



BAHAYA HOAKS DAN URGENSI LITERASI MEDIA: STUDI PADA MAFINDO SOLO RAYA

Riza Dwi Maqruf
IAIN Surakarta

Keywords:
*media literacy,
hoaxes, Mafindo*

Abstract

This research was based on the massive political hoax circulating on social media. The spread of hoaxes was increasing day by day with the 2019 simultaneous election. Hoax became an important problem in society because the level of community literacy was still low. The Indonesian Anti Hoax Society (MAFINDO) Solo Raya invited the society to fight hoaxes in the 2019 political year. This study aims to describe how the media literacy strategies carried out by MAFINDO Solo Raya in overcoming hoaxes in the 2019 political year. The theory used in this research was Potter's literacy media. This research used a descriptive qualitative approach. The data collection technique used in this study were interviews, observation and documentation. The results of this research indicated that MAFINDO Solo Raya's media literacy strategies in overcoming hoaxes in the 2019 political year used socialization, education and fact checking training with the Hoax Buster Tools application.

Kata kunci:
*literasi media,
hoaks, Mafindo*

Abstrak

Penelitian ini didasari semakin massifnya hoaks politik yang beredar di media sosial. Penyebaran hoaks yang semakin hari semakin meningkat bersamaan dengan pemilu serentak 2019. Hoaks menjadi masalah penting di masyarakat karena tingkat literasi masyarakat yang masih rendah. Masyarakat Anti Hoaks Indonesia (MAFINDO) Solo Raya mengajak masyarakat untuk melawan hoaks di tahun politik 2019. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana strategi literasi media yang dilakukan oleh MAFINDO Solo Raya dalam menanggulangi hoaks

di tahun politik 2019. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah literasi media menurut Potter. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan strategi literasi media MAFINDO Solo Raya dalam menanggulangi hoaks di tahun politik 2019 menggunakan sosialisasi, edukasi serta pelatihan *fact checking* dengan aplikasi *Hoax Buster Tools*.

PENDAHULUAN

Internet menjadi bukti bahwa perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi semakin pesat. Internet diciptakan untuk mempermudah manusia dalam berbagai hal. Hal ini termasuk tata cara berkomunikasi untuk mendapatkan sebuah informasi. Tanpa berkomunikasi manusia dikatakan “tersesat” dalam belantara kehidupan karena tidak bisa menempatkan dirinya dalam lingkungan sosial. Informasi komunikasi menjadi sangat penting dilihat dari semakin inovatifnya perkembangan komunikasi itu sendiri (Nasrullah, 2014)

Menurut Idnan kemunculan internet juga mengakibatkan terjadinya realitas teknologi. Suatu realitas yang berada di suatu tempat yang tidak diketahui secara jelas di mana letaknya. Inilah yang kemudian disebut dengan runag maya (*cyber space*). Para *haters* di komunitas *cyberspace* justru kerap memanfaatkan kehadiran media sosial dan internet untuk bergunjing, mengkritik, mencaci maki orang lain, tanpa mempertimbangkan dampak sosial psikologis yang dialami korban.

Menurut survey yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), 171,17 juta warga Indonesia menggunakan internet yang sebagian besar digunakan oleh wirausaha, konsultan, pedagang olshop hingga mahasiswa. 93,9% penggunaan melalui *smartphone*. Kegiatan yang sering dilakukan adalah komunikasi pesan dan sosial media. Sosial media yang sering digunakan adalah facebook, sebanyak 50,7% dan instagram sebesar 17,8%. Dikutip dari

Dailysosical.id informasi hoaks paling banyak ditemukan melalui platform facebook, dari seluruh responden 44,19% tidak piawai dalam mendeteksi hoaks.

Media sosial seringkali digunakan para masyarakat di era post-industrial sebagai media penyampai pendapatnya, yang kadang tidak bisa dipertanggungjawabkan. Bagi beberapa netizen yang belum didukung pengetahuan dan tingkat literasi yang memadai, mereka belum bisa memahami bagaimana seharusnya memanfaatkan media sosial itu sendiri. Menurut Jean Baudrillard dalam era virtual seperti sekarang ini bukan manusia yang mendatangi informasi, namun informasi yang bertubi-tubi datang kepada manusia. Informasi yang datang kepada masyarakat seperti perlombaan untuk menarik minat masyarakat bahkan beberapa informasi tidak jelas kepastiannya.

Hadirnya banyak informasi membuat kecemasan terhadap masyarakat, karena tidak semua informasi bermanfaat, bahkan banyak yang menyesatkan. Lahirnya *Citizen Journalism* di sisi lain memberikan alternatif informasi namun juga bisa menjerumuskan ketika informasinya tidak benar atau berita bohong yang sering kita sebut dengan hoaks (Daulay, 2016). Hoaks adalah informasi sesat dan berbahaya karena menyampaikan informasi yang belum tentu kebenarannya bahkan dapat menyesatkan persepsi masyarakat.

