

PELATIHAN MEMINIMALISIR EFEK HOAKS MEDIA SOSIAL DI DESA NAMO SIALANG KEC. BATANG SERANGAN KAB. LANGKAT – SUMUT

Oleh

Dr.Kariaman Sinaga,MAP¹, Drs. Junaidi, MA², Siswati Saragi,S.Sos, MSP³, Maria Ulfa Batoebara, S.Sos, M.Si⁴

Dosen FISIP Universitas Dharmawangsa¹²³⁴
ulfa@dharmawangsa.ac.id

ABSTRAK

Penyebaran berita *hoax* cukup meresahkan akhir-akhir ini. Banyaknya berita bersileweran tanpa filter terlebih dahulu membuat masyarakat termakan isu-isu yang menyesatkan.

Hoax mudah viral jika seseorang dengan semberono membagikannya tanpa pengetahuan dan tanggungjawab. Untuk itu para pengguna harus menjadi netizen yang cerdas dan bijak.

Cir-ciri berita *hoax* biasanya yang mengajak pembacanya membenci, fitnah atau rekayasa. Lalu memakai gambar yang tidak berkaitan dengan informasi yang disebarkan. Salah satunya menggunakan media abal-abal yang tidak bertanggungjawab.

Informasi yang dikeluarkan baik orang perorang maupun badan usaha melalui media sosial dan elektronik ketika telah terkirim dan dibaca oleh banyak orang dapat mempengaruhi emosi, perasaan, pikiran bahkan tindakan seseorang atau kelompok. Sangat disayangkan informasi tersebut adalah informasi bohong (*hoax*) dengan judul yang sangat profokatif kebencian yang diterima dan menyerang pihak atupun membuat orang menjadi takut, terancam dan dapat merugikan pihak yang diberitakan sehingga dapat merusak reputasi dan menimbulkan kerugian materi.

Kita tidak bisa membuat berita *hoax* tidak ada. Tetapi dengan bisa kita adalah meminimalkan dampak buruk dari *hoax*. Misalnya pelatihan meminimalisir dalam menerima dan menyebarkan informasi di media sosial.

Kata kunci: Meminimalisir Hoax, Media Sosial

PENDAHULUAN

A. Analisis Situasi

Perkembangan teknologi yang semakin berkembang secara tidak langsung turut serta mempengaruhi perilaku sosial masyarakat Indonesia khususnya pengguna media sosial.

Penyampaian akan informasi begitu cepat dimana setiap orang telah dengan mudah memproduksi informasi, dan informasi yang begitu cepat tersebut melalui beberapa media sosial seperti *facebook*, *twitter*, ataupun pesan telpon genggam seperti, *whatsapp* dan lain sebagainya

yang tidak dapat difilter dengan baik. Hoax adalah istilah untuk menggambarkan suatu berita bohong, fitnah, atau sejenisnya. CNN Indonesia menyebutkan bahwa dalam data yang dipaparkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika menyebutkan ada sebanyak 800 ribu situs di Indonesia yang terindikasi sebagai penyebar berita palsu dan ujaran kebencian (*hate speech*) (Pratama, 2016). Kemkominfo juga selama tahun 2016 sudah memblokir 773 ribu situs berdasar pada 10 kelompok. Kesepuluh kelompok tersebut di antaranya mengandung unsur pornografi, SARA, penipuan/dagang ilegal, narkoba, perjudian, radikalisme, kekerasan, anak, keamanan internet, dan Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Dari jumlah itu, paling banyak yaitu unsur pornografi (Jamaludin, 2016).

Hoax adalah usaha untuk menipu atau mengakali pembaca/pendengarnya untuk mempercayai sesuatu, padahal sang pencipta berita palsu tersebut tahu bahwa berita tersebut adalah palsu. Salah satu contoh pemberitaan palsu yang paling umum adalah mengklaim sesuatu barang atau kejadian dengan suatu sebutan yang berbeda dengan barang/kejadian sejatinya. Suatu pemberitaan palsu berbeda dengan misalnya pertunjukan sulap; dalam pemberitaan palsu, pendengar/penonton tidak sadar sedang dibohongi, sedangkan pada suatu pertunjukan sulap, penonton justru mengharapkan supaya ditipu (<https://en.wikipedia.org/wiki/Hoax>)

Menteri Komunikasi dan Informatika Rudiantara menyebutkan, sedikitnya 170 juta asyarakat Indonesia memiliki minimal satu ponsel atau setidaknya satu SIM card. Dengan demikian, mereka bisa berbagi informasi dengan cepat. Media sosial dan aplikasi pengirim pesan cepat (chat apps) menjadi media favorit. Namun, rupanya hal ini menimbulkan suatu polemik baru. Informasi benar dan salah menjadi campur aduk. Bangsa Indonesia pada umumnya senang menjadi nomor satu. Jadi, kalau melemparkan isu ingin dianggap yang pertama. Buktinya, kirim lewat WA, Facebook, Twitter, dan sebagainya.

