

## Literasi Digital Berbasis Sosialisasi Bicara Baik dan Bijak Bermedia Sosial pada Kelompok Ibu Rumah Tangga Kel. Sungai Sibam Kota Pekanbaru

Arina Himatul Husna<sup>1</sup>, Nazhifah<sup>2</sup>, Johan Faladhin<sup>3</sup>, Ulmi Marsya<sup>4</sup>, Desy Mairita<sup>5</sup>, M.Tazri<sup>6</sup>  
Universitas Muhammadiyah Riau, Jl.Tuanku Tambusai Ujung, Pekanbaru  
Email: arinahusna@umri.ac.id

### Kilas Artikel

Volume 2 Nomor 2  
Agustus 2022  
DOI:xxx/ejpm.v%i%.xxxx

### Article History

Submission: 29-07-2022  
Revised: 29-07-2022  
Accepted: 29-07-2022  
Published: 01-08-2022

### Kata Kunci:

Literasi Digital, Media Sosial, Interaksi Online, Ujaran Kebencian

### Keywords:

Digital Literacy, Social Media, Online Interaction, Hate Speech

### Korespondensi:

( Ulmi Marsya )  
arinahusna@umri.ac.id

### Abstrak

Penggunaan media sosial yang tinggi pada masyarakat Indonesia dinilai memberi peluang untuk berinteraksi secara online dengan orang lain tanpa batasan jarak dan waktu. Pengguna dapat berkomunikasi dengan public figure yang mereka temui sepanjang mereka juga menggunakan media sosial, Aktivitas komunikasi dan interaksi dari mengirim pesan, memberi tanda suka (like) dan membubuhi komentar dapat dilakukan oleh masyarakat secara langsung. Namun, netizen Indonesia acapkali melakukan komunikasi agresif dalam beraktivitas di media sosial. Banyak netizen meninggalkan komentar bernada kebencian (hate speech) dan menyinggung (offensive) dengan mudah. Hal tersebut rentan memicu permusuhan dan berpeluang menyakiti pengguna lain. Terutama bagi perempuan yang sangat rentan akan kekerasan berbasis gender seperti pelecehan seksual atau justifikasi gender di ruang-ruang publik. Untuk itu, literasi digital berbasis sosialisasi berbicara baik dan bijak dalam bermedia sosial bagi netizen Indonesia perlu dilakukan demi terciptanya atmosfer interaksi bermedia online yang positif dengan cara memberikan mensosialisasikan tentang bagaimana mengakses social media, bagaimana memahami pesan, dan bagaimana memilih informasi yang baik.

### Abstract

High intensity of social media usage in indonesia provides online interaction between people all around the world anytime. Social Media users can having some online interactions with which public figures they want to as long as they also use the social media. communication activity such as sending messages, likes, comment can be done. But, Indonesian netizen are often do some aggressive or rude act in online media. There are some factors like the anonymous and tons of comments all over the world makes them feel safe to comment as they please. They can do any hate speech or something offensive easily to other people that they even never know each other before. Especially for women, social media is whare any gender violances such as sexual harassment, gender justifications, or anything else can do even in online public spaces. According to those problems above, digital literacy is really important to women to makes they know how to use social media safely and in positive ways from how to access, how to understanding the message, and how to select good informations.



## 1. PENDAHULUAN

Media sosial menjadi media yang paling banyak diakses oleh masyarakat Indonesia ketika berselancar di internet. Dalam laporan yang dilansir oleh We Are Social pada Indonesian Digital Report 2021 mencatat sebanyak 61,8% atau setidaknya berjumlah 170 juta dari total jumlah populasi masyarakat Indonesia telah menjadi pengguna aktif media sosial. Dengan rata-rata durasi penggunaan mencapai 3 jam 41 menit setiap harinya (Kemp, 2021). Tingginya angka pengguna dan durasi yang cukup panjang menjadikan interaksi masyarakat juga banyak terjadi di dalam media jejaring. Hal tersebut juga tentunya didasari dari para penggunanya, salah satu indikator demografinya adalah dari pengguna berjenis kelamin laki-laki dan perempuan.

Berdasarkan sebuah riset yang dilakukan oleh wearesocial.com (Kemp, 2019) menyatakan bahwa masyarakat Indonesia berada pada urutan ke empat terbesar di dunia dalam penggunaan media sosial. 20,4% pengguna media sosial di Indonesia adalah wanita sedangkan laki-laki hanya diangka 24,2%, dan hal mengejutkan lainnya adalah, dari 20,4% pengguna yang notabene adalah wanita, sebanyak 65% penggunaannya adalah ibu rumah tangga. Selain itu, menurut Dedy Permadi selaku Staf Khusus Menkominfo, menyatakan bahwa secara global kondisi pengguna dalam mengakses internet terdapat 58% adalah laki-laki dan 48% nya lagi adalah perempuan. Dengan demikian, penggunaan internet di Indonesia masih terdapat kesenjangan antara laki-laki dan perempuan. Hal ini mengacu pada data lain dari Staf Khusus Menkominfo tersebut, yakni hanya 20% perempuan yang memiliki akses terhadap internet di Indonesia, dan dari 20% tersebut hanya 5% yang menggunakan internet untuk mengekspresikan pandangan mereka di media sosial, serta dari 5% tersebut hanya 26% yang menggunakan media sosial untuk mencari informasi yang kritis tentang hak perempuan. (Rizkinaswara, 2022)

Terlebih melalui media sosial, memungkinkan mereka yang terisolasi dengan komunitas fisik dapat terhubung dengan komunitas lain di dalam ruang virtual. Selain itu media sosial juga memfasilitasi interaksi lintas sosial, budaya, politik, agama dan ideologis serta memungkinkan tumbuhnya pemahaman yang lebih baik. Banyak orang juga mengekspresikan empati dan menerima dukungan dari orang lain. Hal tersebut memperkaya hubungan orang dan kemampuan mereka untuk tetap terhubung (Lenhart, 2015). Ini juga membuka peluang untuk menghubungkan orang dengan cara yang berbeda dari sebelumnya, menjaga pertemanan tanpa terkendala jarak dan waktu. Pengguna dapat dengan mudah mengirim pesan kepada pengguna lain, baik teman, kolega maupun public figure yang pada era sebelumnya hanya dapat dilihat di layar televisi. Pengguna dapat menemukan pejabat, artis idola dan figur lain sepanjang mereka juga menggunakan media sosial, Aktivitas komunikasi dan interaksi dari mengirim pesan, memberi tanda suka (like) dan membubuhi komentar dapat dilakukan oleh masyarakat secara langsung.

