

PELATIHAN PENGGUNAAN *HOAX BUSTER TOOLS* PADA ANGGOTA KARANG TARUNA DAN PKK DI SUKOHARJO

Fathan Fathan
Rhesa Zuhriya Briyan Pratiwi

IAIN Surakarta

Abstract

Keywords:

hoaks, *Hoax Buster Tools*,
literasi media
digital

The purpose of the service activities carried out by the KPI FUD IAIN Surakarta Study Program is to provide training in using the Hoax Buster Tools for the community, especially youth members of the Youth Organization and PKK mothers in Sukoharjo. The target segmentation is youth of the PERSI Youth Organization in Banmati Village, Sukoharjo District, as well as women members of the PKK Movement in Pucangan Village, Kartasura District, Sukoharjo. Community service activities run smoothly. Both youths and mothers who participated in the activity seemed enthusiastic and active in participating. Through this training, the participants were introduced to the forms and types of hoaxes, how to recognize and identify hoaxes, and verify hoaxes circulating in the community. It is hoped that this service activity can continue, in order to provide education to the public about the importance of media literacy in the digital realm.

Abstrak

Kata kunci:

bimbingan islami,
inferiority feeling,
anak pinggiran

Tujuan kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh Prodi KPI FUD IAIN Surakarta adalah untuk memberikan pelatihan dalam menggunakan perangkat Hoax Buster Tools bagi masyarakat, khususnya para pemuda anggota Karang Taruna dan ibu-ibu PKK di Sukoharjo. Adapun segmentasi yang disasar adalah pemuda Karang Taruna PERSI yang berada di Kelurahan Banmati, Kecamatan Sukoharjo, serta ibu-ibu anggota Gerakan PKK di Desa Pucangan, Kecamatan Kartasura, Sukoharjo. Kegiatan pengabdian berjalan dengan lancar. Baik pemuda, maupun ibu-ibu yang mengikuti kegiatan terlihat antusias dan aktif dalam berpartisipasi. Melalui pelatihan ini, para peserta diperkenalkan tentang bentuk dan jenis hoaks, bagaimana cara mengenali dan mengidentifikasi hoaks, serta melakukan verifikasi atas hoaks-hoaks yang beredar di masyarakat. Diharapkan, kegiatan pengabdian ini dapat terus berlanjut, guna memberikan edukasi bagi masyarakat tentang pentingnya literasi media di ranah digital.

Pendahuluan

Maraknya penggunaan media sosial di masyarakat, pada akhirnya turut memengaruhi bagaimana masyarakat bersikap dan mengembangkan identitasnya. Dalam konteks ini, identitas yang dimunculkan dibentuk melalui pola pendistribusian informasi dalam ranah siber, yang mana ini sangat berbeda dengan pola komunikasi sebelumnya dalam konteks media konvensional. Media siber mampu mengubah identitas individu penggunanya, yang awalnya bersifat anonim, selanjutnya menjadi lebih personal. Asumsinya, pengguna secara bebas dapat mempublikasikan konten dan data diri mereka yang bersifat pribadi, disertai dengan foto dan ruang interaksi dalam sistem jejaring media sosial yang digunakan (Nasrullah, 2014).

Nasrullah (2014) menyatakan bahwa para pengguna internet (netizen) memandang media sosial yang mereka gunakan layaknya ruang privat. Adapun informasi disampaikan secara aktif dan tidak lagi pasif layaknya dalam media tradisional lainnya. Pengguna berkontribusi aktif, sekaligus memegang kontrol penuh untuk memproduksi, menyalurkan, serta melakukan diskusi dan perbincangan pesan di dalam media sosial terkait dengan pesan yang saling dikirim-terimakan. Dengan kata lain, pengguna bebas memanfaatkan media sosial yang mereka miliki sehingga mereka cenderung akan membuat dan menyalurkan informasi yang dianggap penting untuk audiens lainnya (Herawati, 2016).