Komunikasi pun dilakukan pemerintah, lewat Kominfo, dengan berbagai pihak dari luar, seperti Facebook dan Google. Kerja sama dilakukan untuk menyaring konten dan beragam informasi. Terkait regulasi, peredaran informasi agar tidak "liar" dapat dilakukan sesuai koridor Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers (UU Pers) bagi media massa. Sanksi bagi penyebar informasi hoax bisa dikenakan hukuman sesuai yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Namun, kata Rudiantara, kini pemerintah fokus pada "hulu". Bukan hanya pembatasan atau pemblokiran, melainkan lebih kepada literasi masyarakat.

Masyarakat diharapkan lebih bijak dalam memanfaatkan media sosial. Misalnya, memastikan terlebih dahulu akurasi konten yang akan dibagikan, mengklarifikasi kebenarannya, memastikan

manfaatnya, baru kemudian menyebarkannya.

(<https://nasional.kompas.com/read/2017/02/14/09055481/media.sosial.penyebaran.hoax.dan.budaya.berbagi>.)

Dilansir oleh Kompas.com, beberapa faktor penyebab cepat beredarnya berita hoax adalah :

1. Masyarakat Indonesia sendiri yang dinilai tidak biasa berdemokrasi secara sehat.
2. Kebanyakan masyarakat tidak terbiasa mencatat dan menyimpan data sehingga sering berbicara tanpa data.
3. Masyarakat Indonesia juga memiliki sifat dasar suka berbincang, maka informasi yang diterima itu lalu dibagikan lagi tanpa melakukan verifikasi.

Hal itu diungkapkan oleh Guru Besar Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran Bandung, Deddy Mulyana. (www.kompas.com)

Dengan banyaknya berita hoax yang beredar, tentu menimbulkan dampak negatif dikalangan masyarakat. Dalam berita mengenai dampak berita hoax yang dimuat oleh Republika.co.id, menjelaskan beberapa dampak negatif yang dihasilkan oleh berita hoax:

1. Hoax akan menyasar emosi masyarakat.
2. Menimbulkan opini negative sehingga terjadi disintergratif bangsa.
3. Memberikan provokasi dan agitasi negatif.
4. Menyulut kebencian, kemarahan, hasutan kepada orang banyak (untuk mengadakan huru-hara, pemberontakan, dan sebagainya). (www.republika.com)

Pada dasarnya, dalam berkomunikasi, kita wajib menggunakan etika komunikasi dengan baik dan benar. Begitupun dalam hal menyebarkan informasi, harus sesuai dengan fakta, tidak dilebih-lebihkan, tidak dikurang-kurangkan dan tidak diputarbalikkan dari fakta sebenarnya. Istilah fairness dalam ilmu komunikasi khususnya yang menyangkut dengan komunikasi massa meliputi beberapa aspek etis.

Misalnya menerapkan etika kejujuran atau obyektivitas berdasarkan fakta, berlaku adil atau tidak memihak dengan menulis berita secara seimbang serta menerapkan etika kepatutan dan kewajaran.

Aspek kejujuran atau obyektivitas dalam komunikasi merupakan etika yang didasarkan kepada data dan fakta. Faktualisasi menjadi kunci dari etika kejujuran. Menulis dan melaporkan dilakukan secara jujur, tidak memutarbalikkan fakta yang ada. Dalam istilah lain adalah informasi yang teruji kebenarannya dan orangnya terpercaya atau adapat diakui integritas dan kredibilitasnya. (Mafri Amir, *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam*, Jakarta : PT. LogosWacana Ilmu, 1999).

