

LITERASI MEDIA SOSIAL UNTUK PEMILIH PEMULA

Dadang Rahmat Hidayat, Achmad Abdul Basith, Muhamad Zen Al Faqih

Universitas Padjadjaran

dadang.rahmat@unpad.ac.id

ABSTRAK

Hoax jadi masalah serius Bangsa Indonesia. Pesatnya persebaran hoax akhir-akhir ini berpotensi memecahbelah. Pemicunya paling besar adalah kontestasi politik yang akan berlangsung tahun 17 April 2019 ini. Masing-masing pendukung pasangan capres-cawapres sangat berebut simpati publik. Pemuda yang juga menjadi objek dan subjek politik harus memiliki kemampuan memfilter dan memutus laju hoax.

Fenomena itu membuat kami merasa perlu untuk ikut berkontribusi dalam memerangi hoax dalam pemilu. Karena momen pemilu harus bersih dari berita bohong, demi lahirnya pemimpin bangsa dan wakil rakyat terbaik.

Pengabdian Pada Masyarakat (PPM) integratif Universitas Padjadjaran ini dilaksanakan kepada Siswa SMK Pasundan Jatinangor Sumedang dengan metode ceramah, diskusi, dan simulasi. Dalam proses PPM materi yang disampaikan meliputi efek negatif media sosial, efek positif media sosial, media sosial dan hoax, dan literasi media dalam politik. Hasil yang dicapai menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan dari seluruh peserta. Hal ini terlihat dari hasil pretest dan posttest yang dilaksanakan. Jumlah peserta mencapai target, dengan animo peserta cukup tinggi menghasilkan diskusi mengalir dan simulasi dilaksanakan dengan sangat antusias.

Kata Kunci: Literasi, Media Sosial, Hoax, Pemilu

PENDAHULUAN

Tahun 2019 kita akan melaksanakan pemilu. Kontestasi rutin yang biasa saja. Tidak ada yang spesial, karena sudah berkali-kali dilaksanakan di Indonesia. Untuk pemilihan preseiden, bahkan calonnya sama dengan pimilihan lima tahun lalu. Namun karena ini berkaitan dengan perebutan keuasaan, maka dalam prosesnya tetap saja menarik. Segala upaya dilakukan untuk berebut suara. Mulai dari adu gagasan, sampai riak-riak saling menjatuhkan seperti fitnah, hingga informasi bohong (hoax) pun beredar.

Peredaran hoax paling besar di Media Sosial. Saat ini, media sosial memang memiliki pengaruh besar pada kehidupan manusia. Kemajuan teknologi membuat itu semua terjadi. Secara bahasa *hoax* (*synonyms: paractical joke, joke, jest, prank, trick*) adalah lelucon, cerita bohong, kenakalan, olok-an, membohongi, menipu, mempermudah, memperdaya, dan memperdayakan. Dalam Kamus Besar Indonesia (KBBI), hoaks diterjemahkan menjadi hoaks yang diartikan dengan “informasi bohong”. Media sosial memungkinkan semua orang menjadi *publisher* atau penyebar berita, bahkan berita yang dibuatnya sendiri, termasuk hoax. Media sosial bisa menghidupkan dan bisa pula mematikan. Berbagai informasi yang ada di dalam media sosial ada yang bernilai positif, ada pula yang bernilai negatif. Bahkan konten yang bernilai positif, bisa dirubah menjadi negatif ketika disalahgunakan. Hoaks pada umumnya bertujuan untuk “*having fun*” atau humor. Namun, hoaks juga bisa dijadikan alat propaganda dengan tujuan politis, misalnya melakukan pencitraan atau sebaliknya, dan juga menjatuhkan citra seseorang atau kelompok.

Hoaks bisa menjadi salah satu kejahatan demokrasi, pada musim pilkada masih banyak ditemukan berita hoaks yang tersebar luas di media sosial. Dirjen Informasi dan

Komunikasi Publik (IKP), Kominfo, Niken Widiastuti menyampaikan penyebaran hoaks sangat tinggi, angkanya mencapai 800 ribu konten per tahun. Besarnya hoax dinai berpengaruh terhadap menurunnya angka partisipasi dalam pemilu.