Berdasarkan data PISA (*Programme for International Student Assessment Indonesia*) Indonesia berada di peringkat 64 dari 72 negara yang rutin membaca. Menurut Ketua Ikatan Penerbit Indonesia (Ikapi) DKI Jakarta Hikmat keberadaan hoaks di Indonesia belakangan ini menjadi bukti nyata bahwa Indonesia belum memiliki kemampuan saring sebelum *sharing* (Permana & Fadhilah, 2018). Hal itu terjadi karena pikiran yang pendek serta pemahaman yang dangkal.

Rendahnya tingkat literasi masyarakat Indonesia pada zaman digital menjadi salah satu alasan terbesar penggunaan media sosial yang lebih mengarah kepada hal negatif seperti pelanggaran privasi, *cyberbullying*, konten kekerasan dan pornografi, adiksi

media digital serta penyebaran hoaks. Hoaks atau berita bohong mampu mempengaruhi banyak orang dengan menodai suatu citra dan kredibilitas. Makin luas capaian berita hoaks, makin tinggi level berita hoaks tersebut. Dalam *Cambridge Dictionary* disebutkan bahwa hoaks adalah rencana untuk menipu sekelompok orang, bisa juga diterjemahkan sebagai tipuan (*dictionarycambridge.org*, 2019). Perkembangan hoaks semakin merajalela dengan adanya media sosial sebagai media penyebarluasannya.

Beragam “mantra” persuasi dalam proses pemasaran politik membanjiri ruang public hingga ke ruang pribadi dan keluarga. Dalam perspektif komunikasi politik, kampanye merupakan hal yang tidak mungkin terpisahkan keberadaannya. Praktiknya, kampanye dapat dilakukan secara positif dan, kampanye menyerang. Jika kampanye positif terfokus pada upaya memengaruhi dengan mengaitkan persepsi dan emosi khalayak pada hal-hal positif yang terhubung dengan kandidat, dengan tujuan untuk menaikkan kepopuleran, keterpilihan, kesukaan dan penerimaan pemilih.

Sedangkan kampanye menyerang lebih fokus terhadap strategi melemahkan lawan. Dalam kampanye menyerang ada dua jenis yang biasa digunakan yaitu, kampanye negative dan kampanye hitam. Kampanye negatif menyerang pihak lain dengan dengan data atau fakta yang diangkat ke permukaan untuk mendelegitimasi lawan, memungkinkan untuk diperdebatkan, dikritisi, dikoreksi bahkan dipersoalkan di wilayah hukum. Sementara kampanye hitam menyerang pihak lain dengan gossip atau rumor yang tidak bisa dipertanggungjawabkan (Heryanto, 2017).

Secara faktual, dalam pemilu banyak pihak tergoda untuk membawa isu SARA. Untuk menghidupkan isu ini banyak fitnah, hoaks, ujaran kebencian yang diproduksi dan didistribusi melalui media sosial warga. Menjelang pemilihan presiden 2019, hoaks semakin banyak beredar. Sebanyak 62 konten hoaks terkait Pemilu 2019 diidentifikasi oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika

selama Agustus-Desember 2018 (Kami, 2019). Berita hoaks mengenai pemilu dikeluarkan untuk saling menjatuhkan citra dan kredibilitas dari masing masing calon.

Beberapa kabar hoaks yang keluar seperti kasus Ratna Sarumpaet. Sebagaimana diberitakan *tempo.co* berita penganiayaan Ratna dikeroyok oleh orang tak dikenal dan dimasukkan ke dalam mobil mulai beredar dari *Facebook* kemudian merambah ke *Twitter* dan dibenarkan oleh beberapa politikus. Berita itu mulai mencuat pada Oktober 2018, semakin menambah hebohnya perpolitikan Indonesia karena kasus itu juga turut dikomentari oleh salah satu calon presiden RI.

Selain itu juga ada berita hoaks yang menginformasikan bahwa ada 7 kontainer berisi surat suara yang telah tercoblos, kabar itu beredar di media sosial twitter pada 1 januari 2019. Pengunggah tweet pertama adalah @bagnatara1 kemudian dilansir dari *tempo.co* pengunggah tweet tersebut mention beberapa nama politikus. Cuitan itu berbunyi "Ada info, katanya di tanjung priuk ditemukan 7 kontainer, berisi kertas suara, yg SDH tercoblos gbr salah satu paslon.. Sy tdk tahu, ini hoax atau tdk, mari kita cek sama2 ke tanjung priok sekarang.. Cc @fadlizon, @AkunTofa, @AndiArief__ @Fahrihamzah.".

Tidak hanya berita berita tersebut namun masih banyak berita hoaks perihal pemilu yang menyangkut KPU. Bersumber dari kompas.com atas tuduhan server KPU yang sudah diatur untuk memenangkan salah satu capres cawapres. Video yang menayangkan server KPU di Singapura telah mengatur agar salah satu Calon menang saat pemilu bermula di media sosial *Facebook* lalu merambah ke *Twitter* dan *Instagram*. Unggahan tersebut disertakan caption "Astagfirullah, semua terbongkar atas kebesaran dan kekuasaan serta kehendak Allah semata". Dalam 24 jam ada sekitar 45.000 *shares* dan 974 *views* terkait berita hoaks ini.