Dengan kelebihan dan kemudahan tersebut, nyatanya masih banyak masyarakat yang abai perihal etik dan moral di dalam bermedia sosial. Fenomena haters (a person who hate) menjadi salah satu dampak dari hadirnya media sosial. Komentar buruk dan menjatuhkan kerap kali menyasar pengguna lain khususnya dalam hal ini figure publik. Kita diingatkan pada riset Digital Civility Index 2021 yang dirilis oleh Microsoft tentang tingkat kesopanan digital pengguna internet saat berkomunikasi di dunia maya. Riset tersebut menempatkan warganet Indonesia berada di urutan terbawah se-Asia Tenggara (Surya, 2021).

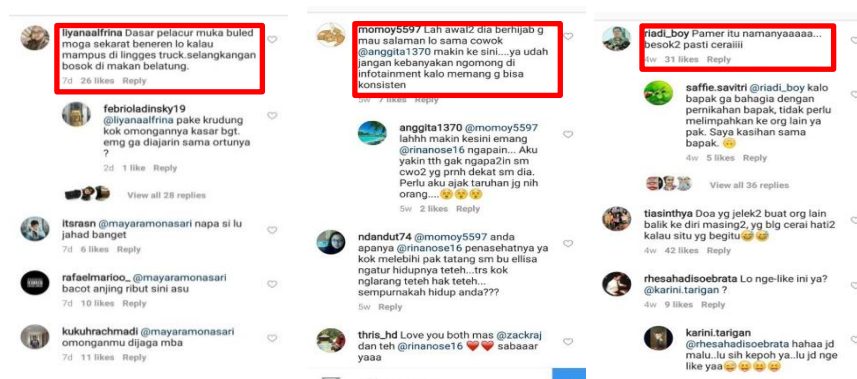
Penyebaran ujaran kebencian di era digital ini memang sangat mudah. Tweet atau komentar yang berlabel ujaran kebencian (hate) dan bahasa yang menyinggung (offensive) dinilai karena fasilitas informasi saat ini juga terbuka untuk menyebarkannya. Media sosial dan platform partisipatif telah membuatnya terlalu mudah untuk memproduksi dan



menyebarkan ujaran kebencian (Lim, 2020). Netizen bebas mengeluarkan pendapat atau kritik yang menyerang bahkan menyakiti pengguna lain. Selain itu, Faktor anonimitas, interaktivitas, dan konektivitas massal menambah ujaran kebencian melalui media online dapat menciptakan permusuhan.

Komunikasi yang agresif muncul saat adanya ketidaksetujuan. Individu yang cenderung berperilaku seperti ini cenderung menggunakan kata dan perilaku “menyerang” dan “bertahan” (Littlejohn, 2009). Etika komunikasi menjadi sarat yang perlu dipegang oleh setiap pengguna media sosial. Etika tersebut tidak hanya terlihat pada tutur kata atau verbal tapi juga niat tulus yang direfleksikan dari ketenangan, kesabaran dan empati dalam berkomunikasi (Corry, 2009). Dengan itu maka akan timbul penghargaan, perhatian dan dukungan timbal balik antar pihak yang terlibat dalam komunikasi.

Berkenaan dengan hal tersebut, Undang-Undang pasal 28 (2) tentang informasi dan transaksi elektronik telah mengatur pengguna internet untuk tidak menyebarkan provokasi dan kebencian. “Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA).” (kominfo.go.id). Beberapa selebriti Indonesia kerap menjadi sasaran komentar negatif terkait postingan di media sosial salah satunya Ayu Ting Ting pada akun Instagram miliknya @ayutingting92. Ujaran yang disematkan bernada tuduhan, sindiran, kecaman hingga evaluasi wujud fisik. Terakhir, sang selebriti memolisikan seorang hater karena telah menghina anaknya. Komentar senada juga banyak didapat oleh public figure lain. Netizen tanpa ragu memberikan kritik dan komentar seperti ini tanpa mempertimbangkan aspek etis dan moral.



Gambar 1. Kompetensi dalam Mengakses Media Sosial

Ini hanya sebagian kecil dari banyaknya komentar bernada negatif yang ditinggalkan di akun media sosial figure publik. Netizen yang merupakan pengguna media sosial aktif diharapkan tidak hanya mengingat aturan UU yang berlaku namun juga dapat berlaku sebagaimana etis dan moral dijunjung pada interaksi tak termediasi. Hadirnya era baru merefleksikan kehidupan manusia dengan interkoneksi antar pengguna (Rahayu, dkk. 2021), maka perlu dilakukan literasi digital masif pada semua kalangan masyarakat. Kegiatan pengabdian ini mengkaji tentang literasi digital yang ditujukan kepada masyarakat khususnya kalangan perempuan untuk tetap menjaga tutur dalam berkomentar, tentunya dengan memerhatikan etik dan bijak selama berselancar di media sosial.

Analisis selanjutnya digunakan untuk mendeskripsikan literasi digital pada tatanan keterampilan teknis dalam penggunaan teknologi tersebut dan juga kemampuan untuk mengkritisi dan mengevaluasi konten yang diakses. Hal itu dimaksudkan agar



Literasi: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License. All Rights Reserved e-ISSN 2775-3301

menumbuhkan kemampuan masyarakat untuk tetap memegang nilai etik dan meningkatkan sikap bijak pada dunia baru digitalisasi. Kesadaran masyarakat akan pentingnya berbicara baik dan berkomentar dalam media sosial inilah menjadi tujuan penting dalam literasi digital yang telah dilakukan. Kegiatan literasi ini akan sesuai diimplementasikan pada daerah-daerah sub-urban yang notabene masih jauh dari literasi dan minimnya informasi mengenai bentuk-bentuk kejahatan dimedia sosial. Seperti kasus : hoaks, ujaran kebencian, pornografi, perundungan (*cyberbullying*), konten negatif.