Laju persebaran hoax dapat dihentikan salah satunya melalui peningkatan pemahaman masyarakat tentang hoax, sehingga tidak mudah percaya dengan hoax. Upaya itu disebut Literasi Media Sosial. Secara ringkas *Media Literacy* artinya adalah pintar, cakap, mampu dengan baik, menggunakan, memahami, menganalisa, media baik media mainstream maupun media sosial. Kajian *Media Literacy* terkini menunjukkan adanya perkembangan media seperti video, komputer, dan internet. Kehidupan modern dan perkembangan teknologi canggih membuat manusia dalam kesehariannya selalu diterpa oleh media. Tiada hari tanpa media.

Literasi media mulai ramai diperbincangkan beberapa tahun terakhir ketika media massa yang diharapkan mampu menjalankan empat fungsinya secara lengkap dan seimbang (fungsi informasi, pendidikan, pengaruh, dan hiburan) lebih dominan hanya sebagai lembaga bisnis. Media memusatkan fokusnya kepada profit dengan menyuguhkan selera kebanyakan berupa hiburan tanpa menyeimbangkan dengan fungsi lainnya.

Literasi Media Sosial dimulai dengan proses sosialisasi. Sosialisasi sebagai alat untuk menyebarluaskan pengetahuan atau informasi kepada masyarakat yang nantinya dapat bermanfaat bagi masyarakat. Sosialisasi tentang hoax dalam pilkada sebagai upaya antisipasi akan persebaran hoax.

Target sosialisasi Literasi Media Sosial ini adalah siswa kelas 3 SMK Pasundan Jatinangor. Mereka adalah pemilih pemula yang akan menggunakan hak pilihnya dalam pemilu 2019 ini. Maka kami mengangkat tema PPM Integratif ini yaitu “Literasi Media Sosial untuk Pemilih Pemula”

METODE

Pengabdian pada Masyarakat (PPM) ini berbentuk pendidikan kepada masyarakat dengan metode ceramah dan diskusi. Siswa SMK Pasundan Jatinangor diberikan materi tentang positif dan negatif media sosial serta pengaruhnya dalam politik. Mereka sebagai pemilih pemula berkepentingan untuk mendapatkan informasi yang valid dari media sosial sebagai bahan referensi untuk menentukan pilihan dalam pemilu nanti.

Sebelum proses pelaksanaan sosialisasi, kami melakukan beberapa tahapan seperti survei lokasi, peserta, dan penyebaran kuisioner. Hal tersebut ditujukan untuk mengukur pemahaman peserta sebelum dan setelah mengikuti sosialisasi Literasi Media Sosial untuk Pemilih Pemula.

Dalam sosialisasi ini kami juga menggunakan beberapa landasan teori untuk meneguhkan betapa pentingnya sosial media dipahami. Karena memiliki dampak yang luar biasa. Namun jika tidak dipahami, dapat menjadi penyebab malapetaka.

Media Impact

Munculnya media baru berdampak terhadap kehidupan. Berikut beberapa dampak yang ditimbulkan oleh munculnya media baru dalam kehidupan manusia saat ini (Straubhaar, LaRose dan Davenport, 2012: 4):

a. Berubahnya industri

Konvergensi media teknologi mengubah industri media lama yang harus berkompetensi dengan ketat dengan media baru seperti Google, Apple dan Facebook,dll. Industri recording musik lama kini dikalahkan oleh Apple yang memiliki iTunes, industri telefon yang dikalahkan oleh Iphone, Google yang mendominasi media periklanan, dan masih banyak lagi media baru yang mulai menggantikan media konvensional.

b. Berubahnya gaya hidup

Munculnya media baru, mengubah pola konsumsi media masyarakat. Perubahan yang paling terlihat ada pada remaja usia perkuliahan, yang tidak lagi dengan mudah percaya pada media massa konvensional. Mereka banyak menghabiskan waktu pada gadget mereka, dan *me-maintenance* profil media sosial mereka dibandingkan dengan membaca koran maupun menonton televisi. Untuk itulah, media massa konvensional kini ikut beramai-ramai ikut membuat sebuah website untuk mendapatkan lagi ketertarikan para remaja.

