

Pelatihan Literasi Digital sebagai Upaya Penanggulangan Hoaks

Astri Dwi Andriani

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Putra Cianjur, Cianjur, Indonesia

**Corresponding author, email: astridwiandriani@gmail.com*

Diterima: 8 Juni 2023, Direvisi: 28 Desember 2023, Terbit: 31 Desember 2023

Abstract

The rapid development of information technology has made internet growth in Indonesia accelerate very quickly. APJII and We are Social noted that in 2023 the number of internet users in Indonesia will reach 215 million users with a duration of 8.5 hours per day. One of the biggest challenges faced in the current digital era is the spread of hoaxes on social media. Realizing that hoaxes are a real threat to Indonesian society, the government through the Ministry of Communication and Information of the Republic of Indonesia in 2021 took preventive steps, namely launching a digital literacy movement for 12.4 million people in 34 provinces. One of the locations chosen to carry out digital literacy activities is Pidie Regency, Aceh, Sumatra. Digital literacy is considered absolutely necessary so that new media (the internet) truly brings benefits to its users. The aim of this research is to expose the public to knowledge about digital literacy. The digital literacy activities carried out in Pidie Regency, Aceh, Sumatra were carried out online via a seminar or webinar website on May 25 2023. The webinar was presented using several methods, namely the lecture method, discussion method, question and answer method, and simulation and practice. The contribution of this community service was that 427 participants were exposed to information about digital literacy from students from Pidie Regency, Aceh, Sumatra. It is hoped that this activity can lead the people of Pidie Regency to become a literate society.

Keywords: Digital; literation; hoax.

Abstrak

Pesatnya perkembangan teknologi informasi membuat pertumbuhan internet di Indonesia melaju begitu cepat. APJII dan We are Social mencatat bahwa tahun 2023 jumlah pengguna internet di Indonesia menember 215 juta pengguna dengan durasi 8,5 jam per hari. Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi di era digital saat ini adalah penyebaran hoaks di media sosial. Menyadari bahwa hoaks merupakan ancaman nyata bagi masyarakat Indonesia, pemerintah melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia pada tahun 2021 melakukan langkah preventif, yaitu mencanangkan gerakan literasi digital untuk 12,4 juta rakyat di 34 provinsi. Salah satu lokasi yang dipilih untuk melaksanakan kegiatan literasi digital adalah Kabupaten Pidie, Aceh, Sumatera. Literasi digital dianggap mutlak diberikan agar media baru

(internet) benar-benar menghadirkan manfaat bagi penggunanya. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk membuat masyarakat terpapar pengetahuan mengenai literasi digital. Adapun kegiatan literasi digital yang dilakukan di Kabupaten Pidie, Aceh, Sumatera ini dilakukan secara daring atau *online* melalui website seminar atau webinar pada tanggal 25 Mei 2023. Webinar disajikan dengan menggunakan beberapa metode, yakni metode ceramah, metode diskusi, metode tanya jawab, serta metode simulasi dan praktek. Kontribusi dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebanyak 427 peserta terpapar informasi mengenai literasi digital yang berasal dari kalangan pelajar Kabupaten Pidie, Aceh, Sumatera. Diharapkan kegiatan ini bisa mengantarkan masyarakat Kabupaten Pidie menjadi masyarakat yang literat.

Kata-kata kunci: Digital; literasi; hoaks.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi telah mengubah lingkup dunia (Adnan, 2021). Teknologi informasi saat ini berkembang pesat sesuai dengan kebutuhan zaman. Internet merupakan teknologi terkini yang dibutuhkan semua orang, sehingga menjadikannya sebagai alat komunikasi utama. Berdasarkan survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 78,19 persen pada 2023 atau menembus 215.626.156 jiwa dari total populasi yang sebesar 275.773.901 jiwa. Jika dibandingkan dengan dengan survei periode sebelumnya, tingkat penetrasi internet Indonesia pada tahun ini mengalami peningkatan sebesar 1,17 persen. Hal ini didorong oleh penggunaan internet yang kian jadi kebutuhan masyarakat, sistem kerja WFH (*Work from Home*), dan tren bekerja online.