Kelurahan sungai sibam kecamatan binakarya, yang berlokasi dipinggiran (*sub-urban*) kota Pekanbaru, menjadi salah satu lokasi yang dianggap sesuai untuk diadakannya kegiatan pengabdian masyarakat literasi digital berbasis sosialisasi berbicara baik dan bijak bersosial media pada kelompok ibu-ibu rumah tangga. Perempuan pada Lokasi tersebut didominasi oleh ibu-ibu rumah tangga, dengan tingkat Pendidikan SLTP dan SLTA. Program ini diharapkan dapat membantu ibu-ibu rumah tangga yang berada di kelurahan sungai sibam untuk lebih bijak dan memahami etika dalam bermedia sosial melalui tahapan mampu memahami pesan yang ada di media sosial, mampu menyeleksi informasi yang terdapat di media sosial, mampu dalam mengakses informasi yang akurat di media sosial.

## 2. METODE

Pelaksanaan kegiatan ini bertujuan untuk memberi pemahaman tentang sikap etis dan bijak dalam menggunakan media sosial. Berdasarkan hasil pemetaan sosial, tim dosen prodi hubungan masyarakat Universitas Muhammadiyah Riau memilih masyarakat di kecamatan Air Hitam kelurahan Sungai Sibam kota Pekanbaru Riau karena lokasi yang berada di tengah kota. Selain itu, kondisi masyarakat setempat telah mengenal dan aktif menggunakan media sosial. Di era digital ini, ada kemungkinan interaksi yang tinggi pada masyarakat perkotaan tersebut di dalam jejaring sosial sehingga penting untuk memberikan pemahaman terkait kemampuan khusus selama berjejaring khususnya dalam mengakses media sosial. Metode pelaksanaan yang digunakan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan acuan 10 kompetensi literasi digital yang dikembangkan oleh komunitas Japelidi (jaringan pengkaji literasi digital) seperti pada gambar berikut:

**Tabel 1.**Bagan Kompetensi Literasi Digital Berdasarkan 4 Kuadran

Sumber: (2020)	Kompetensi Literasi Digital Kritis	<b>Kuadran 3</b> - Menganalisis - Mengevaluasi - Memverifikasi	<b>Kuadran 4</b> - Berkolaborasi - Berpartisipasi	Japelidi
	Kompetensi Literasi Digital Fungsional	<b>Kuadran 1</b> - Memahami - Menyeleksi - Mengakses	<b>Kuadran 2</b> - Mendistribusikan - Memproduksi	
		Kompetensi Literasi Digital <i>Consuming</i>	Kompetensi Literasi Digital <i>Prosuming</i>	

Metode literasi yang dirancang oleh Japelidi dibagi menjadi 4 kuadran dan 2 capaian yang berbeda. Kuadran pertama dan kedua lebih fokus pada capaian dalam konteks fungsional sedangkan pada kuadran ke 3 dan 4 lebih fokus pada capaian yang lebih tinggi yaitu kritis.

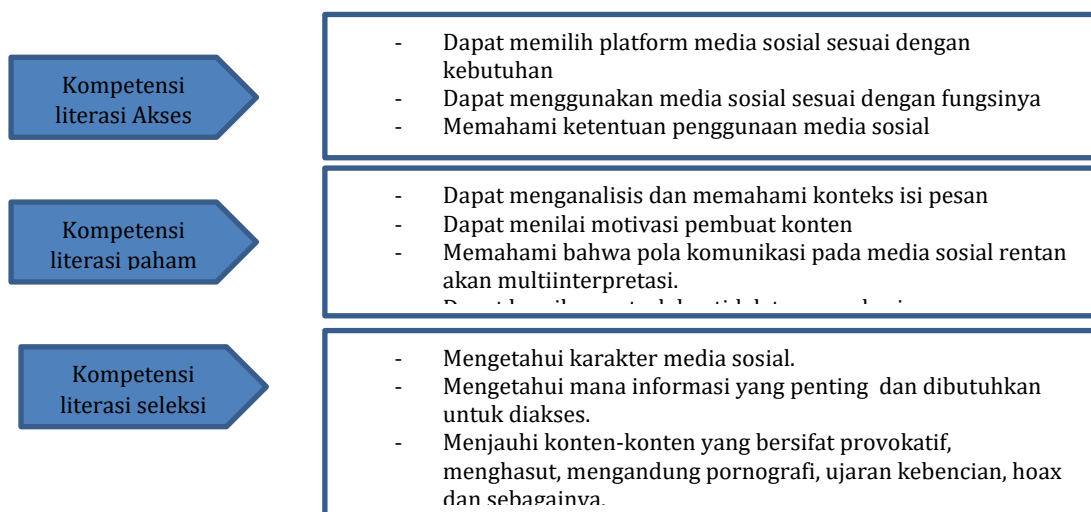




Pada tingkat kompetensi literasi digital fungsional yang *pertama*, individu memiliki kemampuan dan pengetahuan terkait bagaimana mengakses media digital yang baik. Mulai dari memilah apa yang baik dan tidak baik untuk di publikasikan, bagaimana berperilaku di media sosial seperti memberikan tanggapan pada unggahan di media sosial, dan lainnya. Kompetensi literasi yang *kedua* adalah individu diharapkan mampu memahami makna isi pesan pada media sosial. Kompetensi ini merupakan yang paling dasar penting untuk dipahami oleh pengguna media sosial agar dapat lebih bijak dalam memberikan dan memaknai isi pesan dalam media sosial. *Ketiga* ialah memiliki kompetensi literasi digital dalam hal mampu menyeleksi isi pesan media mana yang bermuatan provokatif, isu SARA, ujaran kebencian, bullying, hingga mana yang penting dan tidak penting untuk dijadikan bahan informasi publik. Hal ini dilakukan dengan cara pemberian penyuluhan yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat sasaran terhadap literasi digital khususnya dalam mengakses media sosial yang bertujuan untuk memahami tatanan keterampilan teknis dalam penggunaan teknologi tersebut dan juga kemampuan untuk mengkritisi dan mengevaluasi konten yang diakses. Sehingga ini dapat menumbuhkan kemampuan masyarakat untuk tetap memegang nilai etik dan meningkatkan sikap bijak pada dunia digitalisasi.