New Media

Munculnya media baru (*New media*) berasal dari sejumlah inovasi melihat berkembangnya teknologi. Media "lama" seperti televisi, radio, dan koran dianggap mulai tak relevan dengan kebutuhan informasi masyarakat saat ini. Itu yang membuat media lama juga beradaptasi dengan media baru.

Dalam fungsinya, new media mencakup semua fungsi komunikasi massa, dengan fungsi utamanya

sebagai *surveillance*, yaitu memberikan informasi kepada khalayak. Khalayak media massa sendiri memiliki sifat dan karakteristik, yakni khalayak massa terdiri dari jumlah yang besar, ada di berbagai tempat, tidak interaktif kecuali dengan bantuan komunikasi telefon, terdiri dari lapisan masyarakat yang sangat heterogen, tidak terorganisir dan bergerak sendiri (Bungin, 2008: 75)

Media Sosial

Dalam jurnal internasional berjudul "*Social Network Sites: Definition, History and Scholarship*" karya Danah M. Boyd dan Nicole B. Ellison ini mendefinisikan media sosial sebagai layanan berbasis web yang memungkinkan individu untuk (Boyd, 2007: 3):

- Membangun profil publik atau semi-publik dalam sistem yang tanpa batas,
- Mengartikulasi daftar pengguna lain dengan siapa mereka berbagi sambungan (*connection*),
- Melihat dan melintasi daftar koneksi mereka dan yang dibuat oleh orang lain dalam suatu sistem. Sifat dan pemberian nama koneksi ini dapat bervariasi dari situs ke situs.

Danah M. Boyd dan Nicole B. Ellison juga menambahkan bahwa media sosial ini merupakan suatu hal yang unik, karena media sosial memungkinkan pengguna untuk mengartikulasikan dan membuat orang lain melihat jaringan sosial mereka. Hal ini dapat mengakibatkan hubungan antara individu-individu yang tidak dinyatakan dibuat-buat, dan membuat hubungan yang laten bagi para pengguna yang saling kenal di dunia *offline*. Pada banyak pengguna media sosial besar, peserta tidak selalu "ber-networking" atau mencari untuk bertemu orang-orang baru; sebagai gantinya, mereka terutama berkomunikasi dengan orang-orang yang sudah menjadi bagian dari jaringan sosial mereka (Boyd, 2007: 3).

HASIL & PEMBAHASAN

Media sosial memiliki dua sisi berbeda. Satu sisi menguntungkan, pada sisi yang lain bisa jadi merugikan. Sudah banyak kasus orang terkena dampak buruk dari media sosial. Mulai dari penculikan, pelecehan, hingga pembunuhan. Namun pada sisi yang lain media sosial mempu memberi manfaat untuk pertemanan, menambah wawasan, hingga memberi keuntungan ekonomi.

Di Bandung tentu sudah tidak asing dengan sebuah produk kripik pedas dengan brand "Maich" buah karya pengusaha muda Bandung. Mereka berhasil mengangkat "harkat" keripik singkong yang semula hanya jajanan masarakat menengah bawah, menjadi jajanan yang juga digemari oleh kalangan atas. Tidak hanya perubahan pangsa pasar, anak-anak muda Bandung ini juga berhasil menambah nilai pada produk kripik. Semula kita biasa membeli kripik dengan harga paling mahal Rp 5 ribu, namun dengan strategi pemasaran dan pengemasan yang diterapkan Maich, nilai kripik singkong bisa sampai 2-3 kali lipat. Kripik

singkong pedas dijual dengan harga sampai Rp 15 ribu. Semua terjadi berkat *online marketing* yang dilakukan melalui media sosial.