Bebasnya konteks masyarakat dalam memanfaatkan media sosial cenderung berimbas pada kurangnya pengawasan konten informasi yang dipublikasikan. Alhasil, muncul kekeliruan informasi yang dapat memicu hoaks (berita palsu). Hal ini didukung dengan survei yang dilakukan oleh Masyarakat Telematika Indonesia (Mastel, 2017), data menunjukkan bahwa sebanyak 44,3% masyarakat di Indonesia menerima berita hoaks setiap hari. Data survei juga menyatakan sebanyak 17,2% masyarakat menjawab telah menerima berita palsu pada kurun waktu lebih dari sehari; sejumlah 91,8% bahwa masyarakat menerima hoaks yang berkaitan dengan isu sosial politik; 88,6% masyarakat menerima hoaks tentang Suku, Agama, Ras, dan Antargolongan (SARA); dan 41,2% total masyarakat mendapat hoaks seputar isu kesehatan. Data ini selanjutnya menunjukkan besaran survei bahwa sebesar 92,4%, masyarakat Indonesia menyatakan bahwa media sosial dianggap sebagai saluran persebaran hoaks. Total 62,8% menyatakan bahwa *chatting platform* dalam media sosial dianggap sebagai saluran yang digunakan sebagai penyebar hoaks dan 34,9% memaparkan bahwa masyarakat memandang sejumlah situs web sebagai situs penyebar berita bohong atau hoaks.

Melalui data di atas, dapat dirumuskan secara ringkas bahwa internet

memiliki pengaruh besar terhadap munculnya persebaran berita bohong dan sejumlah ujaran kebencian. Adanya berita bohong yang beredar lebih merujuk pada beberapa tema ataupun topik tertentu, seperti mengenai isu sosial politik, permasalahan SARA, serta isu-isu kesehatan. Dalam konteks ini, sekecil apapun isu, tetapi mengarah yang mengarah pada berita bohong atau hoaks, misinformasi, maupun disinformasi, maka selanjutnya akan memicu konflik dan beberapa permasalahan lainnya dalam ranah publik.

Hoaks berawal dari istilah *bocus pocus*, sebuah akar kata yang kerap digunakan oleh pesulap untuk merumuskan bagaimana istilah hoaks digunakan dalam kondisi saat ini (Heryanto, 2017). Hoaks pada dasarnya dimaknai sebagai informasi palsu yang sengaja diciptakan dengan tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Selanjutnya, hoaks juga merepresentasikan sebagai pesan yang tidak sarat dengan informasi—yang informatif, melainkan lebih kepada pesan berita yang tidak benar, tidak sesuai kenyataan, serta bersifat bohong. Salah satu ciri khas dari hoaks adalah susunan kalimat yang cenderung bombastis dan hiperbola. Terkait hal ini, Ali (2017) mengidentifikasi penyebaran hoaks di Indonesia seiring dengan penggunaan media sosial yang semakin marak di masyarakat.

Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo) mencatat bahwa pada Januari 2019 lalu, terdapat 109 hoaks, dengan rincian 58 hoaks politik, 7 hoaks kriminalitas, dan 19 hoaks dalam tema lainnya. Jumlah pada data ini dinyatakan meningkat apabila dibandingkan dengan jumlah hoaks pada bulan Desember 2018, yaitu sebesar 88 hoaks (Sani, 2019). Selain itu, sepanjang tahun 2018, dinyatakan data bahwa terdapat 997 hoaks tersebar di Indonesia dan mayoritas adalah hoaks yang merujuk pada permasalahan politik (Samodro, 2019; Tsaniyah & Juliana, 2019). Selebihnya, sejumlah informasi palsu yang tersebar mayoritas banyak beredar di sejumlah media sosial, dengan klasifikasi pada *Facebook* sebanyak 45-64% dan *WhatsApp* sebanyak 10-15% (Harbowo, 2019).

Munculnya hoaks atau berita bohong secara dasar turut diatur dan dikelola dalam UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE). Dalam teknisnya, ketentuan ini salah satunya bertujuan untuk mengelola dan mengantisipasi agar tidak muncul sejumlah hoaks yang beredar di masyarakat, terlebih kebohongan yang memunculkan ujaran kebencian. Mengingat kondisi Indonesia dengan konteks dan lingkungan masyarakat yang plural, dengan keragaman budaya ataupun SARA sebagai bagian dari satu kesatuan bangsa sehingga tidak jarang jika kemudian perbedaan dan keragaman ini justru membentuk Indonesia menjadi beraneka, tetapi sekaligus mampu menimbulkan konflik pertentangan yang dipicu oleh adanya berita bohong (hoaks).