Media Sosial

Media sosial merupakan sarana efektif dan efisien dalam menyampaikan suatu informasi kepada pihak lain. Media sosial sebagai media dengan dinamika sosial yang sangat tinggi dan memungkinkan komunikasi terbuka kepada berbagai pihak dengan beragam latar belakang dan

kepentingan adalah sarana yang tepat untuk membangkitkan partisipasi warga dalam membangun kota. Seperti yang dikemukakan Howard dan Parks (2012) Media sosial adalah media yang terdiri atas tiga bagian, yaitu : Infrastruktur informasi dan alat yang digunakan untuk memproduksi dan mendistribusikan isi media, Isi media dapat berupa pesan-pesan pribadi, berita, gagasan, dan produk-produk budaya yang berbentuk digital, Kemudian yang memproduksi dan mengkonsumsi isi media dalam bentuk digital adalah individu, organisasi, dan industri. Kotler dan Keller (2009) juga mengemukakan media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, dan video informasi baik dengan orang lain maupun perusahaan dan vice versa. Pendapat tersebut didukung pernyataan Carr dan Hayes (2015) dimana media sosial adalah media berbasis internet yang memungkinkan pengguna berkesempatan untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara seketika ataupun tertunda, dengan khalayak luas maupun tidak yang mendorong nilai dari *user-generated content* dan persepsi interaksi dengan orang lain. Media sosial digunakan secara produktif oleh seluruh ranah masyarakat, bisnis, politik, media, periklanan, polisi, dan layanan gawat darurat. Media sosial telah menjadi kunci untuk memprovokasi pemikiran, dialog, dan tindakan seputar isu-isu sosial.

Jenis Media Sosial

Kaplan dan Haenlein (2010) membagi berbagai jenis media sosial ke dalam 6 (enam) jenis, yaitu

1. *Collaborative Projects*, yaitu suatu media sosial yang dapat membuat konten dan dalam pembuatannya dapat diakses khalayak secara global. Kategori yang termasuk dalam *Collaborative Projects* dalam media sosial, yaitu WIKI atau Wikipedia yang sekarang sangat populer di berbagai negara. *Collaborative Projects* ini dapat dimanfaatkan untuk mendukung citra perusahaan, terlepas dari pro-kontra soal kebenaran isi materi dalam situs tersebut.
2. *Blogs and Microblogs*, yaitu aplikasi yang dapat membantu penggunaannya untuk menulis secara runut dan rinci mengenai berita, opini, pengalaman, ataupun kegiatan sehari-hari, baik dalam bentuk teks, gambar, video, ataupun gabungan dari ketiganya. Kedua aplikasi ini mempunyai

peran yang sangat penting baik dalam penyampaian informasi maupun pemasaran produk. Melalui kedua aplikasi tersebut, pihak pengguna dengan leluasa dapat mengiring opini masyarakat atau pengguna internet untuk lebih dekat dengan mereka tanpa harus bersusah-susah menyampaikan informasi secara tatap muka.

3. *Content Communities*, yaitu sebuah aplikasi yang bertujuan untuk saling berbagi dengan seseorang baik secara langsung maupun tidak langsung, di mana dalam aplikasi ini user atau penggunanya dapat berbagi video, ataupun foto. Sosial media ini dapat dimanfaatkan untuk mempublikasikan suatu bentuk kegiatan positif yang dilakukan oleh satu perusahaan, sehingga kegiatan tersebut akan mendapatkan perhatian khalayak dan pada akhirnya akan membangun citra positif bagi perusahaan.
4. *Social Networking Sites* atau Situs Jejaring Sosial, yaitu merupakan situs yang dapat membantu seseorang atau pengguna internet membuat sebuah profil dan menghubungkannya dengan pengguna lain. Situs jejaring sosial memungkinkan penggunanya mengunggah hal-hal yang sifatnya pribadi seperti foto, video, koleksi tulisan, dan saling berhubungan secara pribadi dengan pengguna lainnya melalui private pesan yang hanya bisa diakses dan diatur pemilik akun tersebut. Situs jejaring sosial sangat berperan dalam hal membangun dan membentuk brand image, karena sifatnya yang interaktif sehingga pengguna dapat dengan mudah mengirim dan menerima informasi, bahkan dapat digunakan sebagai media komunikasi dan

klarifikasi yang nyaman antara pemilik produk dengan konsumennya.

5. *Virtual Game Worlds*, yaitu permainan multiplayer di mana ratusan pemain secara simultan dapat di dukung. Media sosial ini sangat mendukung dalam hal menarik perhatian konsumen untuk tahu lebih banyak dengan desain grafis yang mencolok dan permainan warna yang menarik, sehingga terasa lebih informatif dan interaktif.
6. *Virtual Social Worlds*, yaitu aplikasi yang mensimulasi kehidupan nyata dalam internet. Aplikasi ini memungkinkan pengguna berinteraksi dalam platform tiga dimensi menggunakan avatar yang mirip dengan kehidupan nyata. Aplikasi ini sangat membantu dalam menerapkan suatu strategi pemasaran atau penyampaian informasi secara interaktif serta menarik.