Media sosial kini jadi bagian dari kehidupan masyarakat. Namun tidak semua berhasil dan sukses menggunakan media sosial. Beberapa kali kita dengar berita anak gadis Bandung yang diculik oleh teman *facebooknya*. Juga kasus mahasiswa Pascasarjana dari Universitas Gajah Mada (UGM) Yogyakarta, Floren Sihombing, yang harus menerima sanksi skorsing dari kampusnya, hanya gara-gara dianggap menghina Yogyakarta melalui postingannya di akun media sosial *Path*. Maka mengenal media sosial dengan segala karakteristiknya adalah kunci penting dalam meraih sukses komunikasi pemasaran.

Memiliki media sosial sangat menguntungkan. Ya sangat menguntungkan, bagi yang tahu cara menggunakan dengan baik dan benar. Dalam teori komunikasi, dikenal Teori Manajemen Privasi Komunikasi (*Communication Privacy Management* - CPM) dikembangkan oleh Sandra Petronio pada tahun 2002. Dalam teori ini dikemukakan, jika manusia sesungguhnya memiliki kemampuan untuk membedakan mana hal yang bersifat privasi dan mana yang untuk konsumsi umum. Menurut Petronio manusia membuat pilihan dan peraturan mengenai apa yang harus dikatakan dan apa yang harus disimpan dari orang lain yang didasarkan pada kriteria penting diantaranya seperti budaya, gender, dan konteks.

Jika mengacu pada teori tersebut, sepatutnya seseorang mengetahui batasan privasi dirinya sendiri. Sehingga, dalam konteks media sosial yang bukan termasuk ranah privasi, seseorang tidak mengunggah pesan-pesan yang sifatnya sangat personal. Sehingga tidak bijak jika diketahui oleh pengguna media sosial yang lain. Bagi Anda yang biasa menuliskan kegiatan sehari-hari di medsos atau curhat di medsos, coba pikirkan lagi apakah itu termasuk privasi atau bukan?

Selain soal untung rugi menggunakan sosial media, ada juga permasalahan lain yang tak kalah penting, yaitu hoax di sosial media. Hoaks adalah informasi sesat dan berbahaya karena menyesatkan persepsi manusia dengan menyampaikan informasi palsu sebagai kebenaran (Chen et al, 2014) Hoaks bertujuan untuk membuat opini publik, menggiring opini publik, membentuk persepsi juga untuk hufing fun yang menguji kecerdasan dan kecermatan pengguna internet dan media sosial. Tujuan dari sebarunya hoaks beragam. Beberapa hanya untuk lelucon belaka, beberapa untuk propaganda, dan masih banyak motif-motifnya.

Beberapa faktor mempengaruhi terjadinya hal ini diantaranya yaitu ketidaktahuan masyarakat dalam menggunakan media sosial secara bijaksana. Faktor selanjutnya adalah adanya semacam euforia dalam menggunakan internet dan media sosial dan juga kebiasaan sebagian besar syarakat yang ingin cepat berbagi informasi (Juliswara, 2017).

Salah satu cara dalam mencegah berita hoaks adalah dengan literasi media. Literasi media adalah perspektif yang dapat digunakan ketika berhubungan dengan media agar dapat menginterpretasikan suatu pesan yang disampaikan oleh pembuat berita.

Berdasarkan dari survei yang kami lakukan dengan *google form*, lebih dari 50% responden setuju bahwa apabila berita hoaks tidak disikapi dengan benar, berita tersebut dapat mengubah sudut pandang seseorang. Maka dari itu, kami memutuskan untuk menyelenggarakan sosialisasi mengenai cara menyikapi hoaks.

Efek Negatif Media Sosial

Bermain media sosial layaknya berada di sebuah hutan belantara. Kita bisa menemukan kelinci yang lucu, namun juga sangat mungkin bertemu harimau atau ular yang siap menerkam kita sewaktu-waktu. Dampak negatif media sosial perlu dipahami oleh pemilih pemula, yang masih dalam usia remaja.