Gumilar, Adiprasetyo, & Maharani (2017) menjelaskan bahwa upaya yang dapat dilakukan untuk menghadapi maraknya hoaks di masyarakat adalah dengan literasi media. Menilik hal ini, Porter (dikutip dalam Zamroni, 2017) memaparkan adanya tiga aspek yang melingkupi literasi media, yaitu: pandangan personal, struktur pengetahuan, dan kemampuan individu. Adanya pandangan personal merujuk pada bentuk motivasi yang berpengaruh terhadap keinginan individu dalam memilih media yang digunakan. Konteks ini berkaitan dengan struktur pengetahuan yang dimiliki individu, terkait bagaimana kompetensi individu untuk menentukan pesan informasi yang dikonsumsi. Tindak lanjut selanjutnya adalah tentang kemampuan individu yang menaruh pada kemampuan analisis, evaluasi, generalisasi, dan deskripsi terhadap media yang digunakan. Asumsinya, hal ini akan sangat menentukan tingkat daya kritis setiap individu ketika memanfaatkan media dan memaknai pesan yang diterima.

Guna menentukan kebaruan dalam tulisan ini, sejumlah penelitian terdahulu mengenai hoaks, berita palsu, maupun ujaran kebencian di media sosial dan digital, digunakan sebagai pengembangan serta mendasari fokus dalam kajian tulisan ini. Sebut saja mengenai penyebaran hoaks

dan ujaran kebencian (Herawati, 2016; Sutantohadi & Wakhidah, 2017); maraknya hoaks dalam kancah politik dan demokrasi (Utami, 2018); hoaks dan kejahatan siber pada remaja (Herlina & Husada, 2019), hoaks dan kebebasan berekspresi (Mudjiyanto, 2019); maupun maraknya hoaks yang terjadi dan kerap disebarluaskan di media sosial (Rahadi, 2017).

Pentingnya literasi sebagai upaya untuk penanggulangan hoaks juga dibahas dalam beberapa riset terdahulu yang ditemukan, seperti pentingnya literasi digital sebagai upaya menangkal hoaks di era disrupsi (Tsaniyah & Juliana, 2019); literasi untuk melawan hoaks di bidang kesehatan (Judhita, 2019), maupun literasi untuk melawan hoaks yang bermuatan SARA (Bakri, Zulhazmi & Laksono, 2019). Melalui sejumlah temuan riset terdahulu tersebut, kebaruan dalam paparan analisis artikel ini akan difokuskan pada bagaimana upaya pengabdian dilakukan oleh Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) untuk memerangi hoaks dan berita bohong, memberikan literasi bagi masyarakat, serta memberikan penguatan agar masyarakat mampu bermedia secara cerdas dan optimal.

Maraknya hoaks yang muncul di lingkungan masyarakat turut menjadi perhatian bagi Prodi KPI IAIN Surakarta sebagai salah satu bagian dari institusi Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam yang erat kaitannya dengan studi komunikasi dan media. Dalam konteks ini, Prodi KPI IAIN Surakarta melalui programnya berupaya untuk melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi dalam sejumlah implementasi kegiatan, baik yang berkenaan dengan pengajaran, penelitian, maupun pengabdian kepada masyarakat. Maka dari itu, mengingat sejumlah fenomena yang muncul terkait dengan banyak hoaks dan pemberitaan bohong yang ada di masyarakat, Prodi KPI bekerja sama dengan Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo) *Chapter* Solo berupaya untuk memberikan pelayanan dalam bidang pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan literasi media.

Prodi KPI sebagai bagian dari agen pendidikan berupaya turut serta dalam menanggulangi dan mengantisipasi adanya persebaran hoaks serta sejumlah ujaran kebencian yang muncul di lingkungan masyarakat. Secara utama, wujud upaya turut serta ini diimplementasikan melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat, yang secara khusus ditujukan kepada para pemuda dan ibu rumah tangga yang dinilai cukup rentan dengan paparan hoaks. Konteks pemuda dipandang cukup dekat dan familiar dengan media serta internet sehingga mereka merupakan bagian dari pengguna aktif media sosial. Sedangkan konteks ibu-ibu, meski dinilai terbatas dalam penggunaan media sosial, tetapi dalam terpaan dan *circle* informasi, para ibu kerap mendapatkan paparan hoaks yang kurang diimbangi dengan filter sehingga banjir informasi yang diterima tidak jarang dipahami secara sepihak tanpa proses kroscek keaslian pada sumbernya.

