang diperlukan dalam kegiatan ini adalah: proyektor, alat tulis, kertas hvs dan hvs folio, modul pengajaran.

Cara pemberdayaan masyarakat ialah peserta pelatihan media literasi diharapkan menjadi social controller bagi masyarakat desa lainnya yang dapat memberikan masukan bagaimana memperoleh keahlian media literasi sehingga kegiatan ini dapat berlangsung secara berkelanjutan.

Kegiatan ini dibagi menjadi 3 sesi. Sesi pertama peserta diberi materi tentang Media massa, efek media massa dan keahlian media literasi. Dalam kehidupan sehari-hari, media yang ada di masyarakat memberikan informasi-informasi yang memasuki pikiran kita. Secara tidak langsung maupun langsung, efek yang terjadi adalah media mempengaruhi pola pikir dan opini kita terhadap suatu isu atau informasi yang ada.

Media menjadi sumber utama masyarakat dalam memperoleh informasi saat ini (Setiyorini, 2017). Seiring dengan berkembangnya zaman berbagai teknologi muncul kepermukaan memberikan kemudahan diberbagai aspek kehidupan, termasuk dalam perolehan informasi yang dibutuhkan masyarakat. Media sosial menjadi sumber informasi yang dapat diakses dalam hitungan detik. Kini menjadi salah satu aspek kehidupan yang bisa dikatakan meningkat keuntungannya dari sekadar sarana bertukar kabar menjadi sumber segala informasi yang terkadang masyarakat acuh mengenai benar atau salahnya suatu berita (Harry Susanto, 2017).

Media yang lebih dulu lahir, media massa juga menjadi sumber informasi yang dirasa masih lebih aman dibandingkan media sosial karena memiliki *gatekeeper*. Tapi, dengan adanya permaunan dibalik layar segala informasi bisa saja diatur sedemikian rupa agar mereka yang memiliki kuasa berhasil menggiring opini publik demi tujuannya tercapai.

Sebagai masyarakat penikmat informasi yang cerdas, kritis dalam menerima informasi sangatlah diperlukan. Karena arus informasi yang berlangsung sangat cepat terkadang mampu memberikan kita pemahaman yang

salah dan dapat merugikan suatu pihak. Melakukan kajian lebih lanjut terhadap berita haruslah dilakukan dari pada menerima suatu informasi secara mentah.

Sesi kedua peserta melakukan tanya jawab seputar materi, dan sesi ketiga diakhir dengan diskusi. Peserta di bagi menjadi 4 kelompok, masing-masing kelompok diberi kasus-kasus yang berkenaan dengan literasi media massa, kemudian masing-masing kelompok mempresentasikan hasil diskusinya yang diakhiri dengan tanya jawab dan masukan dari pemateri.

Sesi kedua ini di isi dengan peserta diberikan tugas untuk menganalisis dampak berita akibat informasi yang tidak benar, tidak valid atau disebut juga dengan *hoax*. Dampak dari berita bohong atau *hoax* itu sendiri sangat berdampak terhadap masyarakat Indonesia karena *hoax* atau berita bohong akan menimbulkan opini negatif, fitnah, sebagai media untuk menyebarkan kebencian sehingga pihak yang diserang menjadi merasa terancam, takut, bahkan dapat merugikan pihak yang menjadi target berita bohong atau *hoax*.

Masyarakat Telematika Indonesia (Mastel) melakukan survei tentang informasi palsu atau *hoax* yang tengah marak di Tanah Air. Dari hasil survei tersebut, diketahui bahwa sumber utama peredaran *hoax* yaitu media sosial. Saat ini *Hoax* menjadi fenomena bagi Indonesia, hal ini tidak luput dari karakteristik masyarakat Indonesia yang banyak menggunakan media sosial. Sampai saat ini pengguna aktif ponsel di Indonesia mencapai 281,9 juta. Ini berarti setiap harinya masyarakat menerima informasi dan berita dengan cepat melalui perangkat media sosial. Kementerian Komunikasi dan Informatika menyebutkan terdapat sebanyak 800 ribu situs di Indonesia yang terindikasi sebagai penyebar berita palsu dan ujaran kebencian (*hate speech*). Pemerintah seharusnya sudah serius dalam menangani masalah ini, saat ini pemerintah indonesia telah merevisi UU ITE yang dapat berfungsi sebagai landasan hukum untuk menjerat pembuat dan penyebar berita *hoax*.