- **Malas Belajar Berkommunikasi Di Dunia Nyata**

Terlalu berlebihan dalam menggunakan media sosial ternyata juga dapat membawa efek buruk. Diantaranya adalah menjadi malas untuk berkommunikasi di dunia nyata. Seringkali kita temui, dalam acara makan keluarga, ayah, ibu, dan anak, masing-masing sibuk dengan HPnya. Padahal makan bersama keluarga adalah kesempatan untuk bercengkrama dan berkommunikasi antar anggota keluarga, membagikan sejumlah cerita yang dialami sepanjang hari.

- **Lebih Mementingkan Diri Sendiri (Egois)**

Disadari atau tidak, penggunaan media sosial berlebihan mampu mempergaruhi sikap kita. Diantaranya menjadi egois. Kita fokus pada diri sendiri, tanpa memperhatikan ada yang terjadi di lingkungan sosial kita. Karena semua dilakukan secara virtual.

- **Rawan Ancaman Kejahatan Dunia Cyber**

Ancaman yang paling berbahaya di media sosial adalah kejahatan dunia cyber. Kita sulit mengenali akun teman yang asli dengan akun bodong. Karena dengan mudah akun dipalsukan untuk kepentingan kejahatan, seperti penipuan dan penculikan. Selain itu media sosial bukan tanpa aturan. Apa yang tidak pantas dilakukan di dunia nyata sesungguhnya juga tidak pantas dilakukan di media sosial.

Efek Positif Media Sosial

Efek positif media sosial? Banyak! Jadi tidak selamanya menggunakan media sosial itu berbahaya dan perlu dilarang. Jika cara penggunaanya tepat, maka media sosial dapat membantu dan mendatangkan keuntungan. Baik moril maupun materiil.

- **Melatih Adaptasi dengan Publik**

Beberapa orang memiliki kesulitan untuk berkomunikasi secara langsung dengan publik yang luas. Alasannya, ada yang karena malu, minder, atau tidak percaya diri. Tipe orang seperti ini, biasanya lebih suka menyendiri dan tidak menyukai keramaian. Media sosial dapat membantu untuk bersosialisasi tanpa harus bertatap muka langsung. Kebutuhan sebagai mahluk sosial dapat tetap terpenuhi. Meski, pertemuan dilakukan secara tidak langsung.

- **Memperluas Jaring Pertemanan**

Media Sosial membuat lingkar pertemanan kita semakin luas. Jika dahulu kita biasanya hanya memiliki pergaulan dalam lingkup teman kuliah, teman komunitas, atau teman di komplek rumah, kini kita bisa bergaul dengan berbagai orang dalam ruang lingkup yang tidak terbatas. Kemampuan media sosial menembus ruang dan waktu membuat lingkungan pertemanan kita juga semakin luas. Bisa dapat berteman dan berkomunikasi dengan orang dari berbagai negara, pulau, bahkan berbagai benua di dunia.

- **Mengembangkan Diri**

Akses terhadap informasi terbuka lebar di media sosial. Kita bisa mengaksesnya secara gratis dan lengkap. Dari materi-materi yang kita dapat melalui media sosial kita dapat mengembangkan diri kita. Kemampuan kita untuk menjalin komunikasi yang ditindaklanjuti dengan kerjasama. Dengan media sosial kita juga dapat mengaktualisasikan diri kita dengan karya-karya yang kita buat.

- **Melatih Berwirausaha**

Sudah bukan hal baru, jika media sosial digunakan untuk berwirausaha. Rupiah mengalir begitu kencang lewat media sosial. Kebutuhan tempat, jaringan, dan promosi yang biasa jadi kebutuhan primer saat orang membuka usaha, di media sosial hal itu tidak jadi kendala. Karena media sosial selain menyajikan jaringan komunitas, juga dapat digunakan sekaligus sebagai media promosi tanpa harus membuka toko secara fisik.

Media Sosial dan Hoax

Munculnya hoax di media sosial bukan tiba-tiba. Mulanya hoax yang tersebar atau disebar, lebih bersifat sesuatu yang bombastis dan hanya “asyik-asyikan” saja. Contohnya hoax ikan raksasa yang terdampar di perairan laut Jakarta atau hoax seputar kesehatan tentang manfaat sebuah makanan.