Metode Pengabdian

Penelitian ini dilakukan secara kualitatif melalui pengumpulan data dari sejumlah informasi sekunder, baik yang bersifat literer, sumber referensi buku ataupun artikel ilmiah mengenai riset hoaks, dokumentasi seputar hoaks dan sejenisnya, serta data teks dari sejumlah media yang dapat diramu. Pengumpulan data juga diperoleh dari hasil observasi (pengamatan) pada kegiatan utama dalam pengabdian kepada masyarakat Prodi KPI yang telah dilakukan.

Fokus dalam riset pengabdian ini pada dasarnya merujuk pada bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Prodi KPI melalui program pengabdian masyarakat, bekerja sama dengan Mafindo Solo guna memberikan edukasi serta pemahaman untuk masyarakat mengenai literasi media. Hal ini dikhususkan tentang pemanfaatan media sosial secara bijak, cerdas sehingga selanjutnya masyarakat mampu mengantisipasi kemunculan hoaks, sekaligus mengkonfirmasi kebenaran atas hoaks yang diterima.

Adapun subjek dari pengabdian yang dilakukan ini merujuk pada sejumlah pemuda dan ibu-ibu PKK. Sesi pertama untuk pengabdian masyarakat ditujukan bagi para pengguna media sosial yang berada di wilayah Kelurahan Banmati, Sukoharjo, dan tergabung dalam organisasi karang taruna Persi Banmati. Keberadaan pemuda sebagai subjek pengabdian ini mewakili pihak aktif pengguna media sosial yang kerap mengakses, mengirim-terimakan informasi, serta memanfaatkan media sosial sebagai *platform* media utama mereka. Selain itu, pengabdian juga dilakukan dalam sesi kedua dan diperuntukkan bagi ibu-ibu PKK di Desa Pucangan, Kartasura, Sukoharjo, yang mana mereka mayoritas adalah pengguna media sosial yang cenderung pasif, tetapi kerap terpapar hoaks dalam sejumlah informasi yang diterima.

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan melakukan pengarahan dan sosialisasi tentang hoaks dan bahayanya bagi masyarakat. Dalam prosesnya, materi pengabdian dibuka oleh pihak Prodi KPI, dan diisi secara utama oleh dua narasumber praktisi dari Mafindo Solo, yang mana keduanya merupakan jajaran pimpinan dalam Mafindo Solo. Materi disampaikan melalui paparan presentasi bagi audiens, pelatihan untuk menentukan mana informasi hoaks dan yang bukan hoaks melalui pengenalan *hoaxbuster tools*, serta penguatan untuk audiens agar lebih peka dan selektif dalam mengakses informasi. Selain penyampaian materi dari narasumber, kegiatan pengabdian juga dilakukan dengan melakukan tanya jawab serta diskusi antara peserta dan narasumber.

Hasil

Literasi media pada dasarnya bukanlah hal baru bagi masyarakat, terutama bagi mereka yang kerap dan intens dalam menggunakan media. Media mampu menjadi titik utama dalam proses perputaran informasi. Terlebih, kondisi dan situasi yang melingkupi perkembangan teknologi

dewasa ini cukup menjadi pemicu sekaligus pendukung bagaimana informasi mampu tersalurkan dalam waktu yang lebih cepat, lebih singkat, dan lebih praktis secara bersamaan.

Literasi media dalam ranah digital menjadi aspek utama dalam pengabdian masyarakat yang dilakukan Prodi KPI. Adapun literasi digital ini diarahkan pada maraknya berita bohong atau palsu yang identik dengan hoaks. Terkait hal ini, keberadaan Perguruan Tinggi Islam, yang selanjutnya terimplementasikan secara operasional melalui Prodi sebagai bagian di dalamnya tentu berkewajiban untuk membantu proses mencerdaskan masyarakat agar cerdas dalam bermedia, khususnya ketika menggunakan media digital. Terlebih, Prodi KPI sebagai bagian lembaga yang memang mencetak profil lulusan yang dekat dengan kerja media, seharusnya mampu memberikan sumbangsih dalam proses pembelajaran dan pembinaan kepada masyarakat, salah satunya adalah dengan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bidang literasi ini.