Berita-berita bohong atau hoaks juga sering dituduhkan kepada KPU sebagai penyelenggara pemilu. KPU dituduh telah merilis hasil

pemilu luar negeri. Isu tersebut kemudian disanggah oleh Komisioner KPU Viryan Azis, beliau mengatakan “Perhitungan suara 17 April 2019, sehingga informasi terkait dengan perolehan suara pemilu luar negeri itu 100 persen hoaks pemilu”. Waktu pelaksanaan pemungutan suara di luar negeri ini mengacu pada jadwal yang ditetapkan dalam Surat Keputusan (SK) KPU Nomor 644/2019, yaitu *early voting* pada 8-14 April 2019. Namun yang dilakukan pada tanggal tersebut adalah pemungutan suara bukan perhitungan suara seperti yang dituduhkan kepada KPU. Dikutip dari *Jawapos.com* Wakapolresta Solo AKBP Andy Rifai mengungkapkan bahwa persebaran hoaks menjelang pemilu 2019 semakin masif. Dalam setiap harinya bisa mencapai 7 hingga 8 berita hoaks (Purnomo, 2019).

Duta anti-hoaks, Komarudin Hidayat dalam *Kominfo.go.id* menyatakan bahwa hoaks menimbulkan pembunuhan karakter, karena hoaks merupakan manipulasi, kecurangan, yang dapat menjatuhkan orang lain. Selain membunuh karakter hoaks juga menjadi ancaman yang serius bagi persatuan bangsa di tahun politik 2019 (Riski, 2019) (Riski, 2019). Dilansir dari *Voaindonesia.com* Penyebaran hoaks di tahun politik seperti saat ini, semakin menunjukkan pengaruh dan efek yang negatif bagi persatuan dan kesatuan bangsa. Terlebih, berita bohong atau fitnah yang menyebar dimanfaatkan untuk kepentingan politik maupun ekonomi oleh pihak tertentu untuk mencapai tujuan pribadi.

Berdasarkan wawancara dengan koordinator Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (MAFINDO) Surabaya, Adven Sarbani, hoaks menjadi isu yang berbahaya dalam hidup berbangsa dan bermasyarakat. Isu Suku, Agama, Ras, dan Antar golongan (SARA) hingga ujaran kebencian menjadi materi berbahaya dalam penyebaran berita hoaks, terutama memasuki tahun politik menjelang pemilu 2019. Adven menegaskan pentingnya peran serta pemerintah maupun masyarakat untuk mengatasi dan mengantisipasi bahaya hoaks, dengan melakukan klarifikasi berita yang benar kepada masyarakat (Riski, 2019).

Informasi bukan lagi sebatas kata-kata atau kalimat. Namun informasi sudah bagaikan pisau tajam, jika salah penggunaannya akan berakibat fatal. Berkembangnya pengetahuan informasi dan komunikasi mempermudah masyarakat mengakses informasi untuk tujuan apapun. Secara psikologis pengguna media sosial akan berfikir setiap berita dan informasi yang diterimanya melalui *smartphone* adalah informasi yang benar sehingga tanpa ragu mereka menyebarkan atau membagikan informasi tersebut, walaupun masih belum jelas sumbernya (Ainiyah, 2017). Hal ini disebabkan karena minimnya pengetahuan yang dimiliki oleh para pengguna media sosial. Pelaku penyebaran hoaks tersebut merugikan pihak-pihak tertentu, penerima informasi terlalu cepat menyebarkan berita yang tidak jelas kebenarannya.

Banyaknya berita hoaks menyebar harus diredam oleh berbagai kalangan mulai dari penyedia berita yang harus jeli terhadap suatu isu hingga kesadaran personal mengenai literasi media, agar tidak mudah terpengaruh dengan adanya berita hoaks, serta lebih bijak dalam menanggapi berita hoaks yang tersebar. Menurut David Buchingham bahwa pendidikan media mempunyai tujuan untuk mengembangkan baik pemahaman kritis maupun partisipasi aktif sehingga memungkinkan masyarakat sebagai konsumen media membuat tafsiran dan penilaian berdasarkan informasi yang diperolehnya, selain itu agar masyarakat dapat menjadi produser media dengan caranya sendiri.

Pengetahuan dan pelatihan media melalui literasi media membantu masyarakat agar lebih kritis menanggapi suatu informasi yang tersebar luas di internet terlebih pada berita bohong atau hoaks. Masyarakat memerlukan edukasi dan pelatihan perihal penanganan berita hoaks yang kemudian merambah kepada bagaimana menyikapi berita hoaks tersebut. Serta dengan literasi media masyarakat lebih paham bagaimana memanfaatkan media untuk berbagi informasi.