Salah satu media yang sangat populer diakses melalui internet adalah media sosial. Kemampuan media sosial yang bersifat *user-generated content* mampu membangun citra, mampu menampilkan audio-visual, pesan-pesan informatif, menghibur, dan mengundang rasa ingin tahu dengan postingan dan caption yang menarik (Haryati, 2023). Media baru ini menjadi salah satu sumber informasi utama bagi masyarakat Indonesia dalam mengakses informasi. Bahri (2021) menyatakan bahwa saat ini media sosial menjadi satu kekuatan baru dalam proses berkomunikasi dan bersosialisasi. Media sosial telah membentuk dan mempengaruhi sikap serta cara berpikir individu dalam menjalani kehidupan bermasyarakat. Dengan media sosial,

individu lebih mudah berkomunikasi tanpa dibatasi sekat-sekat wilayah, bahkan negara sekalipun. Mereka terbentuk karena kesamaan tujuan yang akan dicapai. Beragam bentuk media sosial tersedia di dunia.

Meski begitu, hadirnya media baru di tengah masyarakat Indonesia bukan tanpa tantangan. Salah satunya adalah “tsunami informasi” yakni tumpah ruahnya informasi yang diterima oleh masyarakat di waktu bersamaan. Bahri (2021) menyatakan bahwa derasnya informasi yang diterima masyarakat, apalagi dalam waktu yang bersamaan berpotensi membuat bingung masyarakat. Lebih dari itu, Juditha (2020) juga mengatakan bahwa banyaknya informasi melalui berbagai media diterima oleh hampir sebagian besar masyarakat dunia yang berada dalam ketidakpastian berpotensi menimbulkan kepanikan dan tekanan psikologis yang berat (stres).

Tsunami informasi yang diterima oleh masyarakat sangat berpotensi menyebabkan penyebaran berita bohong atau hoaks di media sosial. Tsaniyah & Juliana (2019) menyebutkan bahwa salah satu persoalan besar yang dihadapi bangsa ini adalah merebaknya hoaks atau berita palsu yang beredar di media sosial. Hal tersebut dipicu antara lain karena menguatnya fenomena *post truth* dan kemudahan menyebarkan informasi melalui media sosial dan aplikasi percakapan seperti WhatsApp.

Hoax adalah berita palsu atau berita bohong yang sekarang ini semakin banyak terjadi serta semakin mudah pula tersebarnya, salah satu penyebabnya adalah hadirnya media social (Fanaqi, 2021). Berita bohong atau hoaks menurut Fetzer (dalam Bafadhal & Santoso, 2020) adalah distribusi atau diseminasi informasi bohong, palsu, keliru, atau menyimpang secara sengaja yang bertujuan untuk menyesatkan, menipu, atau membingungkan pihak penerima. Kebohongan kemudian menjadi elemen persuasif utama yang memanfaatkan ambiguitas dari bahasa kita untuk mendorong masyarakat melakukan suatu tindakan tertentu. Kesalahan informasi yang diberikan ke publik, pada akhirnya menentukan bagaimana cara mereka bertindak dan menyebarkan penilaian moral tertentu kepada masyarakat yang membaca disinformasi tersebut.

Adapun yang menjadi penyebab menyebarnya hoaks di media sosial, menurut Bahri (2021) yakni tingginya pengguna internet di Indonesia dan kebebasan berpendapat di media sosial yang dilindungi oleh Pasal 19 Deklarasi Universal HAM dan

Pasal 28E UUD 1945. Poinnya adalah kebebasan berekspresi tanpa campur tangan dan untuk menggali, mendapat, dan menyebarkan informasi. Namun, banyak warganet yang tidak sadar bahwa kebebasan berpendapatnya wajib dibarengi tanggung jawab demi kemaslahatan masyarakat secara umum.

Sementara itu, jika dilihat berdasarkan sebarannya, Mafindo (dalam Bahri, 2021) menyatakan bahwa sebaran tipe hoaks yang dibangun berdasarkan polanya ditemukan dalam berbagai kriteria. Dalam konten satire atau tidak ada niat merugikan namun berpotensi merugikan sebanyak 1 persen. Ada konten menyesatkan yang membingkai isu atau *Missleading* sebanyak 42 persen. Konten baru yang sengaja dibuat untuk menipu (*Fabricated Content*) sebanyak 19 persen. Ada pula pola dengan koneksi salah atau konten asli disamarkan dengan informasi yang keliru (*False Connection*) sebanyak 16%. Konten salah (*False Context*) terdapat 19%.