Mafindo dan Pencegahan Hoaks

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Prodi KPI ditujukan secara khusus pada dua kluster sasaran, yakni pemuda yang tergabung dalam organisasi karang taruna, serta ibu-ibu dalam lingkungan RT yang tergabung dalam Gerakan PKK. Dalam konteks ini, pemilihan sasaran ini pada dasarnya dirumuskan untuk mewakili bagaimana generasi muda yang dipandang dekat dan kerap memanfaatkan media sosial selanjutnya diperbandingkan dengan ibu-ibu ataupun orang tua yang cenderung jarang menggunakan media sosial. Dalam kaitannya, pengabdian masyarakat ini juga turut menjadi bagian tujuan Prodi KPI guna mewujudkan masyarakat yang cerdas dalam bermedia, sekaligus agar mampu menyatu dengan masyarakat dan menjalin relasi dengan baik dalam bentuk kemitraan. Selain itu, konteks organisasi karang taruna dan

Gerakan PKK dipilih sebagai aspek kearifan lokal yang dekat dengan kehidupan masyarakat sehingga apa yang menjadi *real* kondisi masyarakat dalam pemanfaatan media menjadi lebih terfasilitasi secara lebih nyata.

Prodi KPI bekerja sama dengan organisasi sipil masyarakat bernama Mafindo Chapter Solo. Mafindo Solo ini merupakan bagian dari organisasi Mafindo Pusat yang bergerak sejak tahun 2015. Lahir secara resmi sebagai organisasi pada tanggal 19 November 2016 dan telah melakukan sejumlah kegiatan yang berbicara dan terfokus seputar anti hoaks, seperti *crowdsourced hoax busting*, upaya pelatihan dan pendidikan literasi digital untuk publik, CekFakta.com, dan kampanye publik untuk meningkatkan kesadaran tentang hoaks dan bahaya bawaannya (Sumber: <https://www.mafindo.or.id/about/>).

Berdasarkan visi dan misi yang diusung oleh Mafindo, pada dasarnya Mafindo secara utama berkonsentrasi pada bagaimana cara memberikan edukasi bagi masyarakat mengenai bahaya hoaks. Sebagai organisasi masyarakat sipil yang mandiri dan dinamis, Mafindo berpartisipasi aktif untuk mengembangkan cara berpikir kritis masyarakat, baik dalam kegiatan maupun diskusi. Mafindo juga mengusung visi untuk mewujudkan tatanan masyarakat yang aktif, damai, dan sejahtera, dengan mengantisipasi munculnya hoaks serta ujaran kebencian di masyarakat.

Guna mewujudkan edukasi ini, Prodi KPI selanjutnya menggandeng Mafindo Solo atau Mafindo *Chapter* Solo sebagai organisasi praktis yang dirasa sesuai untuk membantu dalam memberikan edukasi kepada masyarakat, terutama mengenai cara cerdas untuk memanfaatkan media secara optimal. Sesuai dengan aspek pengabdian dan bidang keahlian dari Prodi KPI, serta tujuan utama yang diusung Mafindo, maka dipilihlah literasi media untuk melawan hoaks sebagai materi dalam pengabdian KPI.

Secara teknis, pendampingan bersama Mafindo Solo dilakukan dalam dua sesi kegiatan pengabdian. Pengabdian pertama dilakukan

dengan memberikan materi literasi digital kepada sejumlah pemuda yang tergabung dalam organisasi Karang Taruna Persi di Desa Banmati, Kelurahan Banmati, Kecamatan/Kabupaten Sukoharjo. Sesi pertama ini diisi oleh narasumber dari Mafindo Solo, yakni Erwina Tri Sulistyaningrum. Selanjutnya, sesi kedua dilakukan dengan memberikan materi penyuluhan tentang literasi media melawan hoaks kepada para ibu yang tergabung dalam Gerakan PKK. Adapun sasaran dalam pengabdian sesi kedua ini adalah ibu-ibu Gerakan PKK di Desa Pucangan, Kecamatan Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, dan diisi oleh pemateri Guntur Wahyu Nugraha.