Dalam pengimplemantasiannya Tim dosen program studi hubungan masyarakat yang terlibat terlebih dahulu melakukan survey lokasi kegiatan sosialisasi, menganalisa kebutuhan masyarakat dan berkolaborasi dengan pihak pimpinan wilayah sekitar sebelum akhirnya melaksanakan pengabdian ini. Konsep yang diusung dalam pengabdian mengacu pada konsep yang dikenalkan oleh Silverblatt & Eliceiri (1997). Kerangka pemberdayaan media pada masyarakat dirujuk pada tiga tahapan literasi digital yaitu (1) masyarakat menyadari pentingnya membuat pilihan dan mengelola waktu yang dihabiskan untuk berinteraksi dengan media, (2) masyarakat dapat memiliki keterampilan khusus untuk melihat secara kritis, belajar untuk menganalisis dan mempertanyakan pesan media, (3) masyarakat dapat menganalisis aspek sosial, politik, dan ekonomi media dengan melibatkan penggalian isu-isu yang lebih dalam tentang siapa yang memproduksi media dan isi pesan

Dari 10 kompetensi literasi digital yang telah dirancang oleh Japelidi yang menjadi acuan dalam kegiatan ini, tim dosen program studi masih berfokus pada kuadran 1 sebagai tahap awal seperti pada tahapan di bawah ini:



Sumber: Hasil Olahan Penulis

Selanjutnya teknis pelaksanaan pengabdian dilakukan dengan cara sebagai berikut :



Literasi: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License. All Rights Reserved e-ISSN 2775-3301

- 1) Penyampaian materi melalui penyuluhan yang ditujukan kepada masyarakat berupa materi pemanfaatan media internet, kemampuan memilih durasi waktu dalam mengakses media sosial dan kemampuan khusus pengguna media sosial dalam menganalisa dan mengkritisi konten informasi. Materi ini diklasifikasikan menjadi tiga tahapan di atas.
- 2) Pelaksanaan diskusi untuk memberi pemahaman terhadap isu dan masalah terkini seputar penggunaan media sosial secara teknis, kritis dan etis. Masyarakat dan tim dosen saling bertukar pikiran agar pemahaman yang terbentuk sesuai dengan tujuan dari literasi digital berbasis sosialisasi ini dilakukan.

### 3. HASIL & PEMBAHASAN

#### Kompetensi Literasi Digital “Akses”

Berdasarkan kegiatan pengabdian yang telah dilakukan mengenai literasi digital berbasis sosialisasi bicara baik dan bijak bermedia sosial pada kelompok ibu rumah tangga kel. Sungai Sibam kota Pekanbaru. Kategorisasi materi yang disampaikan pada kegiatan pengabdian tersebut masuk pada kuadran 1 mengenai kompetensi literasi digital fungsional *consuming* yang telah disampaikan pada bagian metode. Kompetensi literasi digital fungsional *consuming* didefinisikan sebagai kompetensi literasi digital yang condong pada dimensi mengakses, menyeleksi, dan memahami informasi digital yang diterima dari berbagai sumber digital. (Japelidi, 2020).



Gambar 3. Memberikan Kompetensi dalam Mengakses Media Sosial

Pada tahapan pertama, materi yang disampaikan pada audiens yakni kompetensi dalam mengakses media sosial, hal ini diperlukan agar dapat mengedukasi dalam penggunaan dan pengoperasian media sosial tersebut. Ditataran ini kompetensi akses merupakan hal yang paling mendasar dan unsur akses menjadi pintu gerbang untuk memasuki, menjelajahi serta merasakan pengalaman penggunaan media sosial agar lebih baik lagi kedepannya. Tentunya berdasarkan materi yang disampaikan, literasi digital ini menyesuaikan dengan kategorisasi jenis-jenis media sosial apa saja yang secara general digunakan, terutama pada ibu rumah tangga yang berada pada kelurahan Sungai Sibam.



Jenis	Tujuan	Contoh
<i>Social networks</i>	Menghubungkan pengguna	Facebook, Twitter, LinkedIn
<i>Media sharing networks</i>	Berbagi foto, video, dan jenis konten lainnya	Instagram, SnapChat, YouTube
<i>Discussion forums</i>	Berbagi berita dan gagasan	Reddit, Quora, Digg
<i>Bookmarking and content curation networks</i>	Menemukan, menyimpan, dan membagikan konten-konten baru	Pinterest, Flipboard
<i>Consumer review networks</i>	Mencari dan mengulas produk dan jasa tertentu	Yelp, Zomato, TripAdvisor
<i>Blogging and publishing networks</i>	Mempublikasikan konten	WordPress, Tumblr, Medium
<i>Social shopping networks</i>	Menemukan dan mengikuti tren serta berbelanja daring	Polyvore, Etsy, Fancy
<i>Interest-based networks</i>	Membagikan minat dan hobi	Goodreads, Houzz, Last.fm
<i>Sharing economy networks</i>	Beriklan serta bertransaksi produk dan layanan	Airbnb, Uber, Taskrabbit
<i>Anonymous social networks</i>	Berinteraksi secara anonim	Whisper, Ask.fm, After School

Tabel 3.1 Jenis-Jenis Media Sosial (Sumber: Japelidi, 2020)

Secara umum, kalangan ibu rumah tangga menurut hasil survey yang dihimpun oleh The Asian Parent menunjukkan, ibu di Indonesia rata-rata menghabiskan tiga jam setiap hari untuk bermedia sosial. Media sosial yang digunakan pun beragam, tetapi sebagian besar mengakses Instagram (95%), Facebook (85%), dan YouTube (83%). (Lidwina, 2021).