Namun belakangan hoax di media sosial makin menggila. Utamanya yang berkaitan dengan politik. Sejak Pilpres 2014 keberadaan hoax di media sosial semakin banyak. Disusul dengan Pilkada DKI Jakarta hingga Pilpres 2019. Hoax tidak hanya menyerang satu kubu, tapi dua belah kubu. Artinya hoax sudah menjadi alat politik.

Isu soal Tenaga Kerja Asing asal Tiongkok misalnya, beredar pesat di media sosial. Narasi yang dibangun seolah-olah pihak pemerintah berpihak pada asing dengan membuka lebar-lebar kran tenaga kerja dari luar negeri. Seninggalah berdampak pada berkurangnya lahan pekerjaan bagi warga negara indonesia.

Isu tersebut tersebar luas dan berulang-ulang. Bahkan sebagian sudah meyakini hal tersebut sebagai kebenaran. Namun setelah ditelusuri oleh pihak berwenang ternyata hal tersebut adalah sebuah kebohongan atau hoax.

Hal lain yang juga tak kalah mengagetkan adalah tentang terungkapnya kelompok pembuat hoax bernama saracen. Kelompok ini diketahui memproduksi konten-konten hoax untuk kepentingan politik dan dibiayai oleh pihak tertentu. Hal ini semakin menunjukkan bahwa hoax bukan terjadi begitu saja, tetapi ada juga yang direncanakan.

Literasi Media dalam Politik

Kemampuan untuk mengenali mana konten hoax dan mana yang bukan, sangat diperlukan oleh masyarakat Indonesia saat ini. Hal ini untuk membuat penyebaran hoax dapat dihentikan. Karena mereka yang percaya dan ikut menyebarkan hoax bisa jadi tak mengetahui bahwa itu hoax. Salah satu cara yang bisa dilakukan untuk menghentikan hoax adalah dengan literasi media. Diantaranya melalui beberapa langkah-langkah berikut:

- **Cek Domain**

Domain atau nama website menjadi salah satu penciri kredibilitas sebuah situs. Sering kali hoax disebarluaskan melalui domain tidak berbayar atau gratis. Meski bukan berarti domain gratis selalu hoax. Misalnya, beberapa kasus hoax disebarluaskan menggunakan domain *blogspot.com*. Informasi-informasi yang dapat dipercaya, bisa kita identifikasi, salah satunya disebarluaskan oleh lembaga/institusi terpercaya. Institusi pers terpercaya salah satu cirinya memiliki nama besar. Dibalik nama besar ada reputasi yang sudah dijaga puluhan tahun. Domain yang digunakan pasti berbayar dengan akhiran .com, .id, .co.id, .co, dll.

- **Cek Penanggungjawab & Redaksional**

Website kredibel dan tidak menyebarkan hoax biasanya dilengkapi dengan alamat jelas dan nama-nama penanggungjawab. Mulai dari pemimpin redaksi, hingga wartawan yang bertugas menuliskan berita-berita di website tersebut. Selain itu alamat jelas dan nomor yang bisa dihubungi juga tertera. Sehingga pembaca bisa berkomunikasi kepada redaksi jika ada keperluan

- **Periksa Fakta dari Sumber Lain**

Jangan mudah percaya dengan sumber tunggal. Apalagi jika sumber tunggal tersebut belum memiliki rekam jejak sebagai sumber informasi terpercaya. Jika mendapatkan informasi yang disebarluaskan melalui media sosial, maka cara lain untuk memastikan

kebenarannya yaitu dengan mencari informasi yang serupa di website-website kredibel. Cara bisa langsung mengunjungi website kredibel tersebut seperti *detik.com*, *kompas.com*, *pikiran-rakyat.com*, dll. Atau bisa juga menggunakan bantuan mesin pencari. Anda tinggal mengetikkan kata kunci dan nama media yang Anda ingin telusuri.