Literasi media sendiri berasal dari bahasa Inggris yaitu *Media Literacy*, *Literacy* berarti melek dan *Media* berarti tempat pertukaran

pesan. Dalam hal ini literasi media merujuk kemampuan khalayak yang melek terhadap media dan pesan media massa dalam konteks komunikasi massa. Literasi media tidak hanya merupakan sebuah kesadaran dan pemahaman yang lebih baik, tetapi juga merupakan otonomi yang sangat penting. Dengan adanya literasi media dapat mengembangkan keterampilan berpikir kritis dan memahami bagaimana teks media dirancang untuk memengaruhi masyarakat, serta dari teks dapat dilihat bagaimana prespektif kreatornya.

Pengetahuan literasi dapat dipupuk melalui beberapa strategi. Strategi yang pertama dilakukan adalah strategi personal, dimana individu meningkatkan pengetahuan literasi dengan kemampuannya sendiri, dari mulai mengkaji opini yang akan dikeluarkan dirinya sendiri, meningkatkan kesadaran terpaan media hingga pertanggungjawaban pribadi atas apa yang telah dilakukan di media sosial dan mawas diri dengan mengelola media sosial. Selain strategi individu juga dibutuhkan bantuan dari pihak lain, dengan adanya kelompok sosial yang berupaya memengaruhi kesadaran publik berkaitan dengan isi media yang bermasalah dan untuk membawa perubahan dalam industri media (Hermawan, 2017).

MAFINDO (Masyarakat Anti Fitnah Indonesia) adalah salah satu komunitas yang bergerak untuk menanggulangi berita hoaks. Organisasi ini berdiri sejak 2015 namun baru diresmikan pada 19 November 2016, MAFINDO mengajak masyarakat sadar akan kepedulian berita hoaks yang semakin masif tersebar di tahun politik ini. MAFINDO menjadi satu satunya organisasi anti hoaks yang memiliki legalitas. Masyarakat dapat melaporkan berita yang sedang *viral* atau berita yang terindikasi hoaks di website www.turnbackhoax.id, *Whatsapp* atau sering disebut kalimasada serta aplikasi *Hoax Buster Tools*. Awalnya forum ini berawal dari grup *facebook* Forum Anti Fitnah, Hasut, dan *Hoax* (FAFHH). Dimana para anggota berinteraksi dan berdiskusi melalui isu-isu yang beredar di media sosial (Aulia, 2018). *Virus hoax* dianggap menjadi perusak kesatuan bangsa, maka dari

itu MAFINDO hadir sebagai komunitas sosial untuk menanggulangi virus tersebut. MAFINDO juga dibentuk per daerah agar semakin mudah dan dapat memperluas dalam menyebarkan kesadaran masyarakat akan berita hoaks. Begitu pula di Solo yang termasuk kota yang berpengaruh dalam pesta demokrasi tahun ini. Selain itu solo merupakan salah satu kota yang berperan aktif di MAFINDO Pusat.

Selain dengan bantuan aplikasi untuk cek kebenaran berita, MAFINDO Solo Raya juga mengadakan kegiatan dengan menggandeng instansi, seperti Polresta Surakarta, Bawaslu Surakarta dan beberapa instansi lain guna mengenalkan literasi media kepada masyarakat Solo Raya. Bahkan MAFINDO juga pernah bekerja sama dengan IAIN Surakarta dalam acara "Literasi Media bagi Generasi Milenial". Seiring dengan pelaksanaan Pemilu di tahun politik 2019, banyak hoaks yang tersebar bahkan sudah sejak 2018 hoaks mengenai politik mulai masif. MAFINDO sebagai organisasi anti hoaks melakukan kegiatan sosialisasi antara lain Tiyang Solo Anti Hoaks, sosialisasi bahaya hoaks dengan sragen creative festival, Pemilu Pemula Cerdas Bermedia Sosial "Suara Kita Menentukan Masa Depan", serta siaran di RRI Surakarta tentang Peran Perempuan dalam Gerakan Literasi dan Perlawanan terhadap Hoaks. Selain itu masih banyak kegiatan yang dilakukan MAFINDO dalam mengenalkan literasi dan mencegah penyebaran hoaks.

Penulis menganggap penelitian ini penting karena masih banyak masyarakat yang mempunyai tingkat literasi media rendah, sehingga penelitian tentang literasi media ini diharapkan mampu menambah pengetahuan literasi masyarakat. Riset ini sejatinya melengkapi riset tentang hoaks dan literasi media yang pernah dilakukan peneliti sebelumnya (Bakri, Zulhazmi, & Laksono, 2019; Juditha, 2018; Silalahi, Bestari, & Saputra, 2017; Tsaniyah & Juliana, 2019). Riset-riset tersebut semakin menegaskan bahaya hoaks bagi keutuhan masyarakat (Ali, 2017; Harbowo, 2019; Sudibyo, 2019).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskripsi kualitatif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi. Objek utama dari penelitian ini adalah MAFINDO Solo Raya. Informan penelitian ini adalah Ketua Presidium MAFINDO Solo Raya, Presidium Literasi dan Narasi MAFINDO Solo Raya, presidium Humas MAFINDO Solo Raya dan Tim *Fact Checker*. Alasan memilih beberapa informan tersebut karena pengetahuan dan keterlibatan mereka dalam proses literasi media di MAFINDO Solo Raya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penggunaan media sosial semakin mengkhawatirkan dan meresahkan masyarakat karena banyaknya informasi bohong atau hoaks yang tersebar dengan masif di media sosial. Selain itu pasca pilpres 2014 terlihat kecenderungan politik yang mengkapitalisasi isu SARA yang disebarakan kepada masyarakat melalui media sosial. Maraknya hoaks dan isu SARA tersebut, membuat beberapa nitizen yang kemudian membentuk komunitas Masyarakat Anti Hoaks Surakarta pada Desember 2016.