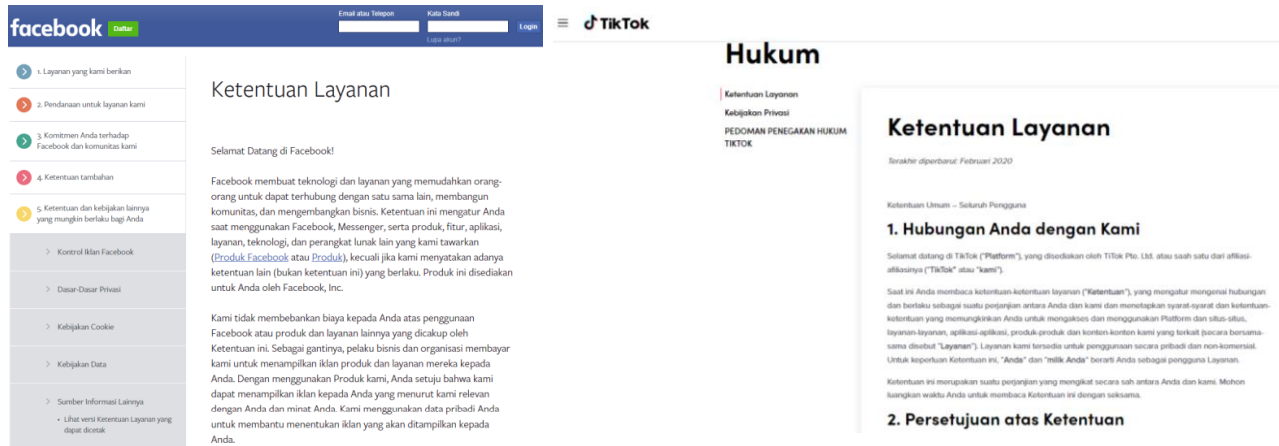
Jika dikaitkan dengan tujuan pengguna berdasarkan jenis-jenis media sosial pada tabel diatas, media sosial yang digunakan ibu rumah tangga masuk pada jenis kategori *social networks*, dengan tujuan penggunaan media sosial sebagai media informasi yang dapat menghubungkan pengguna dengan relasi atau kerabat melalui intensitas interaksi komunikasi. Contohnya seperti : facebook, twitter, dan linkedin (walaupun disini linkedin bertujuan untuk menampilkan profil diri melalui portofolio yang pernah dicapai atau dihasilkan, guna membangun *networking* pekerjaan). Namun, tidak hanya itu saja, tren dan percepatan teknologi saat ini membawa pengaruh bagi masyarakat dalam menerima informasi.

Termasuk platform atau media yang digunakan. Jenis *media sharing networks* yang saat ini digandrungi oleh remaja atau generasi z, seperti : Instagram, Tiktok, SnapChat dan Youtube, mau tidak mau juga perlu diselami oleh para orang tua sebagai filter guna memonitoring penggunaan media sosial oleh anak-anak mereka. Sebab, *impact* kelalaian orang tua dalam hal ini, berpotensi dapat memunculkan risiko *cyberbullying*, selain itu penggunaan media sosial juga berdampak pada kesehatan mental atau psikologis anak-anak dan remaja. Hal ini, muncul diakibatkan penggunaan media sosial yang berlebihan, sehingga menimbulkan gangguan kecemasan dan depresi yang saat ini sedang marak dan dikenal dengan istilah *mental health issues*.

Disini diperlukan pemahaman dan pengetahuan oleh orang tua dan anak-anak remaja akan informasi terkait ketentuan, batasan, serta fitur-fitur apa saja yang diberikan oleh setiap media sosial. Misalkan, untuk pengguna facebook diberikan ketentuan minimal berusia 13 tahun atau batas usia minimal penggunaan media sosial diberbagai negara masing-masing. Hal ini, guna memberikan pemahaman agar dapat menjaga informasi resmi mengenai data pribadi serta menjaga kerahasiaan *password* atau kata sandi. Selain itu, tidak sembarangan dalam memberikan informasi terkait lokasi tempat tinggal, nomor telephone pribadi, apalagi



menyebarkan informasi palsu seperti hal yang bersifat melanggar hukum, menyesatkan, penipuan, melanggar HaKI (Hak Kekayaan Intelektual) atau plagiarisme, dan melakukan *tracking/hacking* dengan menyebarkan virus ataupun motif-motif yang mengancam dan berbahaya. Untuk itulah perlu dipahami oleh orang tua atau para ibu rumah tangga yang memiliki anak-anak remaja, agar memahami batasan dan penggunaan dalam setiap platform yang ada di media sosial tersebut dengan membaca serta memahami ketentuan layanan yang tertera pada media sosial.



**Gambar 3.** Ketentuan Layanan Media Sosial (Sumber : Apps Facebook & Tiktok)

Secara fungsi, media sosial tentunya digunakan untuk berbagai tujuan sesuai dengan kepetingan dan kebutuhan penggunaannya. Namun, tak banyak yang memahami informasi apa yang sebaiknya dibagikan ketika menggunakan media sosial. Masyarakat cenderung meneruskan informasi tanpa membaca dan memahami terlebih dahulu maksud isi pesan yang disampaikan oleh sumber sebelumnya. Apakah isi pesan tersebut dapat dipercaya dan akurat atau malah menjerumuskan pembacanya. Hal yang perlu diperhatikan dalam memberikan informasi atau melakukan postingan pada media sosial tentunya dengan dapat mengklasifikasi dan memfilterisasi berita-berita hoaks, kemudian tidak membagikan percakapan pribadi (*screenshot*) di media sosial terutama hal yang berpotensi menimbulkan unsur yang memalukan, penghinaan, rahasia dan pencemaran nama baik. Hal ini membuat kita sebagai netizen atau pengguna media sosial harus lebih cermat dan berhati-hati lagi, mana yang perlu di *share* atau dibagikan ke media sosial mana yang tidak.