Hoax Buster Tools dan Literasi Digital

Literasi digital pada dasarnya berangkat dari bagaimana penggunaan media oleh masyarakat. Selain itu, adanya perkembangan media dan teknologi juga turut mempengaruhi bagaimana kecenderungan pemakaian ataupun penggunaan media oleh publik. Dalam konteks ini, muncul adanya pengaruh disrupsi media yang selanjutnya mengubah manusia dalam perilaku *time series* menjadi *real time*. Data yang diperoleh melalui perkembangan teknologi cenderung akan diolah dalam big data serta dapat diolah secara masif dan cepat. Masyarakat turut hidup dalam aset-aset konsumtif yang dipandang secara terbuka dan mampu digunakan secara bersama, saling berbagi serta berkolaborasi, tanpa harus memiliki sumber daya sendiri. Hal ini tampak berbeda dengan teknologi masa lalu yang cenderung harus membutuhkan waktu dalam pengolahannya (Putra, 2018).

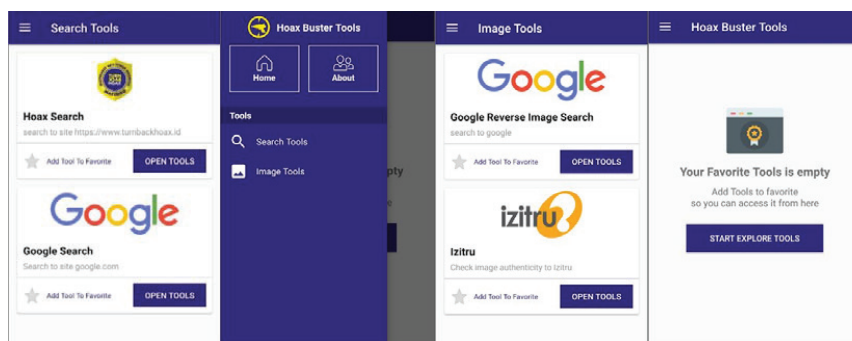
Maraknya kemunculan hoaks atau berita bohong dipandang menjadi akibat yang ditimbulkan dari kondisi disrupsi informasi. Selain data dan informasi sebenarnya mampu diramu dalam *big data* dalam waktu yang cenderung singkat, tetapi di satu sisi, hal ini memicu banjirnya informasi yang mampu mengaburkan faktualitas data informasi itu sendiri. Salah

satunya adalah dengan keberadaan hoaks yang dapat menyerang setiap pengguna media, tanpa terkecuali.

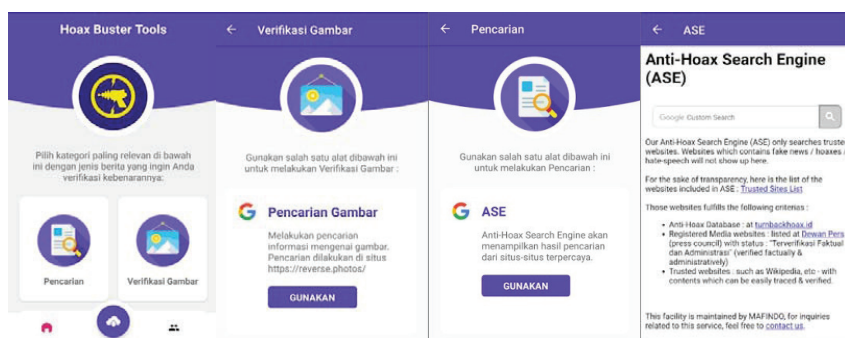
Prodi KPI bersama Mafindo Solo dalam proses pengabdian masyarakat yang dilakukan berupaya mengajak para pemuda Karang taruna serta ibu-ibu PKK untuk aktif dalam mengantisipasi kemunculan hoaks. Dalam hal ini, perlu adanya literasi media yang diedukasikan bagi masyarakat. Dengan demikian, para pemuda dan ibu-ibu PKK dibekali sejumlah materi yang spesifik mengenai jenis ataupun bentuk hoaks yang biasa muncul di masyarakat, serta bagaimana cara untuk menghadapi kemunculan hoaks tersebut. Salah satunya dengan melakukan filter antisipasi agar tidak mudah terpengaruh berita bohong.

Salah satu bentuk filter antisipasi digital yang dapat dilakukan oleh masyarakat adalah dengan menggunakan *Hoax Buster Tools*. *Hoax Buster Tools* digunakan sebagai salah satu perangkat berbasis digital yang diperkenalkan untuk mengecek serta mengklarifikasi informasi, apakah informasi yang saling dikirim-terimakan adalah informasi yang sebenarnya atau justru merupakan hoaks atau berita bohong. Melalui perangkat ini, para pemuda dan ibu-ibu PKK yang menjadi peserta pengabdian diharapkan mampu teredukasi untuk selanjutnya menyebarkan informasi yang baik dan faktual kepada pengguna media yang lainnya.