Untuk menjawab tantangan keberadaan penyebaran hoaks tersebut, maka diperlukan literasi digital. Konsep literasi digital telah ada sejak tahun 1990 (Raharjo & Winarko, 2021). Adapun terminologi literasi digital atau melek digital bersandar dari dua kata yaitu literasi dan digital. Literasi dari bahasa Inggris 'letter' dan dari bahasa Latin 'literature'. Maknanya kemampuan membaca dan menulis. Literasi diartikan kemampuan seseorang membaca dan menulis sesuatu yang sedang dibicarakan, mendengarkan, dan dikemukakan. Dan "digital" berasal dari kata Yunani "digitus", yang berarti jari jemari, yang menggambarkan kemajuan teknologi komputer dan informatika saat ini, yang berorientasi pada keyboard, yaitu "tekan tombol" (Bahri, 2021).

Paul Gilster (dalam Bahri, 2021) menjelaskan melalui karyanya Digital Literacy bahwa literasi digital adalah kemampuan untuk mempelajari dan menggunakan informasi dari berbagai sumber yang dapat diakses melalui perangkat komputer. Oleh karena itu, secara umum literasi digital dapat diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan dan memahami penggunaan teknologi informasi dan komunikasi untuk tujuan dan kegunaan yang positif. Sementara itu Bawden (dalam Bahri, 2021) memberikan konsep literasi digital yang berasal pada literasi komputer dan literasi informasi. Mengacu pada pendapat Bawden, literasi digital lebih banyak dikaitkan dengan keterampilan teknis mengakses, merangkai, memahami, dan menyebarluaskan

informasi. Mengingat deras nya arus informasi di dunia maya, berpikir kritis menjadi salah satu hal yang utama. Keterampilan literasi digital ini memberikan cara berpikir kritis. Memiliki pemahaman tertentu tentang tugas yang diberikan kepada seseorang. Pada tataran kritis mengevaluasi informasi, berpikir kritis juga menjadi sangat penting dalam menumbuhkan literasi informasi (Goodfellow dalam Bahri, 2021).

Douglas A.J. Belshaw (dalam Bahri, 2021) menjelaskan bahwa ada delapan faktor penting dalam perkembangan literasi digital, seperti gambar di bawah ini. 1) Kultural, yaitu memahami berbagai konteks pengguna di dunia digital; 2) Kognisi, yaitu penilaian isi berpikir; 3) Konstruktif, yaitu membuat beberapa hal yang ahli dan praktis; 4) Communication skills, yaitu memahami kinerja jaringan dan komunikasi di dunia digital; 5) Bertanggung jawab dan percaya diri; 6) Jadilah kreatif dan lakukan hal-hal baru dengan cara baru; 7) Memecahkan atau kritis menghadapi konten yang ada; 8) Bertanggung jawab kepada masyarakat. Dengan demikian dapat dirumuskan literasi digital adalah pengetahuan dan keterampilan mengelola media digital, alat-alat komunikasi, menilai, menciptakan informasi, dan menggunakannya secara arif, dan patuh terhadap hukum untuk menjalin interaksi dalam bermasyarakat. Jadi, literasi digital adalah kecakapan (life skills) yang mengharuskan seseorang mempunyai perilaku dan berpikir kritis, inspiratif sebagai kompetensi digital, tapi di saat yang sama memiliki kemahiran dan keterampilan yang unggul dalam menggunakan perangkat teknologi, informasi, dan komunikasi.

Penelitian-penelitian terdahulu perihal literasi digital telah dilakukan. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi & Pritanova (dalam Tsaniyah & Juliana, 2019) yang menyebut bahwa literasi digital yang baik dapat berpengaruh pada kondisi psikologis remaja dan anak-anak. Jika literasi digital diberikan secara tepat dimungkinkan dapat mencegah remaja dan anak-anak untuk melakukan hal-hal negatif di dunia maya, seperti menghina orang lain, berbahasa tidak sopan, merisak, dengki, menyebar informasi palsu, dan hal-hal negatif lain.

Penelitian lain menemukan literasi digital telah memberikan dampak positif bagi pengetahuan, pemahaman, dan keterampilan dalam menggunakan media sosial yang kini menjadi sumber informasi khalayak, terutama generasi muda (Silvana & Darmawan dalam Tsaniyah & Juliana, 2019). Generasi muda dianggap sebagai

generasi yang rentan dalam menyalahgunakan media sosial dan internet, mengingat interaksi mereka yang intens dengan sosial media. Mereka diharapkan dapat memahami pesan-pesan yang tersebar di media sosial yang memiliki lapis-lapis makna. Di sanalah peran literasi digital dibutuhkan (Tsaniyah & Juliana, 2019).