Penggunaan media sosial yang tepat, tentunya perlu dibarengi dengan kaidah dan fungsi dari fitur-fitur yang telah disediakan. Seperti pada media sosial facebook, twitter, tiktok, youtube dan lain sebagainya. Kesesuaian pengguna dan platform pada akhirnya menjadi kedua unsur yang saling mendukung satu sama lain, baik pengguna terbantu dengan adanya platform dengan kebutuhan tersendiri, begitu juga dengan platform tersebut. Latar kebutuhan ini sangat beragam, mulai dari pemanfaatan sebagai *tools* pemasaran atau promosi sebuah produk usaha, sampai dengan mencari pasangan. Hal ini menjadi menarik, dikarenakan masing-masing individu memiliki kebutuhan dan kembali menyesuaikan kebutuhan tersebut dengan kelebihan dari setiap media sosial yang digunakan.

Akan tetapi masih terdapat kesalahpahaman yang terjadi didalam pemanfaatan atau penggunaan media sosial tersebut, bukan karena ketidakcakapan atau ketidapkahaman. Namun, media sosial digunakan untuk hal-hal yang bukan semestinya. Yakni, untuk penipuan, pencemaran nama baik, *cyberbullying*, dan lain sebagainya. Walaupun jika kita





kembali kepada *tool of marketing* atau *promotion* media sosial sangatlah dibutuhkan bagi para penggiat bisnis dan influencer atau blogger.

SOCIAL MEDIA MARKETING PLATFORMS			
PEOPLE	CONTENT	STRATEGIES	CONS
 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 25-34</li> <li>• Boomers</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Photos &amp; links</li> <li>• Information</li> <li>• Live video</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Local mktng</li> <li>• Advertising</li> <li>• Relationships</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Weak organic reach</li> </ul>
 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 18-25</li> <li>• 26-35</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• How-tos</li> <li>• Webinars</li> <li>• Explainers</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organic</li> <li>• SEO</li> <li>• Advertising</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Video is resource-heavy</li> </ul>
 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 18-24, 25-34</li> <li>• Millennials</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inspiration &amp; adventure</li> <li>• Questions/polls</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ecommerce</li> <li>• Organic</li> <li>• Influencer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• High ad costs</li> </ul>
 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 25-34, 35-49</li> <li>• Educated/wealthy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• News</li> <li>• Discussion</li> <li>• Humor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Customer service</li> <li>• Ads for males</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Small ad audience</li> </ul>
 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 46-55</li> <li>• Professionals</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Long-form content</li> <li>• Core values</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• B2B</li> <li>• Organic</li> <li>• International</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ad reporting &amp; custom audience</li> </ul>
 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 10-19</li> <li>• Female (60%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entertainment</li> <li>• Humor</li> <li>• Challenges</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Influencer marketing</li> <li>• Series content</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relationship building</li> </ul>
 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 13-17, 25-34</li> <li>• Teens</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Silly</li> <li>• Feel-good</li> <li>• Trends</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Video ads</li> <li>• Location-based mktng</li> <li>• App mktng</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relationship building</li> </ul>

**Gambar 3.** Klasifikasi Pengguna, Fitur, dan Strategi yang Digunakan Pada Media Sosial Untuk Kegiatan Pemasaran di Tahun 2022.

Diberbagai perusahaan besar, saat ini media sosial kini tidaklah hanya sebagai sarana untuk berkomunikasi dalam membangun silaturahmi antar teman saja, melainkan sebagai media pemasaran dalam membangun dan meningkatkan *awareness* calon konsumen atau pelanggan. Kecepatan update teknologi inilah yang perlu dicermati oleh para ibu rumah tangga saat ini dalam memanfaatkan media sosial, dengan apapun jenis media sosialnya. Maka dari itu, melalui pengabdian masyarakat pada ibu rumah tangga di kelurahan Sungai Sibam dilakukan, dengan memberikan pemahaman terkait kompetensi literasi digital.

### **Kompetensi Literasi Digital “Memahami”**

Pada sosialisasi paham kompetensi literasi digital memahami, dirancang 5 hal yang penting menjadi kompetensi digital yang dimiliki oleh peserta sosialisasi, yang *pertama* adalah peserta mampu mengalisis dan memahami konteks pesan atau informasi yang didapatkan dari media sosial. Memahami konteks pesan ini diperlukan karena konteks akan sangat berpengaruh pada isi pesan. Misalnya sebuah peristiwa yang dijelaskan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman perempuan terkait kesehatan perempuan, sehingga butuh menampilkan organ-organ tubuh yang masih tabu dalam masyarakat (meskipun masih memenuhi adab yang berlaku dalam masyarakat). Peserta diharapkan dapat lebih terbuka menerima informasi tersebut dengan memahami bahwa informasi tersebut bernilai edukasi bukan pornografi. Sosialisasi pemahaman konteks pesan ini dilakukan dengan membedah kasus isu yang sering diakses perempuan yaitu tentang isu kesehatan reproduksi perempuan. Hal ini dilakukan agar peserta dapat merefleksikan diri dengan pengalamannya sendiri.

Selanjutnya pada kompetensi literasi pemahaman adalah peserta diharapkan mampu memahami dan menilai motivasi dari penyedia informasi. Setiap pesan yang disampaikan melalui media sosial memiliki motif yang berbeda-beda. Hal ini disebabkan setiap individu kini dapat mengakses media sosial dan menyampaikan buah pikirannya sendiri. Meskipun bisa menjadi sangat personal, media sosial juga banyak dikelola oleh organisasi, kelompok, dan komunitas-komunitas tertentu yang memiliki kepentingan masing-masing baik yang resmi maupun tidak resmi (terselubung) . Hal ini penting untuk disadari oleh ibu-ibu pengguna media sosial aktif agar tidak mudah termakan oleh hasutan-hasutan dan



Literasi: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License. All Rights Reserved e-ISSN 2775-3301

menyesuaikan motif pesan tersebut dengan kepentingannya sendiri. Sosialisasi terkait motif pesan ini dilakukan dengan cara memberikan 2 contoh status media sosial dan memberikan pemahaman tentang identifikasi tujuan pesan tersebut dibuat. Mulai dari penggunaan platform nya, bahasa yang digunakan, struktur penulisan serta narasumber yang disertakan pada status tersebut. Ada beberapa motif penulisan dalam media sosial, seperti motif marketing, motif politik, motif provokasi, motif *entertaint*, dan sebagainya.