Fungsi Media Sosial

Fungsi media sosial dapat diketahui melalui sebuah kerangka kerja honeycomb. Menurut Kietzmann, etl (2011) menggambarkan hubungan kerangka kerja honeycomb sebagai penyajian sebuah kerangka

kerja yang mendefinisikan media sosial dengan menggunakan tujuh kotak bangunan fungsi yaitu *identity, cenversations, sharing, presence, relationships, reputation, dan groups*.

1. *Identity* menggambarkan pengaturan identitas para pengguna dalam sebuah media sosial menyangkut nama, usia, jenis kelamin, profesi, lokasi serta foto.
2. *Conversations* menggambarkan pengaturan para pengguna berkomunikasi dengan pengguna lainnya dalam media sosial.
3. *Sharing* menggambarkan pertukaran, pembagian, serta penerimaan konten berupa teks, gambar, atau video yang dilakukan oleh para pengguna.
4. *Presence* menggambarkan apakah para pengguna dapat mengakses pengguna lainnya.
5. *Relationship* menggambarkan para pengguna terhubung atau terkait dengan pengguna lainnya.
6. *Reputation* menggambarkan para pengguna dapat mengidentifikasi orang lain serta dirinya sendiri.
7. *Groups* menggambarkan para pengguna dapat membentuk komunitas dan sub-komunitas yang memiliki latar belakang, minat, atau demografi.

Pelatihan meminimalisir penyebaran Berita Hoax di Sosial Media dilaksanakan di Desa Namo Sialang Kec. Batang Serangan Kab. Langkat yang dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

B. PELAKSANAAN DAN METODE

a. Pendekatan Pelatihan

Dalam mencapai tujuan kegiatan pemberdayaan masyarakat dipergunakan pendekatan pendidikan dimana narasumber menggali informasi kepada peserta dengan memperkenalkan diri narasumber dan pesereta dan menayakan permasalahan yang ada dalam menggunakan media sosial di Desa Namo Sialang Kec. Batang Serangan Tangkahan Kab. Langkat dengan mempresentasikan materi yang disampaikan.

Metode yang disampaikan dengan cara

1. pembukaan
2. presentasi dan diskusi
3. simulasi
4. games
5. penyebaran angket.

Materi yang ada disampaikan mencakup berbagai permasalahan yang ada di lingkungan masyarakat Desa Namo Sialang Kec. Batang Serangan, Tangkahan Kab. Langkat Sumut

b. Tahapan Pembelajaran

Tahapan kegiatan dilakukan diluar ruangan dengan metode tatap muka secara langsung antara narasumber dengan peserta.

Narasumber memberikan materi yang telah dipersiapkan dan menjelaskan materinya, sedangkan peserta melihat dan mendengarkan paparan dari narasumber dilakukan proses diskusi dan tanya jawab.

c. Pelaksanaan kegiatan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dilakukan oleh FISIP Universitas Dharmawangsa Medan, yang secara operasional dilaksanakan oleh LPKM Universitas Dharmawangsa dan bertanggungjawab kepada Rektor sebagai penanggung jawab pelaksanaan kegiatan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam mencapai tujuan kegiatan pemberdayaan masyarakat dipergunakan pendekatan pendidikan dimana narasumber menggali informasi kepada peserta dengan memperkenalkan diri narasumber dan pesereta dan menayakan permasalahan yang ada dalam menggunakan media sosial di Desa Namo Sialang Kec. Batang Serangan Tangkahan Kab. Langkat dengan mempresentasikan materi yang disampaikan.

Metode yang disampaikan dengan cara

6. pembukaan
7. presentasi dan diskusi
8. simulasi
9. games
10. penyebaran angket.

Materi yang ada disampaikan mencakup berbagai permasalahan yang ada di lingkungan masyarakat Desa Namo Sialang Kec. Batang Serangan, Tangkahan Kab. Langkat Sumut

d. Tahapan Pembelajaran

Tahapan kegiatan dilakukan diluar ruangan dengan metode tatap muka secara langsung antara narasumber dengan peserta.

Narasumber memberikan materi yang telah dipersiapkan dan menjelaskan materinya, sedangkan peserta melihat dan mendengarkan paparan dari narasumber dilakukan proses diskusi dan tanya jawab.

a. Pengenalan Nilai-nilai di Masyarakat

Nilai : sesuatu yang dianggap baik sesuai bagi seseorang atau suatu masyarakat Sosial Media atau Media Sosial.