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka diselenggarakan Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Webinar Literasi Digital dalam rangka penanggulangan hoaks yang dilaksanakan secara *online* menyasar para pelajar yang ada di Aceh, Sumatera. Kegiatan yang diselenggarakan pada tanggal 25 Mei 2023 tersebut bekerjasama dengan Universitas Putra Indonesia, Dinas Pendidikan Kabupaten Pidie, Aceh, Sumatera, dan Influencer sebagai narasumber. Dengan literasi digital, masyarakat diharapkan generasi muda yang ada di Kabupaten Pidie, Aceh bisa literat. Masyarakat literat adalah masyarakat yang terliterasi informasi adalah masyarakat yang dapat menyadari bahwa mereka membutuhkan, memperoleh, dan melakukan evaluasi mutu informasi. (Juditha, 2019).

BAHAN DAN METODE

Bahan yang digunakan yaitu materi yang digunakan dalam PKM (Mujiyanto, 2021). Dalam PKM ini, materi yang digunakan adalah topik mengenai literasi digital dengan metode/pendekatan yang digunakan yaitu seminar dan pelatihan berupa ceramah dan praktik secara online synchronous tatap maya melalui aplikasi zoom meeting. Menurut Gumilar (dalam Tsaniyah & Juliana, 2019) menyebutkan bahwa pada pendidikan dan kajian yang lebih luas, literasi media dipercaya sebagai solusi atas masalah hoaks. Pendidikan merupakan proses di mana seseorang mengembangkan kemampuan sikap dan bentuk-bentuk tingkah laku lainnya didalam masyarakat dan di lingkungan yang terpilih dan terkontrol, sehingga seseorang dapat mengalami perkembangan kemampuan individu yang optimum (Fanaqi, 2023).

Jalan utama untuk menanggulangi hoaks adalah dengan membangun kompetensi publik dalam menghadapi banjir informasi. Usaha membangun kompetensi publik dilakukan melalui literasi media. Misalkan, literasi media dapat diberikan kepada setiap orang yang duduk di bangku SMA, sebagai kelompok usia yang menggunakan gawai secara intens. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia literasi merupakan suatu kemampuan individu dalam mengelola setiap informasi dan pengetahuan untuk

kecakapan hidup. Dalam hal ini literasi tidak hanya diartikan sebagai kemampuan membaca dan menulis saja, namun lebih dari pada hal itu literasi merupakan suatu kemampuan, dimana seseorang mampu berfikir secara kritis terhadap satu permasalahan yang sedang mereka hadapi (Fanaqi, 2023).

Literasi digital dianggap mutlak diberikan agar media baru (internet) benar-benar menghadirkan manfaat bagi penggunaanya (Rianto dalam Tsaniyah & Juliana, 2019). Terlebih lagi jika berkaca pada kenyataan bahwa individu-individu di masa sekarang sangat aktif dalam mencari informasi. Pada satu sisi, keaktifan dalam mencari informasi tersebut adalah suatu sikap yang baik. Akan tetapi, apabila tanpa bekal literasi digital yang cukup, individu-individu yang aktif mencari informasi itu berpotensi tersesat. Melalui literasi digital diharapkan masyarakat tidak hanya berlaku kritis dalam mengakses informasi dan tidak hanya bersandar pada satu sumber informasi (perspektif tunggal).