- **Periksa Foto yang Digunakan**

Google Image saat ini menyajikan fasilitas untuk mengecek kebenaran foto yang beredar. Dengan menyajikan informasi dari foto tersebut. Caranya dengan menyeret (drag) foto ke halaman *google image*. Saat itu juga kita akan mendapatkan informasi tentang kapan foto tersebut diupload di internet pertama kali, dan untuk berita apa. Karena salah satu jenis hoax adalah menggunakan foto lama untuk peristiwa baru. Seperti foto gempa yang terjadi bertahun-tahun lalu tiba-tiba disebar seolah-olah menggambarkan bahwa yang ada di dalam foto adalah eristiwa gempa yang barusaja terjadi.

- **Judul Provokatif & Bombastis**

Hoax juga dapat dicurigai dari postingan yang bersifat profokatif memancing emosi pembaca. Baik itu berkaitan dengan suku, ras, agama, dan antar golongan (SARA) atau yang lain. Biasanya juga ditambahkan kata-kata yang seolah memaksa untuk menyebarluaskan. Misalnya: "SEBARKAN!!!!!" "AYO VIRALKAN!" dan lain sebagainya.

Bermedia sosial dengan bijak harus dilakukan setiap orang. Maka kampanye tentang Literasi Media Sosial perlu terus kita galakkan. Tidak menelan mentah-mentah konten yang kita dapat dari media sosial adalah salah satu caranya. Karena saat ini banyak sekali bersliweran informasi-informasi bohong di sekeliling kita. Jangan ikut membagikan informasi atau "berita" yang sumbernya saja tak jelas.

Potter, W.J. (2005) dalam *Media Literacy* menjelaskan jika Literasi Media adalah satu set perspektif yang aktif kita gunakan untuk membuka diri kepada media untuk menafsirkan makna pesan yang kita hadapi. Dari pengertian itu kita bisa menerapkan, jika membaca informasi apapun di media sosial jangan langsung percaya. Perhatikan siapa yang menulis informasinya, dari mana sumbernya, dan media (website) apa yang memuatnya? Karena saat ini dengan mudahnya orang memiliki website dan memproduksi sendiri informasinya, tanpa kaedah jurnalisme.

Jika Anda tak yakin dengan informasi yang Anda temukan di media sosial, maka cobalah lakukan cek dan ricek (verifikasi) terlebih dahulu, sebelum Anda cerna atau bahkan Anda sebarkan ulang. Namun jika tak mampu melakukan itu, maka cukuplah informasi bohong itu berhenti di tangan Anda.

SIMPULAN

Penyebaran berita hoax dalam pemilu dapat diputus dengan cara literasi media sosial. Masyarakat harus disadarkan, bahwa apa yang tersebar di media sosial tidak selalu benar. Meskipun benar, belum tentu juga bermanfaat. Memahami karakteristik media sosial dan mampu mengenali konten-konten hoax yang beredar dapat memutus rantai peredaran hoax. Khususnya pada masa pemilu (Pilpres dan Pileg 2019). Maka dilaksanakan sosialisasi Literasi Media Sosial untuk Pemilih Pemula, yaitu siswa SMK Pasundan Jatinangor.

DAFTAR PUSTAKA

Asad, Issa. (2014). *Instant Profit with Instagram*. Florida: Issa Asad Book

Bungin, M. Burhan. (2008). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana

Santrock, John W. (2003). *Adolescence: Perkembangan Remaja*. jakarta: PT. Erlangga

Straubhaar, Joseph, LaRose, Robert dan Davenpor Lucida. (2012). *Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology*. USA: Wadsworth 20

Chen, Y. Y., Yong, S.-P., & Ishak, A. 2014: *Email Hoax Detection System Using Levenshtein Distance Method*. Journal of computers, Vol. 9, No. 2, academy publisher.

Juliswara, V. (2017). Mengembangkan Model Literasi Media yang Berkebhinekaan dalam Menganalisa Informasi Berita Palsu (Hoax) di Media Sosial. *Pemikiran Sosiologi Volume 4 No.2* , 162.

Rihadi, D. R. (2017). Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax di Media Soial. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* , 69.