Prakondisi: Masyarakat Indonesia memiliki keragaman dalam bidang: agama,suku bangsa, ras dan golongan, sehingga memerlukan kesadaran untuk saling menghargai dan menghormati.Indonesia memiliki 17.000 pulau dan lebih dari 150 bahasa daerah. Issue: Politik, untuk mendapatkan kekuasaan baik di tingkat daerah maupun nasional seringkali memanfaatkan issue sara untuk memenangkan persaingan mendapatkan kekuasaan melalui dan melalui pemberitaan hoax.

Dasar Hukum Undang-Undang Dasar 1945 pasal 28 menyatakan, kemerdekaan berserikat dan berkumpul mengeluarkan pikiran dengan lisan dan tulisan dan sebagainya ditetapkan dengan undang-undang.

Etika Kehidupan Berbangsa:

- 1.Etika sosial dan budaya yaitu: saling menghargai,saling memahami dan saling menolong.
- 2.Etika politik dan pemerintahan: bersih ,efektif dan efisien
- 3.Etika ekonomi dan bisnis
- 4.Etika penegakan hukum yang berkeadilan
- 5.Etika keilmuwan
- 6.Etika Lingkungan

Sosial Media harus dimanfaatkan untuk kepentingan pembangunan desa sesuai dengan budaya.

Budaya merupakan potensi yang sangat tinggi nilainya bagi suatu bangsa karena identitas suatu bangsa merupakan acuan dari pembangunan yang dijalankan oleh suatu masyarakat. (Jurnal Ilmu Komunikasi Network Media 2018 Vol.1.No.1 Februari 2018)

Sumber Nilai: agama,kepercayaan,adat istiadat,dan pemikiran Soetomo dalam Bukunya: Kesejahteraan dan upaya mewujudkannya dalam perspektif masyarakat lokal (Pustaka Pelajar, hal 197, 2017) menyatakan: yang paling realistis untuk mencapai kesejahteraan adalah tanggungjawab berbagai actor dan stakeholder yaitu: Negara,masyarakat,dan swasta

b. Teknik Penggunaan Media Sosial terkait Pemberitaan

Perkembangan teknologi komunikasi harus diikuti dengan perkembangan pengetahuan tentang bagaimana menggunakan dan memanfaatkan peralatan teknologi komunikasi tersebut. Salah satu yang mengalami kemajuan pesat dibidang teknologi komunikasi adalah peralatan komunikasi hand phone (HP) android. Peralatan ini tidak saja sebagai alat untuk berbicara atau menyampaikan pesan dengan orang lain, tetapi juga dapat menerima berita-berita dari media lain,

bahan-bahan hiburan dan informasi lainnya dari seluruh penjuru dunia serta memiliki kamera untuk foto maupun video.

HP android sebagai alat media social harus digunakan sebaik mungkin yang dapat memberikan manfaat yang positif untuk kemajuan kehidupan. Berkenaan dengan hal ini perlu dicermati bagaimana menggunakan HP android sebagai media social untuk kemajuan hidup. Cara terbaik penggunaannya adalah sebagai berikut :

1) Gunakan media social untuk menambah ilmu pengetahuan.

Banyak konten-konten yang ada di media social yang menyajikan bahan-bahan ilmu pengetahuan dibidang apa saja apa lagi untuk anak-anak sekolah dalam menunjang tugas mata pelajaran yang diberikan oleh guru, mahasiswa, orang dewasa maupun orang tua yang mau menambah pengetahuannya untuk kemajuan hidupnya.

2) Gunakan media social untuk memberikan keterampilan kerja.

Media social banyak menyajikan cara-cara untuk membuat suatu produk barang, seperti barang-barang prabotan, barang-barang hiasan, cara bercocok tanam, perbaikan mesin sepeda motor, mobil, pompa air, barang elektronik dan banyak yang lainnya. Hal ini jika dilakukan pengerjaannya dapat memberikan keterampilan kerja, membuka lapangan kerja baru dan memberikan penghasilan.

3) Gunakan media social untuk meningkatkan pemahaman agama dan ibadah

Di media social banyak disajikan konten-konten yang bersifat keagamaan dan ini dapat digunakan sebagai penambah pemahaman keagamaan dan keimanan

4) Gunakan media social untuk kemajuan bisnis.

Media social dapat digunakan sebagai sarana bisnis bersifat promosi maupun sarana penjualan. Untuk sarana penjualan lebih dikenal dengan penjualan secara online. Media social ini dapat digunakan pada posisi sdr sebagai pembeli atau sebagai penjual.