MAFINDO Solo Raya sendiri sebelumnya mempunyai nama Masyarakat Anti Hoaks Surakarta (MAHS) dan mendeklarasikan diri pada 25 Desember 2016. Kemudian pada tahun 2017 MAFINDO Solo Raya berdelkarasi kembali dengan nama MAFINDO bersamaan dengan beberapa *chapter* seperti Jakarta dan Jogjakarta pada 7 Januari 2017. MAFINDO terbentuk dari cabang cabang terlebih dahulu kemudian bergabung menjadi MAFINDO pusat.

MAFINDO berasal dari grup *Facebook* yang bernama Forum Anti Fitnah, Hasut, dan Hoax atau di singkat FAFHH pada tahun 2015. Grup ini muncul karena semakin meningkatnya fitnah, hasut dan hoaks di media sosial. Forum *Facebook* ini dibentuk oleh Harry Sufehmi (*Company Profile Mafindo*).

Komunitas MAFINDO berkembang pesat dengan jumlah relawan yang meningkat, dengan 18 cabang di seluruh Indonesia. MAFINDO mengadakan Silatnas (Silaturahmi Nasional) dan Silatnas yang pertama diadakan di Tawangmangu pada 17 Maret 2017. Tujuan dilakukan Silatnas adalah mempererat tali persaudaraan antar-relawan.

Anggota MAFINDO sendiri terdiri dari pengurus pusat yang diambil dari percabang, relawan dan *timfact checker*. Jika relawan dan pengurus memiliki tugas untuk menyerukan anti hoaks kepada masyarakat dan melakukan *public campaign* tentang edukasi literasi. Lain halnya dengan *timfact checker* MAFINDO, tim ini memiliki tugas untuk men-*debunk* atau mengklarifikasi hoaks yang beredar di media sosial.

Meskipun banyak komunitas komunitas yang menyuarakan anti hoaks namun MAFINDO memiliki perbedaan, yaitu IT yang dimilikinya antara lain Aplikasi *Hoax Buster Tools* untuk mencari berita *valid*, pelaporan hoaks, dan juga *tools* untuk membongkar hoaks, kemudian *turnbackhoax.id* merupakan *website* yang mengumpulkan hasil investigasi dalam grup FAFHH dan berfungsi sebagai pangkalan data (*data base*). Selain kedua hal tersebut MAFINDO juga mempunyai pengecek fakta. *Cekfakta.com* berisikan hasil pemeriksaan fakta atas isu-isu yang beredar. Cek fakta ini adalah hasil kerja sama dengan 22 media *online* nasional untuk saling berbagi pakai data hasil penyelidikan hoaks. MAFINDO juga menyediakan layanan untuk mendeteksi hoaks di aplikasi pesan instan *Whatsapp* dengan nama Kalimasada. Serta pada maret 2019 MAFINDO menghasilkan karya baru, yaitu Yudistira, mesin anti hoaks yang memungkinkan siapapun mengembangkan solusi anti hoaks. Yudistira ini menyokong *trunbackhoax.id*, *cekfakta.com*, serta *Whatsapp Hoax Buster* (WHB) atau yang biasa disebut Kalimasada.

MAFINDO mempunyai 4 pilar yang menjadi pegangan dalam menjalankan program kerjanya, 4 pilar itu antara lain: *Edukasi literasi*,

melakukan edukasi tentang literasi di lembaga lembaga pendidikan seperti sekolah dan kampus serta masyarakat umum. *Narasi damai*, membuat narasi narasi yang mendinginkan beberapa pihak bersangkutan di forum diskusi anti hoaks dan turnbackhoax.id. *Public campaign*, melakukan kampanye anti hoaks kepada masyarakat dengan menggandeng instansi atau lembaga lain serta mengembangkan media sosial sebagai media daring kampanye. *Silaturahmi, breaking the walls bulding the bridge*, yang dimaksud adalah memecahkan polarisasi akibat isu sosial politik dan SARA dengan membangun silaturahmi (Wawancara Guntur Wahyu Nugroho, Ketua Korwil MAFINDO Solo Raya, 23 Juli 2019).

MAFINDO memiliki tujuan untuk meminimalisir persebaran berita hoaks di media sosial yang mengancam kerukunan bermasyarakat hingga mematikan karakter diri. Selain menyebarkan pemahaman antihoaks MAFINDO juga mengajak masyarakat untuk lebih cerdas dan bijak dalam menggunakan media sosial serta bergotong royong untuk mencegah virus hoaks yang beredar di media sosial yang mempunyai konten memprovokasi dan memengaruhi pengguna media sosial demi kepentingan pembuat hoaks.