Kompetensi literasi digital selanjutnya yang diberikan pada kegiatan pengabdian ini adalah pemahaman peserta terkait isi pesan pada media sosial memiliki potensi menjadi multiinterpretasi. Hal ini dikarenakan media sosial merupakan platform media yang memiliki skala yang luas dan dapat diakses oleh banyak orang. Sehingga pesan atau informasi yang disampaikan oleh individu dapat diinterpretasikan berbeda-beda oleh individu-individu yang memiliki latar pengetahuan, budaya, kepercayaan, ideology yang berbeda-beda. Pada pelatihan ini tim dosen hubungan masyarakat memberikan pemahaman kepada ibu-ibu rumah tangga di kelurahan sungai sibam dengan mengujikan satu kalimat :

*“Saya rela diperkosa oleh suami saya, bahkan saya suka”*

Kalimat diatas merupakan salah satu kalimat yang digunakan oleh pendemo yang notabene adalah seorang ibu-ibu untuk mementang pengesahan rancangan undang-undang tindak pidana kekerasan seksual. Sebagian ibu-ibu yang menjadi peserta pelatihan setuju dengan pernyataan tersebut dengan dalih agama bahwa istri harus patuh pada suami sedangkan sebagian lainnya tidak setuju pada kalimat tersebut dengan alasan bahwa pemerkosaan merupakan kekerasan seksual dan itu berbeda dengan aktivitas seksual biasa yang beradap antara suami dan istri. Dalam tahapan ini ibu-ibu peserta pelatihan literasi digital mulai memahami tentang arti penting dari mengetahui adanya kemungkinan muliti intrepretasi yang terjadi dalam komunikasi berbasis digital sehingga dapat lebih terbuka dan bijak dalam memahami dan memberikan respon pada informasi di media sosial.

Selanjutnya, dalam pelatihan literasi digital “memahami” ini, peserta juga diberikan pemahaman tentan pentingnya untuk dapat membedakan mana pesan yang bernada provokatif dan mana pesan yang netral. Kedua aspek ini sangat penting karena media sosial bersifat sangat subjektif alias dapat disebarakan oleh oknum-oknum yang memiliki kepentingan. Misalnya dengan memanfaatkan isu-isu yang sensitive di Indonesia sebagai salah satu alat untuk memanas-manasi kelompok-kelompok sosial dalam masyarakat sehingga menyebabkan konflik antar kelompok. Hal ini sering terjadi pada momen-momen tertentu seperti masa pemilu, kondisi darurat seperti pandemic, dan lain-lain. Terlebih masyarakat Indonesia merupakan masyarakat multicultural sehingga terdapat beragam kelompok-kelompok masyarakatan didalamnya seperti ragam kelompok agama dan kelompok budaya (suku).

### **Kompetensi Literasi Digital “Seleksi”**

Kompetensi Literasi Digital yang selanjutnya diberikan pada peserta pelatihan literasi adalah kemampuan untuk menyeleksi konten. Kemampuan menyeleksi isi pesan media sosial atau media digital sangat penting diajarkan kepada masyarakat kerena pesan yang terdapat pada media sosial sangat beragam dan kebenarannya patut untuk dipertanyakan. Berbeda dengan media konvensional pada umumnya, media sosial bukannya media yang bersifat instiusional resmi sehingga setiap pesan yang disampaikan berasal dari sumber resmi dan dapat dipertanggung jawabkan. Terdapat beberapa materi yang diberikan pada tahap literasi bagaimana cara untuk menyeleksi konten media, yang pertama adalah memahami karakter media sosial. Setiap media sosial memiliki karakteristik masing-masing yang berkaitan dengan fungsi dari media sosial itu sendiri. Misalnya media sosial yang



mengedapkan kebebasan berekspresi bagi para penggunanya. Hal ini akan menimbulkan berbagai misinformasi yang terjadi dalam masyarakat.

Selanjutnya literasi terkait seleksi konten yang bertujuan untuk menuntun para peserta pelatihan untuk menyadari terlebih dahulu apa saja informasi yang penting dan dibutuhkannya. Ketersediaan informasi yang sangat besar dalam media sosial mulai dari yang penting untuk publik hingga yang tidak penting untuk publik seperti misalnya informasi terkait permasalahan privasi yang terlalu banyak diekspos di media sosial sehingga menyebabkan kekacauan di ruang publik seperti *cyberbully* hingga perbedatan tidak berdasar yang terjadi.

Selain kemampuan menyeleksi konten yang dibutuhkan, peserta juga diberikan bekal tentang bagaimana mendeteksi informasi-informasi bohong (*hoax*), provokasi, hingga manipulative. Hal yang penting untuk dipahami yang utama adalah kredibilitas dari sumber informasi, legalitas media yang menyediakan informasi, dan mencari sumber informasi serupa dari media-media lain yang kredibel dan membandingkan isinya. Hal ini penting mengingat media digital terutama media sosial sangat rentan akan informasi-informasi tidak berdasar atau rekayasa.

Sebagai perempuan, peserta pelatihan literasi digital juga menyadari bahwa ruang publik di media digital sangat rentan terjadi bentuk kekerasan seksual atau kekerasan berbasis gender. Literasi digital seleksi juga diperuntukkan bagi para perempuan untuk lebih selektif dalam menerima pertemanan yang berasal dari sosial media dan selektif dalam mengunggah gambar atau informasi pribadi yang berpotensi untuk disalahgunakan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab.