5) Gunakan media social sebagai sarana komunikasi dengan orang lain.

Sebagai alat untuk menyampaikan pembicaraan ataupun berupa tulisan.

6) Gunakan media social sebagai sarana berita positif.

Dalam media social banyak disajikan berita-berita, baik berita yang resmi dan sumbernya jelas dan berizin dari Pemerintah, maupun berita yang tak resmi yang sumbernya tidak jelas. Cari berita-berita yang sumbernya resmi dan jelas dan berita tersebut dapat dipertanggungjawabkan. Hindari berita yang sumbernya tidak jelas dan biasanya ini menyesatkan, fitnah dan terkesan membodohi.

7) Gunakan media media social untuk memperluas pergaulan dan meningkatkan silaturahmi.

Media social banyak menyediakan sarana untuk dapat memperluas pergaulan dan silaturahmi. Hal ini dapat dilakukan melalui WhatsApp, facebook, gmail dan yang lainnya.

8) Gunakan media social sebagai sarana hiburan yang positif.

9) Kendalikan media social dan bukan saudara yang dikendalikan media social.

10) Hindari konten-konten yang bersifat negatif (pornografi, fitnah, kebohongan dll)

11) Jangan sampaikan informasi anda yang bersifat pribadi

Informasi pribadi ini dapat berupa alamat rumah, no HP, data pribadi dll, yang dapat disalahgunakan oleh orang-orang yang tidak bertanggungjawab.

2. HOAX (BERITA BOHONG)

Menjelang pemilihan umum 2019 kita banyak mendengar kata-kata HOAX dimedia massa apalagi pada media social.

Berkaitan dengan HOAX ini perlu diketahui bagaimana ciri-ciri dari HOAX tersebut ?

Menurut Wina Armada Sukardi ada 7 ciri-ciri berita HOAX sebagai berikut :

1. Berita HOAX, umumnyaewartakan secara sensasional. Dalam arti, artikelnya menggugah perasaan dan emosi orang secara berlebihan yang bisa menimbulkan kecemasan, kebencian , permusuhan dan memancing perdebatan . Berupaya agar pembaca percaya bahwa berita tersebut benar.

2. Muatannya secara provokatif. Sering bermuatan fanatisme atas nama ideologi."Judul dan pengantarnya provokatif, memberikan penghakiman bahkan penghukuman tetapi menyembunyikan fakta dan data," "Biasanya juga mencatut tokoh tertentu. Penyebarannya juga

meminta apa yang dibagikannya agar dibagikan kembali," Biasa dengan memakai kata-kata 'Sebarkan!' atau 'Lawan!'," .

3. Terletak pada aspek keaktualannya. Menurutnya, berita *hoax* itu suka-suka. Berita lama pun bisa dia naikkan lagi, ditulis ulang seolah peristiwanya baru terjadi.

4. Sumber berita yang dimuat tidak jelas.

5. Mengandung unsur diskriminatif. Tujuannya untuk memojokkan pihak lain. Sementara di satu sisi, mengagung-agungkan pihak yang satunya.

6. Berita HOAX *terlihat* dari gaya penulisannya yang diselipkan tanda-tanda. Misal, ada huruf besar dan kecil yang ditempatkan pada posisi yang tidak tepat.

7. Berita HOAX sudah melalui proses pengeditan. Dalam arti, ada informasi yang sudah dipotong maupun ditambahkan tanpa seperlunya.

Sebagai pengguna media social seleksi setiap berita yang ada di media sosial, hindari HOAX dan jangan sebarkan HOAX.

Bayangkan sehari saja tanpa smartphone atau koneksi internet. Kira-kira apa yang akan kamu rasakan? Gelisah? Ada yang kurang? Gatal ingin membuka media sosial? Ya, kebanyakan orang zaman sekarang memang tak bisa bertahan sehari saja tanpa mengakses akun media sosialnya

Menurut sejumlah penelitian, terlalu sering menggunakan media sosial berdampak buruk pada kesehatan mental seseorang. Salah satunya adalah penelitian dari University of Pittsburgh. Penelitian ini membuktikan bahwa orang yang terlampau aktif menggunakan media sosial setiap hari memiliki risiko depresi hingga tiga kali lebih besar dibandingkan mereka yang jarang pakai media sosial

c. Cara mengurangi penggunaan media sosial

1. Batasi penggunaan media sosial

Batasi jumlah waktu yang Anda habiskan di media sosial setiap harinya dengan menggunakan alarm atau *stopwatch* untuk mengontrol penggunaan sosial media. Ketika Anda terbiasa untuk

membatasi waktu yang digunakan di media sosial Anda telah mengatur diri sendiri untuk tidak ketergantungan terhadap sosial media.