MAFINDO adalah organisasi yang bentuknya presidium. Di MAFINDO Solo Raya terdapat pengurus, relawan dan tim *fact checker* dari pusat yang ditempatkan di Solo. Selain pengurus yang aktif MAFINDO Solo Raya juga memiliki relawan yang mendedikasikan dirinya untuk bersama MAFINDO mencegah hoaks. Sejauh ini relawan MAFINDO ada sekitar 80 orang. Kemudian MAFINDO pusat juga menjadikan Solo sebagai salah satu tempat *fact checker*. Ada 3 *fact checker* yang ditempatkan di Solo. MAFINDO pusat sendiri memiliki 11 *fact checker* yang ditempatkan di beberapa kota, 7 *fact cheker* di Jakarta, 3 di Solo dan 1 ditempatkan di Bandung.

Pengurus MAFINDO Solo Raya terbentuk pada Desember 2018, awalnya sejak deklarasi pada 2016 MAFINDO tidak memiliki struktur kepengurusan yang jelas. Pada 2018 struktur mulai dibentuk

walaupun sepihak oleh beberapa orang yang menjadi motor di Solo sendiri. Pembentukan kepengurusan ini dibuat agar semakin mudah dalam menjalankan program kerja dan dalam masalah pendanaan dari MAFINDO Pusat. Selama ini baik MAFINDO Solo Raya ataupun MAFINDO Pusat mendapatkan pendanaan dari donatur donatur (Wawancara Erwina Tri Sulistyaningrum, Ketua Bidang Humas MAFINDO Solo Raya, 14 Agustus 2019).

Di dalam Struktur kepengurusan MAFINDO Solo Raya ada 4 bidang yang di bawahi langsung oleh ketua korwil. Bidang Literasi dan narasi yang lebih fokus pada edukasi literasi. Bidang Humas lebih ke sosialisasi dan *public campaign*. Bidang internal menangani perihal kesekretariatan dan keuangan. Dan terakhir bidang kelembagaan yang berkuat pada hukum dan organisasi.

MAFINDO Solo Raya membuka relawan secara terbuka. Dengan perekrutan relawan secara terbuka MAFINDO Solo Raya berharap agar semakin banyak orang yang terliterasi walaupun hanya lewat grup Whatsapp tidak terjun langsung dilapangan. Relawan MAFINDO Solo Raya per tanggal 14 Agustus ada 89 orang dari berbagai kalangan mulai dari dosen, mahasiswa, hingga ibu ibu rumah tangga (Wawancara Erwina Tri Sulistyaningrum, Ketua Bidang Humas MAFINDO Solo Raya, 14 Agustus 2019).

Program Kerja MAFINDO Solo Raya

Program kerja yang dilakukan di Solo Raya berbeda dengan program korwil atau *chapter* lain. Selama tahun 2019 program kerja MAFINDO Solo Raya yang terlaksana adalah: Pelatihan *Fact Checking* sederhana dengan melibatkan pihak eksternal seperti ICS dan penyiar. *Capacity Building*, *Sharing session* untuk teman teman relawan terkait update terkini hoaks. Public Campaign di CFD sosialisasi hoaks pada bulan Februari, Maret, April dan Agustus. Silaturahmi, atau membangun dialog informal dengan berbagai tokoh baik dari agama maupun lembaga untuk berdiskusi dan membangun hubungan baik. *Talkshow*, bekerja sama dengan RRI untuk menjadi narasumber perihal anti hoaks selama sebulan sekali.

Sedangkan masih banyak program yang belum dilaksanakan hingga bulan ini: Hoaks clinic, pengenalan *Hoax Buster Tools* dan pengenalan informasi hoaks atau tidak. MAFINDO Goes To Campus, mendatangi kampus atau sekolah untuk menyerukan anti hoaks. namun sebenarnya beberapa kali MAFINDO Solo Raya diminta untuk mengisi acara di kampus, terakhir kali di ISI Surakarta pada bulan april. Workshop anggota baru, memberikan pengenalan MAFINDO, kode etik MAFINDO, sosialisasi dan edukasi tentang ranah hoaks. Pengenalan Literasi Digital pada siswa SD dan TK, karena kecenderungan anak kecil sekarang yang lebih paham gadget dari pada menulis maka pemahaman literasi digital di usia dini sangat diperlukan.