**Gambar 3.** Memberikan Kompetensi dalam Menyeleksi dan Memahami Media Sosial

Secara keseluruhan materi yang telah disampaikan dapat dipahami dan dimengerti oleh audiens, peserta kegiatan pengabdian ini memiliki antusiasme dalam memberikan pertanyaan. Sehingga diskusi yang terbangun mengenai literasi digital menjadi dinamis ketika diperbincangkan. Mulai dari kesadaran dalam hal penggunaan fitur-fitur apa saja yang dapat dimaksimalkan dalam bermedia sosial, baik facebook, Instagram, twitter, sampai dengan tiktok. Walaupun kelompok ibu-ibu rumah tangga dikelurahan Sungai Sibam ada yang menggunakan hanya facebook dan juga Instagram, atau bahkan malah ada yang tidak menggunakan media sosial. Akan tetapi edukasi mengenai fitur seperti penggunaan *report* konten yang bersifat spam, pornografi, *hate comment* dan lainnya sangat penting untuk diketahui bersama. Hal ini diperlukan, ketika terjadi lonjakan informasi dari pemberitaan suatu *issue* yang sangat besar, kita sebagai masyarakat sangat perlu untuk mengetahui dan





menyeleksi informasi lebih *detail* dengan mencaritahu sumber yang *valid* dan terpercaya. Agar terhindar dari pemberitaan *hoax*. Untuk itu lah, sebagai masyarakat yang menjunjung tinggi nilai adat istiadat budaya ketimuran, kegiatan ini dirasa perlu dilakukan. Sebab, dalam membuat konten, memposting suatu *caption* dan foto, dapat berbicara baik dan bijak dalam mengoperasikan platform media sosial, apapun itu jenisnya.

Walaupun dalam perjalanannya, proses pembentukan pemahaman terkait membuka mata atau "*melek*" akan media sosial masih terdapat berbagai berbenturan pada tatanan idealisme pribadi maupun kelompok, seperti nilai-nilai budaya, agama, sosial, dan lain sebagainya.



**Gambar 3.** Kebersamaan dengan Kelompok Ibu Rumah Tangga Kel. Sungai Sibam, Pekanbaru.

#### 4. KESIMPULAN

Simpulan dari hasil kegiatan pengabdian ini, tim dosen program studi hubungan masyarakat telah memberikan pemaparan terkait literasi digital berbasis sosialisasi mengenai berbicara baik dan bijak bersosial media kepada khalayak sasaran, dalam hal ini kelompok ibu rumah tangga di Kelurahan Sungai Sibam, kota Pekanbaru. Literasi digital yang diberikan, mencakup tiga kategorisasi tahapan mengenai : kompetensi mengakses informasi yang terdapat pada media sosial, kemudian masuk pada unsur berikutnya adalah, kompetensi dalam memahami informasi apa yang sesuai dan tidak terkait dengan kebutuhan pengguna media sosial tersebut dan terakhir, kompetensi dalam menyeleksi penggunaan media dan informasi yang tepat dan bijak dalam bersikap. Baik itu berucap atau berkomunikasi yang baik (positif), mulai dari membuat konten atau memposting sesuatu, juga memberikan tanggapan atau komentar diposting orang lain. Apakah dapat menimbulkan permasalahan atau tidak, dikarenakan segala perilaku kita di media sosial dapat membahayakan diri, sesuai regulasi yang ditetapkan pada Undang Undang ITE.

#### 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih diberikan kepada mitra dalam pelaksanaan pengabdian ini, terkhusus kelompok ibu rumah tangga yang berlokasi pada Kelurahan Sungai Sibam, Kota Pekanbaru. Mulai dari perizinan, ketersediaan tempat, ketersediaan peserta, antusiasme dan partisipasi aktif dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Diharapkan keberlanjutan dari kegiatan pengabdian tersebut dapat berkesinambungan, agar masyarakat dalam hal ini ibu rumah tangga dapat lebih teredukasi dan memahami pentingnya berbicara baik dan bijak bermedia sosial.





## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Buckingham, David. (2006). Defining digital literacy what do young people need to know about the digital media. Vol (1) 263-276. University of London.
- Corry, A. (2009). Etika berkomunikasi dalam penyampaian aspirasi. Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanegara.
- Kurnia, N. (2020). Yuk Sahabat Perempuan Bermediasosial Dengan Bijak. Program Magister Ilmu Komunikasi.
- Lenhart, A. (2015). Teens, Social Media & Technology Overview [Internet]. Pew Research Center: Internet, Science & Tech.
- Lim, Sun Sun. (2020). Manufacturing Hate 4.0: Can Media Studies Rise to the Challenge?. Television dan New Media. Vol 21(6) 602-607.
- Littlejohn, Stephen W. dan Karen A. Foss. (2009). Encyclopedia of Communication Theory. California: SAGE Publications, Inc.
- Rahayu, dkk. (2021). Perempuan dan Literasi Digital: antara problem, hambatan dan arah pemberdayaan. Gajah Mada University Press.
- Silverblatt, A., Eliceiri, E. M. E., & Eliceiri, E. M. (1997). Dictionary of Media Literacy. Santa Barbara, CA: Greenwood Publishing Group.

### Website:

- Kemp, Simon. (2021). Digital 2021: The Latest Insights Into The State of Digital. <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital/>. Diakses pada: 18 Mei 2022.
- Lidwina, Andrea. (2021). Ibu di Indonesia Habiskan Waktu 3 Jam Bermedia Sosial. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/13/ibu-di-indonesia-habiskan-waktu-tiga-jam-bermedia-sosial>. diakses pada : 23 Mei 2022.
- Rizkinaswara, Leski. (2020). Literasi Digital Imbangi Kesenjangan Akses Digital Perempuan. <https://aptika.kominfo.go.id/2020/07/literasi-digital-kurangi-kesenjangan-akses-digital-perempuan> . Diakses pada: 18 Mei 2022.
- Surya, Gempita. (2021). Studi Microsoft: Tingkat Kesopanan Warganet Indonesia Terburuk Se-Asia Tenggara. <https://www.kompas.tv/article/150217/studi-microsoft-tingkat-kesopanan-warganet-indonesia-terburuk-se-asia-tenggara?page=all>. diakses pada: 21 April 2022.