2. Cari informasi lain selain dari media sosial

Media sosial digunakan untuk mendapatkan informasi terbaru, jika Anda menggunakan media sosial untuk itu, maka carilah alternatif lain untuk mendapatkan info. Anda bisa membaca situs berita (bukan dari akun media sosial), membaca koran, atau menonton berita di televisi.

3. Mencari kegiatan yang lebih bermanfaat

Mencari kegiatan lain bisa mengurangi intensitas Anda mengunjungi media sosial. Semakin sibuk Anda, tentu semakin tidak ada waktu banyak untuk Anda terpaku pada sosial media. Coba alihkan perhatian Anda pada olahraga atau kumpul bersama orang-orang terdekat.

Menggunakan media sosial dengan bijak

Bukan berarti mengurangi aktivitas di media sosial menjadikan media sosial adalah suatu hal yang buruk. Tetap ada manfaat yang didapatkan ketika Anda menggunakannya dengan bijak. Tetap ada rasa nyaman jika Anda menggunakan media sosial dengan cerdas. Bagaimana media sosial berdampak seperti apa kepada Anda tergantung bagaimana Anda menggunakannya.

Tidak semua jenis media sosial harus Anda miliki. Cukup Anda aktif di media sosial yang memang sering Anda gunakan saja. Ketika Anda mengurangi penggunaan media sosial, akan ada banyak hal lain yang dapat Anda lakukan. Misalnya, berkumpul dengan keluarga, teman dan kerabat terdekat, liburan, membaca buku, atau melakukan hobi lainnya. Anda dapat bebas bercerita dengan teman dan keluarga tanpa gadget. Acara berkumpul bersama teman dan

Lalu, Apa penyebabnya berita *hoax* tersebar luas di media sosial?

Tertipu oleh berita bohong dapat disebabkan kurangnya literasi atau minat baca penerima pesan dan terlalu cepat menyimpulkan pesan yang diterima. Selain itu, tersebarnya berita *hoax* karena sikap reaktif pengguna media sosial, ketidaktahuan berita itu adalah *hoax*, malas mencari tau berita yang sebenarnya, perilaku iseng dan jahil, sengaja memperkukuh suasana, dan dari media online yang kini sudah banyak tidak kredibilitas dengan menyebarkan berita *hoax*.

Bagaimana kita dapat mengetahui pesan itu *hoax* atau fakta?

Beberapa cara dapat kita lakukan untuk memastikan pesan yang diterima tersebut bohong atau fakta. Hal yang pertama adalah identifikasi terlebih dahulu pesan atau berita tersebut. Kemudian hati-hati dengan judul yang provokatif. Cermati alamat situs yang dijadikan sumber, apakah sudah kredibel atau belum dan kenali foto-foto yang berada di berita tersebut benar-benar foto asli atau hanya sebuah editan.

kepada semua pengguna media sosial lebih berhati-hati dalam keputusannya untuk menyebarkan sebuah pesan atau berita dengan mengidentifikasi pemberitaan itu *hoax* atau fakta. “Jangan membuat diri kita tampak bodoh dengan menyebarkan berita *hoax*”

c. Sosialisasi Undang-Undang ITE

Undang-Undang ITE (Informasi Transaksi Elektronik) bahwa penggunaan dan pemanfaatan Teknologi Informasi harus terus dikembangkan untuk menjaga, memelihara dan memperkuat persatuan dan kesatuan nasional.

Tujuan ITE:

1. Mencerdaskan kehidupan bangsa
2. mengembangkan perdagangan dan perekonomian
3. Meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan publik.

Memberi kesempatan kepada orang – orang untuk memajukan pemikiran

Kecanggihan di bidang teknologi (ITE) memiliki dampak positif dan negatif

- a. Dampak positif (mempermudah kehidupan manusia)
- b. Dampak negatif (Dapat digunakan untuk sarana tindakan negatif, contohnya: fitnah, berita bohong/*hoax*, pornografi, penipuan dsb)
- c. Masyarakat harus cerdas menggunakan media sosial karena berita di media menyebar berdasarkan kecepatan bukan kebenarannya.
- d. Indonesia adalah negara pengguna internet terbesar nomor 2 di dunia.
- e. Kebutuhan akan media sosial yang sangat tinggi tidak dibarengi dengan ilmu atau pemahaman tentang undang-undang ITE

Sehingga banyak masyarakat yang menjadi korban *hoax* bahkan harus duduk di kursi pesakitan pengadilan.