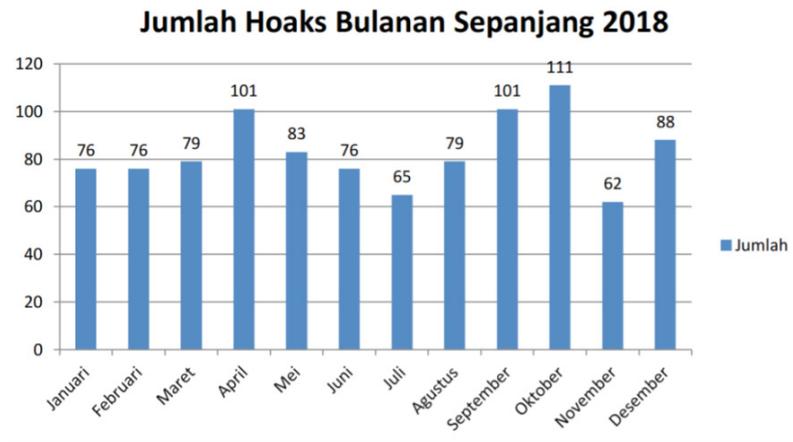
Berita hoaks atau yang sering disebut dengan berita bohong memang sudah ada sejak zaman dulu. Menurut MAFINDO berita hoaks di bagi menjadi disinformasi dan misinformasi. Disinformasi adalah penyebaran berita hoaks dengan niat pelaku yang disengaja. Sedangkan misinformasi adalah penyebaran berita hoaks karena pelaku belum tahu kebenarannya, sehingga menyebarkan berita hoaks dengan tidak sengaja.

Kemudian berita misinformasi dan disinformasi tersebut dibagi lagi menjadi 7 kategori. MAFINDO dalam panduan melawan hasutan kebencian, membagi mis dan disinformasi menjadi 7 jenis: Satire atau Parodi, merupakan sindiran yang ditujukan kepada seseorang atau peristiwa. Karena tidak semua orang paham atas konteks dari satire tersebut sehingga menimbulkan misinformasi. Koneksi yang Salah, hubungan antar elemen dalam sebuah berita, seperti judul, isi, berita, gambar maupun keterangan gambar, tidak saling mendukung satu sama lain. Hal semacam ini sering ditemukan dalam berita viral yang sensasional (Clickbait). Konten yang Menyesatkan, pengguna di Giri Lumaktong untuk memiliki persepsi tertentu tentang sebuah isu atau peristiwa (framing) dalam konten ini. Konten yang Salah, konten yang salah dalam hal ini adalah ketika informasi benar disebarkan dengan

konteks yang sama sekali berbeda. Konten Tiruan, konten yang seolah-olah beraasal dari lembaga atau seorang yang sah namun sesungguhnya palsu. Konten yang Dimanipulasi, adalah konten hasil modifikasi dari gambar, video atau tulisan sehingga konten itu memiliki makna yang beda dengan konten aslinya. Konten Palsu, adalah informasi yang sama sekali tidak benar dan 100% disengaja oleh oknum tertentu untuk menipu atau merugikan pihak lain (Mafindo, 2019).

Di Indonesia sendiri berita hoaks sudah mulai muncul sejak lama namun bedanya dengan hoaks yang muncul sekarang adalah konten atau muatan hoaks tersebut. Tahun 2010 didominasi hoaks tentang hal hal mistis dan konspirasi, namun pasca pemilihan gubernur Jakarta sekitar tahun 2014 hoaks dengan muatan SARA dan politik mulai mencuat dengan frekuensi yang sangat tinggi. Berdasarkan wawancara dengan Guntur Wahyu Nugroho, ketua presidium MAFINDO Solo Raya munculnya hoaks politik dan SARA diawali pasca pemilihan presiden 2014. Hoaks di produksi untuk kepentingan kampanye dan mengadu domba antar pemilih satu dan pemilih lainnya. Kemudian hoaks dengan muatan tersebut tersebar dengan fluktuatif hingga saat ini.

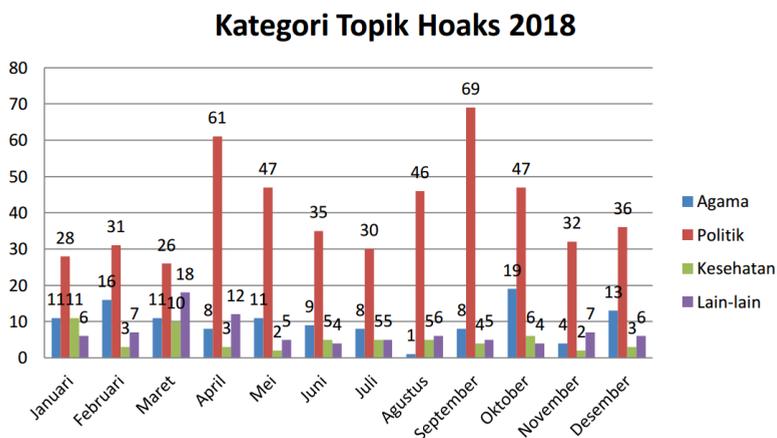
Data pemetaan hoaks tahun 2018 yang dikeluarkan MAFINDO juga mengatakan bahwa tahun 2018 didominasi oleh hoaks bermuatan Politik dan SARA. Sebanyak 997 hoaks yang diterima MAFINDO selama 2018 (Media Release Mapping Hoaks Annual 2018 Mafindo). Baik dari pemindaian Tim *fact checker* MAFINDO atau dari laporan laporan masyarakat yang didapat dari kanal yang disediakan MAFINDO untuk pengaduan hoaks. MAFINDO membuat kanal kanal pengaduan dan pelaporan hoaks untuk masyarakat berupa web turnbackhoax.id, forum Facebook FAFHH (Forum Anti Fitnah, Hasut dan Hoax), serta pelaporan via whatsapp atau sering disebut kalimasada.