Setiap kali memasuki dunia digital, orang-orang bersaing untuk mendapatkan perhatian, entah itu teman ataupun orang asing. Hal – hal yang disajikan dapat berupa; gambar, video, dan artikel yang menarik dan dapat ditemukan di Google, Twitter, Facebook, Snapchat, Instagram, atau YouTube.

Sajian yang ada bisa berasal dari bisnis, organisasi politik, badan amal atau situs web berita. Namun, dalam perlombaan untuk menarik perhatian, tidak semua sajian entah itu foto, video ataupun teks mengatakan yang sebenarnya dan itu adalah berita palsu: cerita yang dirancang khusus untuk menyesatkan atau sengaja memberi informasi yang salah kepada orang-orang.

Ada dua jenis berita palsu atau hoax yaitu: 1) Kisah yang benar-benar absurd dan sulit dipercaya, yang mudah diidentifikasi sebagai berita palsu; 2) Jenis informasi yang lebih halus, yang lebih sulit dideteksi; Jenis berita hoax kedua ini muncul dalam bentuk editorial, advertorial, dan cerita yang menjadi viral di seluruh web atau media sosial. Cerita-cerita ini tidak selalu *absurd* atau jelas salah, tetapi berita tersebut benar-benar mengandung fakta yang salah atau gambar yang menyesatkan, dimasukkan dengan sengaja untuk memutarbalikkan fakta.

Cara untuk membedakan antara berita nyata dan berita palsu berguna untuk membantu memahami fakta dalam dunia digital. Adapun caranya yaitu:

Cari tahu tentang sumbernya. Lihatlah situs web tempat cerita berasal untuk melihat apakah ceritanya disajikan dengan baik, jika gambarnya jelas, dan jika teks ditulis dengan baik dan tanpa kesalahan ejaan atau bahasa yang berlebihan. Jika Anda tidak yakin, coba klik pada bagian “tentang kami”, dan periksa bahwa ada garis besar yang jelas yang menjelaskan pekerjaan organisasi dan sejarahnya.

Lihatlah penulisnya. Untuk memeriksa apakah mereka nyata, dapat diandalkan dan "dapat dipercaya", cari bagian lain yang telah mereka tulis dan untuk apa gerai yang telah mereka tulis. Jika mereka tidak menulis apa pun, atau jika mereka menulis untuk situs web yang terlihat tidak dapat diandalkan, pikirkan dua kali untuk meyakini apa yang mereka katakan.

Periksa bahwa artikel tersebut berisi referensi dan tautan ke berita lain, artikel, dan penulis. Klik pada tautan dan periksa apakah mereka terlihat dapat diandalkan dan dapat dipercaya.

Lakukan Pencarian Gambar Google. Ini adalah alat yang sangat bagus, yang memungkinkan Anda untuk mencari di Google berdasarkan gambar, bukan kata-kata. Itu mudah; yang harus Anda lakukan hanyalah mengunggah

gambar ke situs Pencarian Gambar Google dan Anda akan melihat semua halaman web lain yang memiliki gambar serupa. Ini kemudian memberi tahu Anda situs lain tempat gambar telah digunakan - dan jika telah digunakan di luar konteks.

Lihat apakah cerita yang Anda baca dibagikan di saluran berita utama lainnya, seperti BBC News atau Sky News. Jika ya, Anda bisa merasa lebih yakin bahwa ceritanya tidak palsu, karena organisasi-organisasi ini sangat berhati-hati untuk memeriksa sumber-sumber mereka dan sangat jarang menerbitkan cerita tanpa memiliki sumber kedua untuk mendukungnya. Sangat penting untuk menghindari berbagi cerita yang tidak Anda yakini. Jika Anda ragu apakah itu nyata atau palsu, diskusikan dengan teman atau anggota keluarga untuk mencari tahu apa yang mereka pikirkan tentang kisah tersebut.