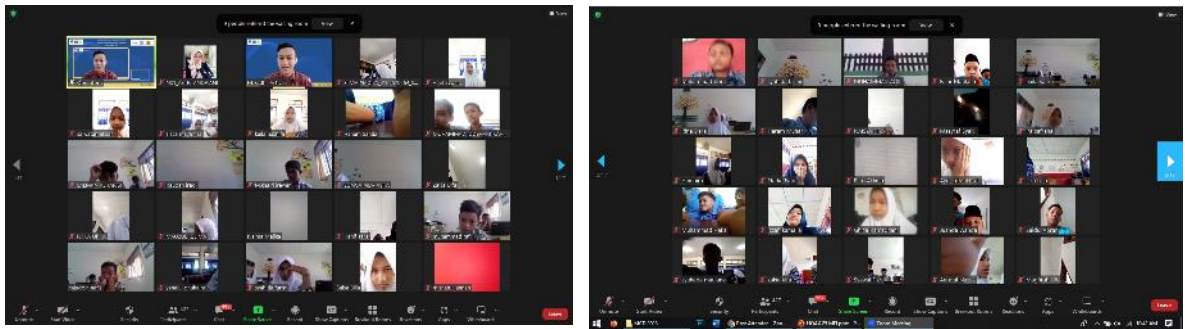
Adapun kegiatan literasi digital yang dilakukan di Kabupaten Pidie, Aceh, Sumatera ini dilakukan secara daring atau *online* melalui website seminar atau webinar melalui aplikasi Zoom. Webinar disajikan dengan menggunakan beberapa metode, yakni metode ceramah, metode diskusi, metode tanya jawab, serta metode simulasi dan praktek.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Munculnya informasi hoaks sebagai persoalan masyarakat digital terkini mengindikasikan rendahnya literasi digital di Indonesia. Data menunjukkan bahwa banyaknya jumlah pengguna Internet di Indonesia serta tingginya frekuensi mengakses konten informasi dan media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube, dan Twitter, khususnya di kalangan generasi milenial, tidak diiringi dengan kesadaran untuk bijak menggunakan internet. Menyadari bahwa hoaks merupakan ancaman nyata bagi masyarakat Indonesia, pemerintah melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia pada tahun 2021 melakukan langkah preventif, yaitu mencanangkan gerakan literasi digital untuk 12,4 juta rakyat di 34 provinsi. Ini merupakan kerja besar untuk memberikan literasi digital kepada masyarakat. Setidaknya, terdapat 20.000 pelatihan berdasarkan modul dan kurikulum yang menyasar 4 (empat) pilar literasi digital yaitu *digital ethics*, *digital society*, *digital skills*, dan *digital culture* (Raharjo

& Winarko, 2021).

Salah satu lokasi yang dipilih untuk melaksanakan kegiatan literasi digital adalah Kabupaten Pidie, Aceh, Sumatera. Kegiatan yang dilaksanakan pada tanggal 25 Mei 2023 tersebut diikuti oleh 427 peserta yang berasal dari kalangan pelajar.



Gambar 1. Kegiatan webinar literasi digital diikuti oleh 427 pelajar yang berasal dari Kab. Pidie, Aceh. Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023

Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia berkolaborasi dengan berbagai unsur dan *stakeholder*, diantaranya Dr. Astri Dwi Andriani, M.I.Kom, selaku Rektor Universitas Putra Indonesia Cianjur sebagai pemateri pertama, kemudian ada pula Yusmadi, S.Pd., M.Pd., selaku Kepala Dinas Pendidikan Kabupaten Pidie selaku pemateri kedua, dan M. Fadhil Achyari selaku *influencer* yang berperan sebagai *key opinion leader*.



Gambar 2. Poster webinar literasi digital. Sumber: Dokumentasi Kekominfo, 2023

Dalam webinar tersebut, dipaparkan beberapa data dan fakta mengenai pola konsumsi internet di Indonesia. Disebutkan bahwa pola konsumsi internet remaja di Indonesia cukup tinggi, yakni 8 jam 36 menit sehari (berdasarkan survei dari We Are Social pada tahun 2023). Hal ini pada akhirnya membuat media sosial menjadi sumber informasi utama bagi warga net Indonesia. Berdasarkan Status Literasi Digital Indonesia pada tahun 2021, sebanyak 73% masyarakat Indonesia mengakses media sosial dalam mencari informasi di tahun 2021. Angka ini turun dari tahun sebelumnya (2020) yang berkisar 76,0%. Setelah media sosial, baru diikuti televisi (sebanyak 59%), berita *online* (sebanyak 26,7%), situs website pemerintah (sebanyak 13,9%), media cetak (sebanyak 4,0%), radio (sebanyak 4,0%), dan lainnya.

Namun sayangnya, berdasarkan laporan Status Literasi Digital Indonesia di tahun yang sama, media sosial juga menjadi sumber penyebaran hoaks atau berita bohong. Yang paling tinggi bersumber dari Facebook (sebanyak 62%), Whatsapp (sebanyak 20,5%), Youtube (sebanyak 16,4%), televisi (sebanyak 16,3%), portal berita online (sebanyak 14,9%), dan Instagram (sebanyak 9,7%).



Gambar 3. Para narasumber saat memaparkan mater. Sumber: Dokumentasi Zoom, 2023

Kemudian, pemaparan narasumber menyebutkan bahwa fenomena hoaks terjadi setidaknya disebabkan oleh tiga hal, yakni fenomena *filter bubble*, *echo chamber*, dan *era post truth*. *Filter bubble* menurut Wulandari, Rullyana, & Ardiansah (2021) adalah sebuah algoritma sistem yang memungkinkan penggunanya untuk mendapatkan konten serupa sesuai dengan perilakunya ketika menggunakan layanan internet dan web. Contoh perilaku tersebut adalah dengan menyukai sebuah postingan, share, comment, klik link tertentu, hingga history pencarian pengguna.