Penggunaan *Hoax Buster Tools* pada dasarnya tergolong mudah. Dalam hal ini, perangkat *Hoax Buster Tools* dapat diunduh melalui *Playstore* dan dapat tersinkron dengan *Google*, terutama bagi para pengguna gawai berbasis *Android*.



Gambar 1. Tampilan *Hoax Buster Tools*



Gambar 2. Menu pencarian dan verifikasi dalam *Hoax Buster Tools*

Beberapa gambar di atas merupakan tampilan menu dan beberapa fasilitas dalam perangkat *Hoax Buster Tools*. Terkait hal ini, para pemuda dan ibu-ibu PKK yang menjadi peserta pengabdian Prodi KPI diajari bagaimana menggunakan perangkat tersebut, mulai dari mengunduh perangkat, memasukkan beberapa kata kunci, ataupun melakukan pengecekan dan verifikasi pada beberapa informasi gambar. Dalam kegiatan ini, peserta pengabdian terlihat antusias dan aktif dalam berpartisipasi. Selain merupakan hal baru, pengenalan dalam penggunaan perangkat *Hoax Buster Tools* ini juga merupakan alternatif yang menurut

peserta bermanfaat dan mampu membantu mereka dalam mengantisipasi kemunculan hoaks.

Kesimpulan

Prodi KPI FUD IAIN Surakarta bersama Mafindo Solo bekerja sama untuk memberikan pendampingan terkait dengan kegiatan pengabdian bertajuk pelatihan literasi digital bagi masyarakat. Kegiatan ini dikhususkan bagi para pemuda anggota Karang Taruna dan Ibu-ibu PKK. Kedua segmentasi ini dipilih sebagai sasaran kegiatan pengabdian masyarakat, mengingat keduanya dipandang sebagai segmentasi yang kerap terpapar hoaks ataupun berita bohong di masyarakat.

Pelatihan diisi dengan materi mengenai pentingnya mengenali hoaks sebagai bagian dari informasi palsu. Keberadaan hoaks harus ditinjau dan dikenali dengan sedemikian rupa agar masyarakat mampu tereduksi untuk selektif sekaligus mampu menentukan informasi apa yang benar-benar valid untuk mereka. Selain itu, materi dilanjutkan dengan pengenalan dan pelatihan untuk menggunakan perangkat verifikasi hoaks, yakni *Hoax Buster Tools*. Perangkat ini dinilai mudah diakses oleh setiap pengguna karena sudah tersinkron dengan mesin pencari *Google* serta dapat diunduh melalui *Playstore* untuk para pengguna gawai.

Selanjutnya, kegiatan pengabdian masyarakat Prodi KPI ini diharapkan dapat terus berlanjut ke depannya, terutama mengenai bagaimana memperkenalkan literasi media bagi masyarakat dalam setiap lini lapisan. Perlu adanya edukasi berkelanjutan bagi masyarakat, khususnya dalam penggunaan media berbasis digital. Dengan demikian, masyarakat dalam praktiknya akan tetap merasa dekat dengan media dan mampu mengakses informasi apa saja yang mereka butuhkan, tetapi tetap dengan memperhatikan kebenaran informasi yang mereka terima sehingga tidak terjadi hal-hal yang merugikan.