Adapun cara lain untuk membedakan antara berita hoax dan berita kredibel yaitu dengan Literasi Media. Proses dan kemampuan untuk dapat mengevaluasi dan memisahkan berita palsu dari berita nyata adalah bagian dari literasi media dan, pada tingkat yang lebih luas, yaitu literasi informasi. Ada strategi yang dapat Anda gunakan untuk menjadi pembaca berita yang cerdas terutama online atau saat menggunakan media sosial.

Di bawah ini adalah tiga pertanyaan yang harus selalu Anda tanyakan pada diri sendiri ketika mengevaluasi sebuah berita:

Pertanyaan 1: Siapa penciptanya?

Pertanyaan pertama dalam mencari tahu apakah sesuatu adalah berita palsu adalah dengan melihat individu yang membuatnya, atau memahami organisasi di baliknya. Ketika menilai berita, terutama yang ada di Internet, penting untuk meninjau hal-hal berikut:

- Apakah Anda tahu orang di balik presentasi materi?
- Apakah ada *byline* atau pengantar, dan apakah Anda mengetahui keahlian orang tersebut?
- Apakah penulis terdaftar di situs, atau apakah ada bagian “tentang saya”?
- Apakah organisasi memiliki tautan "tentang kami"?
- Apa nama organisasi yang membuat atau menghosting konten?

Lihatlah URL. Apakah itu memiliki tilde ~ di dalamnya? Ini sering merupakan situs pribadi.

- Periksa berakhirnya URL situs web: .gov, .edu, .mil, dan .org lebih dapat dipercaya daripada situs web yang diakhiri dengan .com, .net, dan banyak lainnya.
- Cari di Internet untuk informasi lebih lanjut tentang penulis.
- Cari LinkedIn, situs media sosial untuk para profesional.
- Cari katalog perpustakaan online untuk melihat buku apa yang ditulis oleh penulis.
- Cari basis data penelitian online untuk melihat apa yang telah ditulis / diterbitkan oleh penulis.
- Apakah ini akun tangan pertama, atau apakah ini dilihat melalui mata seorang editor?

Pertanyaan 2: Apa pesannya?

Pertanyaan kedua dalam menentukan apakah sesuatu itu berita palsu adalah dengan melihat pesan itu sendiri dan memahami apa yang sedang dikomunikasikan. Tinjau yang berikut:

- Apa isi pesannya?
- Dapatkah saya menemukan berita yang sama ini di banyak tempat?
- Apakah beberapa tempat menggunakan berbagai pakar dan sumber dalam laporan mereka?
- Apakah situs web berita ini muncul di pembaruan secara teratur?
- Apa tanggal ceritanya?
- Periksa sumber dari cerita dan keahlian mereka. Apakah mereka anonim?
- Apakah sumber kutipan? Kutipan memberikan keaslian dan kredibilitas yang lebih besar.
- Dapatkah Anda mengetahui apakah ada bias dalam pesan? Apakah ada kemiringan berita?
- Apakah fakta berita atau lebih banyak pendapat?
- Apa sudut pandang yang diekspresikan dan apa yang ditinggalkan?
- Apa format pesannya? Lihatlah elemen visual dan elemen teks.

Pertanyaan 3: Mengapa ini dibuat?

Pertanyaan ketiga dalam menentukan apakah sesuatu adalah berita palsu adalah dengan melihat mengapa pesan itu dibuat. Tinjau yang berikut:

- Dapatkah Anda memberi tahu apa yang memotivasi pembuatan pesan ini?
- Apakah pesan ini dibuat untuk untung?
- Apakah berita ini benar-benar sebuah iklan?
- Apakah sumbernya dibayar?
- Apakah penulis dibayar?

Jika konten mencantumkan dirinya sebagai "konten bersponsor" yang berarti seseorang atau organisasi membayar untuk menampilkan konten. Merupakan hal yang baik untuk memverifikasi informasi yang dibaca sebelum membagikannya kepada orang lain — secara langsung atau di media sosial. Selain dari ketiga pertanyaan di atas, metode tambahan yang berhasil adalah tes CRAAP - lihat konten untuk masa berlakunya - ketepatan waktu informasi, relevansi - pentingnya informasi untuk kebutuhan Anda, otoritas - sumber informasi, akurasi — keandalan dan kejujuran informasi, dan tujuan — alasan informasi itu ada.