Menurut Geschke, Lorenz, dan Holtz (dalam Wulandari, Rullyana, & Ardiansah, 2021), filter bubble didefinisikan sebagai hasil dari proses yang berbeda pada

pencarian informasi, persepsi, seleksi, dan meluapnya informasi. Berbagai informasi yang muncul merupakan hasil relevansi dengan topik yang dicari dan konteks permasalahan yang dihadapi.

Filter bubble dapat dikatakan sebagai jalan keluar untuk membatasi informasi yang melimpah. Hal ini sejalan dengan Pariser (dalam Wulandari, Rullyana, & Ardiansah, 2021) yang menyatakan bahwa filter bubble ini adalah alat buatan yang sebenarnya memberikan kita lingkungan informasi yang sangat relevan dengan masalah apa pun yang sedang kita kerjakan. Maka dalam segala aspek algoritma ini konsisten dengan tujuan dan fungsinya untuk menghubungkan pengguna dengan informasi yang diharapkan melalui penawaran beberapa item dengan aliran konten yang relevan.

Sayangnya, manfaat itu datang dengan sebuah ancaman baru. Adanya konsekuensi positif dan negatif bagi pengguna internet menjadi hal yang lumrah terjadi. Filter bubble berpotensi memperkuat segregasi ideologis dengan cara secara otomatis merekomendasikan konten yang memiliki kemungkinan sesuai dengan pendapat dan pandangan pengguna (Flaxman, dkk, dalam Wulandari, Rullyana, & Ardiansah, 2021). Jika ini terjadi, maka akan berdampak pada pemisahan informasi yang termasuk pada masalah serius. Karena, hakikatnya setiap orang memiliki kebebasan berpendapat dengan memahami berbagai pandangan dan asumsi. Algoritma ini bisa menyebabkan pikiran kita terbiasa dimanjakan dengan konten kesukaan yang telah membuat kita nyaman, sehingga pada akhirnya membuat orang jadi menutup mata akan dunia diluar topik tersebut. Atau paling tidak, terlambat menyadari bahwa ada topik penting yang seharusnya jadi perhatian kita, namun algoritma ini malah membatasi hal tersebut. Filter bubble sama halnya dengan filter non-transparan yang digunakan oleh algoritma sehingga membatasi pengguna dalam memilih. Sehingga hal tersebut mengakibatkan rusaknya kebebasan berpikir, berdiskusi, dan bertindak yang perlu diperhatikan sebagai upaya mengembangkan pemikiran individu (Bozdog & Hoven, dalam Wulandari, Rullyana, & Ardiansah, 2021).

Pada akhirnya fenomena filter bubble tersebut menimbulkan efek Echo Chamber. Echo Chamber atau ruang bergema adalah lingkungan di mana seseorang hanya menemukan informasi atau pendapat yang mencerminkan dan memperkuat pendapat mereka sendiri. Ruang bergema ini dapat ditemukan baik di

dunia nyata maupun dunia maya. Namun, dengan semakin berkembangnya teknologi dan makin populernya media sosial sebagai tempat mengeluarkan pendapat secara bebas, maka echo chamber kini dapat lebih mudah ditemukan di media sosial. Terjadinya echo chamber di media sosial maupun internet itu sendiri justru semakin dimudahkan dengan kinerja algoritma sistem internet, seperti yang sudah dijelaskan pada poin sebelumnya, penyebab maraknya echo chamber di media online adalah algoritma filter bubble. Jika ditarik ke sudut pandang yang lebih luas, sebenarnya hubungan antara filter bubble dan ruang bergema tersebut terjadi layaknya efek domino. Algoritma akan memberi pengguna topik yang mereka sukai (sesuai dengan like, klik, search, comment, dan share yang dilakukan pengguna sebelumnya), lalu mengumpulkannya dengan pengguna lain yang memiliki opini atau topik kesukaan serupa. Ketika mereka sudah berada pada satu lingkup yang sama, maka hal tersebut sudah menjadi cikal bakal fenomena echo chamber. Fenomena echo chamber akan menjadi nyata ketika mereka mengemukakan pendapat mereka secara terus menerus, dan mereka percaya bahwa itu benar, padahal apa yang mereka kemukakan hanya berputar-putar saja di lingkup mereka sendiri. Mirisnya, sistem bahkan membantu mereka untuk menghilangkan atau menyembunyikan topik yang bertentangan dengan apa yang mereka sukai (Wulandari, Rullyana, & Ardiansah, 2021). Hal tersebut bisa menjadi berbahaya jika pengguna tidak segera menyadarinya. Semakin lama, orang-orang akan semakin terpolarisasi karena tidak bisa berdialog dengan orang yang memiliki topik berseberangan. Mereka akan cenderung mengamini secara penuh topik yang mereka dukung karena substansi dari topik tersebut sudah mereka konsumsi berkali-kali sehingga menjadi kepercayaan yang sulit diubah.