Bagaimana cara agar tidak menjadi korban hoax?

1. Hati-hati dengan judul provokatif
2. Cermati alamat situs (di Indonesia terdapat 43.000 situs, yang resmi hanya 300)
3. Periksa fakta (disertai bukti)
4. Cek keaslian foto (gunakan google)
5. Ikut serta grup diskusi anti hoax
6. Jangan asal share dan bagikan

Cara Melaporkan Berita Hoax

- a. Laporkan ke alamat email: aduankonten@gmail.com atau turnbackhoax.id

Hukuman Bagi Penyebar Berita Hoax

- b. Berdasarkan UU No 1/1946 pasal 14 dan 15, hukuman bagi penyebar berita hoax adalah bisa berupa hukuman 2 tahun, 3 tahun bahkan 10 tahun
- c. Perbedaan UU ini dengan UU ITE adalah bahwa UU No 1 /1946 ini tidak diperlukan klausul (Pertimbangan apakah mengandung unsur SARA atau tidak), uu No.1/1946 langsung dikenakan bagi kabar atau berita yang bohong.

Soetomo dalam Bukunya: Kesejahteraan dan upaya mewujudkannya dalam perspektif masyarakat local (Pustaka Pelajar, hal 197, 2017) menyatakan: yang paling realistis untuk mencapai kesejahteraan adalah tanggungjawab berbagai aktor dan stakeholder yaitu: Negara, masyarakat, dan swasta.

D. PENUTUP

Selain dari pihak pemerintahan dibutuhkan lapisan lainnya untuk mengajak masyarakat lebih 'melek' terkait berita *hoax*, untungnya gerakan-gerakan anti *hoax* kini juga ikut bergerak mengedukasi masyarakat yang dimana bergerak melalui sosial media, serta dibutuhkannya media yang konsisten untuk memberikan berita yang akurat. Untuk memerangi *hoax* diperlukan peran aktif dari berbagai lapisan masyarakat, sehingga *hoax* dapat diatasi dengan efektif dan tidak berpengaruh terhadap sikap masyarakat serta mengganggu kehidupan masyarakat. Pendidik merupakan bagian dari elemen

masyarakat memiliki tanggung jawab dan peran yang penting dalam memerangi *hoax* dengan cara mengedukasi siswa

Simpulan

Dari hasil evaluasi serta temuan yang diperoleh selama pengabdian kepada masyarakat, dapat kami simpulkan bahwa program pengabdian masyarakat sebagai salah satu wujud dari pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang telah mampu memberikan manfaat bagi masyarakat Desa Namu Sialang Kec. Batang Serangan Tangkahan, Kab. Langkat- Sumut yang menjadi sasaran pengabdian masyarakat ini. Bentuk pelatihan seperti ini memberikan hal yang efektif dalam hal penyegaran dan wawasan baru di bidang sosial media. Meminimalisir Efek Hoaks Media Sosial di Desa Namu Sialang Kec. Batang Serangan Tangkahan, Kab. Langkat Sumut tidak mengalami hambatan selama pelatihan.

Saran

Masyarakat harus lebih melek atau diberikan literasi media demi menunjang efektifitas penggunaan media sosial.

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih kepada Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Dharmawangsa yang membantu dalam pendanaan hibah internal periode kedua, dan seluruh teman sejawat yang ada di FISIP Undhar.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Caleb T. Carr dan Rebecca A. Hayes (2015), *Social Media: Defining, Developing, and Divining*, Atlantic Journal of Communication , Volume 23, 2015
- Jamaludin, F, 2016, . *773 ribu situs diblokir Kemkominfo setahun, pornografi paling banyak*. *Merdeka.com*. Retrieved from <https://www.merdeka.com/teknologi/773-ribu-situs-diblokir-kemkominfo-setahun-pornografi-paling-banyak.html>
- Jan H. Kietzmann, etl ,2011, Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media, *Business Horizons* 54, 241—251
- Kaplan, Andreas. M. dan Haenlein. Michael. 2010. *Users of the world unite! The challenges and opportunities of Social Media*. Business Horizon.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Penerbit Erlangga, Jakarta

Mafri Amir, 1999. *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam*, Jakarta : PT. LogosWacana Ilmu.

<https://en.wikipedia.org/wiki/Hoax>

<https://megapolitan.kompas.com> › News › Megapolitan

www.republika.com

<https://nasional.kompas.com/read/2017/02/14/09055481/media.sosial.penyebaran.hoax.dan.budaya.berbagi>.