Orang-orang yang dapat membedakan antara berita palsu - apa itu, dan apa artinya - jauh lebih baik dalam mencari tahu apakah suatu berita itu benar atau palsu. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya edukasi di sekolah mengenai cara memahami informasi yang ditemukan secara online. Dengan memahami hal tersebut, orang – orang bisa mengendalikan berita apa yang saja yang patut dibaca dan berita apa yang patut untuk dibagikan.

KESIMPULAN

Hoax merupakan suatu usaha menipu para pembaca atau pendengar untuk mempercayai suatu informasi, padahal penulis dari informasi itu sendiri tahu bahwa informasi tersebut adalah berita bohong. Berita bohong atau *hoax* sering terjadi di cybermedia, cybermedia merupakan alat (sarana) komunikasi dengan menggunakan jaringan internet atau bentuk komunikasi yang ada di dunia maya (internet).

Efek dari berita bohong atau *hoax* itu sendiri sangat berdampak pada masyarakat. Produktivitas anak muda akan menjadi turun karena selalu menggunakan media sosial. Selain itu, berita bohong atau *hoax* dapat bohong atau *hoax* terhadap masyarakat adalah dapat memecah belah bangsa, dapat

menimbulkan permusuhan antar agama, menimbulkan kecurigaan antar elemen bangsa, menghambat pembangunan, saling mencurigai, menimbulkan opini negatif, fitnah, serta dapat membuat resah masyarakat.

Masyarakat Indonesia harus dapat bersikap bijak dan berpikir kritis dalam menyikapi berita – berita palsu yang tersebar di media, terkhususnya media sosial. Adapun cara yang dianggap ampuh untuk menyikapi permasalahan ini adalah dengan melakukan literasi media, sebagai sarana pembelajaran penggunaan media, yang dapat membantu pengguna internet untuk memahami kebenaran dalam dunia digital sehingga tidak akan mudah percaya dengan berita – berita hoax. Literasi media sendiri memang adalah solusi yang telah dicanangkan Kemkominfo sebagai wujudantisipasi berita hoax yang terus meningkat setiap tahunnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, Y. A., Ahmad, M. N., Ahmad, N., & Zakaria, N. H. (2019). Social media for knowledge-sharing: A systematic literature review. *Telematics and Informatics*, 37, 72–112. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.01.015>
- Hamzah, Y. I., Penelitian, P., Pengembangan, D., Kepariwisata, K., Pariwisata, K., & Kreatif, D. E. (2013). Potensi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Interaktif Bagi Pariwisata Indonesia. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 8(3), 1–9.
- Harry Susanto, E. (2017). Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik. *Aspikom*, 3(3), 379–398.
- Hikmawan, Y., & Pradhanawati, A. (2016). ANALISIS KETERKAITAN MEDIA SOSIAL , MORD OF MOUTH , POTENSI WISATA , DAN PRAKTIK PLACE BRANDING DI TAMAN NASIONAL KARIMUN JAWA. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(3), 1–12.
- Lee, S., Jeon, S., & Kim, D. (2011). The impact of tour quality and tourist satisfaction on tourist loyalty: The case of Chinese tourists in Korea. *Tourism Management*, 32(5), 1115–1124. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.09.016>
- Santoso, E. (2016). Pengendalian Pesan Kebencian (Hate Speech) Di Media Baru Melalui Peningkatan Literasi Media. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL KOMUNIKASI 2016*, 1, 88–94.
- Setiyorini, H. P. D. (2017). Konvergensi Media dan Teknologi: Implikasinya terhadap Komunikasi Pemasaran Pariwisata. *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 7(1), 47. <https://doi.org/10.17509/thej.v7i1.6847>
- Taylor, M., & Perry, D. C. (2005). Diffusion of traditional and new media tactics in crisis communication. *Public Relations Review*, 31(2), 209–217. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2005.02.018>
- Umniyati, N., & Hadisiwi, P. (2017). Pengaruh Terpaan Informasi Riset Melalui Website www.ppet.lipi.go.id Terhadap Sikap Mahasiswa Mengenai Penelitian. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 5(1), 111–120.
- Watie, E. D. S. (2017). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>