Hal ketiga yang menjadi akar dari masalah hoaks adalah era *post truth*. Menurut Haryatmoko (dalam Suharyanto, 2019) hoaks adalah anak kandung dari posttruth. Posttruth digambarkan sebagai sebuah rentang masa yang cenderung mengabaikan fakta dan kebenaran sedangkan hoaks bisa diartikan sebagai berita atau informasi palsu/ bohong. Ken Willber, seorang "filsuf integral", dalam bukunya berjudul "Trump and the Post-truth World" (2017), post-truth dikaitkan dengan nihilisme, narsisme, skeptisisme, dan postmodernisme, yang pada prinsipnya menolak kebenaran universal. Realitas dan kebenaran hanyalah persepsi atau terikat pada perspektif dan interpretasi

individu. Juga, tidak ada kerangka moral dan kebajikan universal sebagai acuan bersama. Asumsi-asumsi filosofis itu menjadi dasar pijak operasi posttruth, baik dalam bentuk fake-news (berita bohong) maupun hoaks (berita fakta yang dipelintir).

Adapun yang menjadi ciri-ciri umum hoaks, diantaranya:

1. Mengaduk-aduk perasaan: membuat pembacanya emosi, benci, sakit hati, sedih, atau terlalu bahagia;
2. Minta diviralkan: pesan berantai yang biasanya diakhiri dengan perintah disebar atau *forward*;
3. Tidak jelas sumbernya: tidak ada link sumber atau informasi yang kredibel, terkadang mengklaim orang/Lembaga terkenal;
4. Tidak logis: informasinya tidak dapat diterima oleh akal sehat; dan
5. Tata bahasa yang buruk: banyak *typo*, susunan kata berantakan, dipenuhi huruf besar.

Kemudian di akhir sesi narasumber memperkenalkan cara-cara dalam mengklarifikasi berita hoaks yang didapatkan peserta. Mulai dari penggunaan *Google Lense* sebagai alat verifikasi gambar palsu hingga memberikan tutorial atau petunjuk praktis untuk para peserta untuk memverifikasi informasi hoaks melalui *chatbot* Mafindo (Masyarakat Anti Fitnah Hoaks Indonesia) di Whatsapp. Caranya sebagai berikut:

1. Simpan nomor Mafindo di kontak WA 0859-2160-0500
2. Buka aplikasi dan kirim pesan apapun untuk mulai percakapan
3. *Chatbot* akan membalas dengan lima pilihan, yaitu:
 - a. Periksa hoaks
 - b. Cek fakta terbaru
 - c. Tips & trik melawan hoaks
 - d. Tentang kami
 - e. Privasi
4. Pilih salah satu menu dengan ketik angka saja, tekan tombol kirim. Pengguna juga dapat meneruskan pesan yang ingin diperiksa.



Gambar 4. Sesi tanya jawab antara pemateri dengan peserta. Sumber: Dokumentasi Zoom, 2023

Kemudian paparan diakhiri dengan mengajak peserta untuk mengunduh buku elektronik seri literasi digital di laman www.literasidigital.id. Kegiatan webinar kemudian ditutup dengan diskusi, tanya-jawab, dan foto bersama.