Daftar Pustaka

- Ali, M. (2017). Antara Komunikasi, Budaya dan Hoax. In A. Wahyudin & M. Sunuantari (Eds.), *Melawan Hoaks di Media Sosial dan Media Massa*. Yogyakarta: Trust Media Publishing & Askopis Press.
- Bakri, S., Zulhazmi, A. Z., & Laksono, K. (2019). Menanggulangi Hoaks dan Ujaran Kebencian Bermuatan Isu Suku, Agama, Ras, dan Antargolongan di Tahun Politik. *al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 4(2), 199-234.
- Gumilar, G., Adiprasetyo, J., & Maharani, N. (2017). Literasi Media: Cerdas Menggunakan Media Sosial Dalam Menanggulangi Berita Palsu (Hoax) Oleh Siswa SMA. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 35–40.
- Harbowo, N. (2019, April). Hoaks Ganggu Stabilitas Nasional. *Kompas*.
- Herawati, D. M. (2016). Penyebaran Hoax dan Hate Speech sebagai Representasi Kebebasan Berpendapat The Spread of Hoax and Hate Speech as The Representation of Freedom of Opinions Abstract : Abstraksi : *Promedia: Jurnal Public Relation Dan Media Komunikasi*, II(2), 138–155.
- Herlina, M., & Husada, S. (2019). Dampak Kejahatan Cyber dan Informasi Hoax terhadap Kecemasan Remaja di Media Online. *Promedia (Public Relation dan Media Komunikasi)*, 5(2).
- Heryanto, G. G. (2017). Bisnis Hoaks dan Literasi Digital. Retrieved May 29, 2019, from [mediaindonesia.com](https://mediaindonesia.com/read/detail/120440-bisnis-hoaks-dan-literasi-digital) website: <https://mediaindonesia.com/read/detail/120440-bisnis-hoaks-dan-literasi-digital>
- Ilahi, H. N. (2018). Women and Hoax News Processing on WhatsApp. *JSP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 22(2), 98–111. <https://doi.org/10.22146/jsp.31865>
- Juditha, C. (2018). Interaksi Simbolik Dalam Komunitas Virtual Anti Hoaks Untuk Mengurangi Penyebaran Hoaks. *Jurnal (PIKOM) Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan*, 19(1), 17–32. <https://doi.org/10.31346/jpkp.v19i1.1401>
- Librianty, A. (2017). Survei: Media Sosial Jadi Sumber Utama Penyebaran Hoax. Retrieved May 27, 2019, from www.liputan6.com website: <https://www.liputan6.com/tekno/read/2854713/survei->

mediasosial-jadi-sumber-utama-penyebaran-hoax

- Mastel. (2017). Press Release: Infografis Hasil Survey MASTEL Tentang Wabah Hoax Nasional. Retrieved August 26, 2018, from mastel.id website: <http://mastel.id/press-release-infografis-hasil-survey-mastel-tentang-wabah-hoax-nasional/>
- Mudjiyanto, B. (2019). Kebebasan Berekspresi dan Hoaks. *Promedia (Public Relation dan Media Komunikasi)* 5(1).
- Nasrullah, R. (2014). Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia): Edisi Pertama. *Jakarta: Kencana Media Group.*
- Nasrullah, R. (2015). Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. In *Bandung: Simbiosis Rekatama Media.* <https://doi.org/10.1007/978-1-4614-3137-4>
- Pratama, A. B. (2016, 12 29). Retrieved 6 12, 2017, from CNN Indonesia: <http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20161229170130-185-182956/ada-800-ribu-situs-penyebar-hoax-di-indonesia/>
- Putra, R. M. D. (2018). Inovasi Pelayanan Publik di Era Disrupsi (Studi tentang Keberlanjutan Inovasi E-Health di Kota Surabaya). *Jurnal Kebijaksanaan Dan Manajemen Publik*, 6(2), 1–13.
- Rahadi, D. R. (2017). Perilaku Pengguna dan Informasi Hoaks di Media Sosial. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 58–70. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v5i1.1342>
- Samodro, D. (2019). Mafindo Sebut Ada 997 Hoax Sepanjang 2018. Retrieved May 28, 2019, from www.antaranews.com website: <https://www.antaranews.com/berita/811092/mafindo-sebutterjadi-997-hoaks-sepanjang-2018%0A>
- Sani, A. F. I. (2019). Mafindo Sebut Kabar Hoaks Politik Meningkat di Januari. Retrieved May 27, 2019, from nasional.tempo.co website: <https://nasional.tempo.co/read/1185261/mafindo-sebut-kabarhoaks-politik-meningkat-di-januari/full&view=ok>
- Sutantohadi, A. & Wakhidah, R. (2018). *Bahaya Berita Hoax dan Ujaran Kebencian pada Media Sosial terhadap Toleransi Bermasyarakat. DIKEMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(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.

Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE).

Website resmi Mafindo. <https://www.mafindo.or.id/about/>.

Zamroni, M. (2017). Media Sosial dan Realitas Hidup Masyarakat Postmodern. In A. Wahyudin & M. Sunuantari (Eds.), *Melawan Hoax di Media Sosial dan Media Massa*. Yogyakarta: Trust Media Publishing & ASKOPIS Press.