KESIMPULAN

Hoaks menjadi tantangan utama dalam literasi digital Indonesia, khususnya di Kabupaten Pidie, Aceh, Sumatera. Untuk menanggulangi hoaks di Kabupaten Pidie, maka Kemenkominfo bekerjasama dengan Universitas Putra Indonesia, Dinas Pendidikan Kabupaten Pidie, dan *Influencer* untuk menyelenggarakan literasi digital secara online pada tanggal 25 Mei 2023 melalui aplikasi Zoom. Sebanyak 427 peserta yang berasal dari kalangan pelajar Kabupaten Pidie, Aceh, Sumatera. Diharapkan kegiatan ini bisa mengantarkan masyarakat Kabupaten Pidie menjadi masyarakat yang literat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, I. Z., & Rahma, I. H. (2021). Pengembangan Penerapan Marketing Digital Untuk Potensi Lokal (UMKM) di Kampung Cibadak. *Jurnal Media Pengabdian Komunikasi*, 1(1), 36-42.
- Ahdan, A. M., Muttaqin, E. N., Nurhisyam, F., Nurahman, G., Salsabil, I., Rusdiawan, M. M., ... & Nanang, N. (2021). Literasi Digital Sebagai Pondasi Awal Menjadi Masyarakat Informasi Dimasa Pandemi. *Jurnal PkM MIFTEK*, 2(2), 101-114.
- Bahri, S. (2021). Literasi digital menangkal hoaks covid-19 di media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*, 10(1), 16-28.
- Bafadhal, O. M., & Santoso, A. D. (2020). Memetakan pesan hoaks berita COVID-19 di Indonesia lintas kategori, sumber, dan jenis disinformasi. *Bricolage: Jurnal*

Magister Ilmu Komunikasi, 6(02), 235-249.

- Fanaqi, C., Dewi, R. U., Dikri, H., & Handitri, H. (2023). Literasi Stunting Dalam Rangka Pelaksanaan Bulan Imunisasi Anak Nasional Di Desa Cijolang Kabupaten Garut. *Jurnal Media Pengabdian Komunikasi*, 3(1).
- Fanaqi, C., Alamsyah, F., & Puspita, D. N. (2021). Sosialisasi Anti Hoax Di Media Sosial Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Media Pengabdian Komunikasi*, 1(1), 12-28.
- Fauzi Rahman, M., Yuliantini, A., Hakim, A. F., Nur'aeni, S., Anri, A., Restiani, A., ... & Santosa, G. V. (2023). Etika Bermedia Sosial Di Lingkungan Pelajar SMP Dan SMA Di Kota Bandung Sebagai Upaya Pemahaman Literasi Digital. *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 5(2), 255-263.
- Hariyati, F., Rahmawati, Y., & Akbari, D. A. (2023). Pelatihan Digital Branding Kampung Wisata Bagi Kompepar Kampung Pulo Geulis Bogor. *Jurnal Media Pengabdian Komunikasi*, 3(1), 251-264.
- Isabella, I., Iriyani, A., & Lestari, D. P. (2023). Literasi Digital sebagai Upaya Membangun Karakter Masyarakat Digital. *Jurnal Pemerintahan dan Politik*, 8(3), 167-172.
- Juditha, C. (2020). Perilaku Masyarakat Terkait Penyebaran Hoaks Covid-19 People Behavior Related To The Spread Of Covid-19's Hoax. *Jurnal Pekommas*, 5(2), 105-116.
- Juditha, C. (2019). Literasi informasi melawan hoaks bidang kesehatan di komunitas online. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(1), 77-90.
- Juliswara, V., & Muryanto, F. (2022). Model Penanggulangan Hoax Mengenai Berita Covid 19 untuk Pengembangan Literasi Digital Masyarakat di Indonesia. *JlIP- Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(7), 2587-2596.
- Mujianto, H., & Nurhadi, Z. F. (2021). Sosialisasi Cyberpreneurship Desa Cinta Kabupaten Garut. *Jurnal Media Pengabdian Komunikasi*, 1(1), 80-92.
- Raharjo, N. P., & Winarko, B. (2021). Analisis Tingkat Literasi Digital Generasi Milenial Kota Surabaya dalam Menanggulangi Penyebaran Hoaks. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 10(1), 33-43.
- Suharyanto, C. E. (2019). Analisis berita hoaks di era post-truth: sebuah review.
- Solihin, O., & Mogot, Y. (2023). Mengoptimalkan Konten Website Desa untuk Informasi yang Lebih Baik. *Jurnal Media Pengabdian Komunikasi*, 3(1).
- Tsaniyah, N., & Juliana, K. A. (2019). Literasi digital sebagai upaya menangkal hoaks di era disrupsi. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 4(1), 121-140.
- Widiantara, I. K. A. (2021). Model Kampanye Literasi Digital Dalam Menghadapi Gelombang Infodemik. *Communicare*, 2(2).
- Wulandari, V., Rullyana, G., & Ardiansah, A. Pengaruh algoritma filter bubble dan echo chamber terhadap perilaku penggunaan internet. *Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 17(1), 98-111.