Grafik Hoaks 2018 (*Sumber: Mapping Hoaks Annual 2018*)

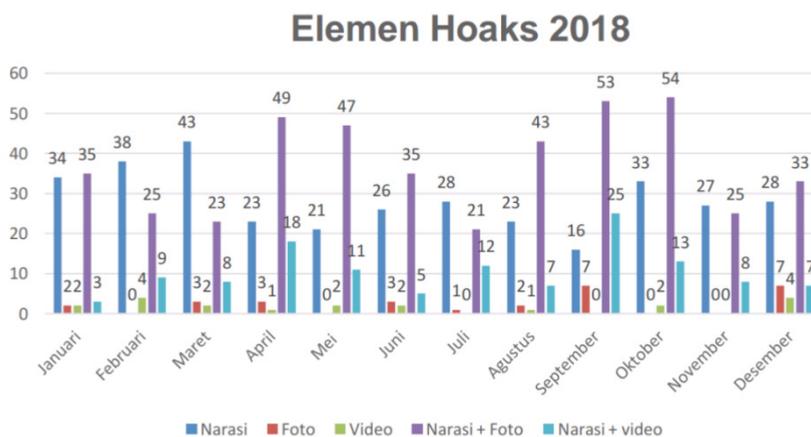
Berdasarkan grafik di atas jumlah hoaks meningkat tajam pada bulan oktober, sebanyak 111 hoaks diterima oleh tim fact chaker. Pada bulan berikutnya hoaks menurun drastis hingga 62 hoaks. Jika ditarik rata-rata dalam sebulan terdapat 83 hoaks yang tersebar diberbagai saluran media sosial. Angka yang didapat merupakan jumlah hoaks dalam semua kategori (Media Release Mapping Hoaks Annual 2018 Mafindo).

Topik yang mendominasi hoaks di tahun 2018 adalah hoaks tentang politik dan agama. Berdasarkan laporan pemetaan litbang MAFINDO dari 997 hokas yang tersebar selama tahun 2018, sebanyak 49,94% merupakan hoaks politik. Serta 11,94% merupakan hoaks tentang agama (Media Release Mapping Hoaks Annual 2018 Mafindo). Jika di laporkan dalam bentuk jumlah terdapat 488 hoaks politik dan 119 hoaks agama. Selain kedua topik itu masih ada topik lain seperti kesehatan.



Grafik Topik Hoaks 2018 (Sumber: Mapping Hoaks Annual 2018)

Berdasar laporan pemetaan MAFINDO diatas, persebaran hoaks politik paling besar terdapat pada bulan September. Bulan itu bertepatan saat pengambilan nomor urut peserta pilpres. Hoaks yang tersebar pada bulan itu bertarget kepada pemerintah, capres dan cawapres. Namun jika dikerucutkan lagi berita hoaks tertuju kepada calon presiden. Hoaks yang beredar memiliki tema berkisaran isu dukungan, pencitraan negative, dan delegitimasi pemerintah. Setelah 69 hoaks tersebar pada bulan September, kemudian bulan oktober justru menurun sebesar 31,88% (Media Release Mapping Hoaks Annual 2018 Mafindo). Sedangkan hasil hoaks politik paling banyak pada bulan oktober. Isu agama yang beredar pada bulan oktober erat kaitannya dengan peristiwa dengan pembakaran bendera bertuliskan tauhid.

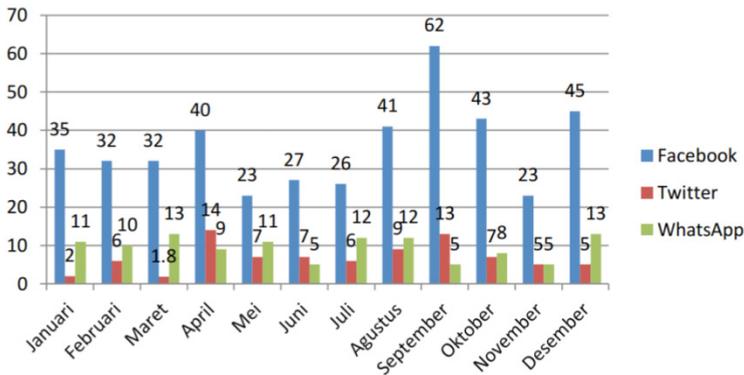


Grafik Elemen Hoaks 2018 (Sumber: Mapping Hoaks Annual 2018)

Bentuk hoaks yang tersebar meliputi, narasi, foto, video, narasi dan foto serta narasi dan video. Dari data yang di terima oleh tim fact checker hoaks terbanyak berupa kombinasi narasi dan foto sebanyak 443 hoaks sebesar 44,43%. Kemudian hoaks berupa narasi saja sebanyak 34,10% atau 340 hoaks (Media Release Mapping Hoaks Annual 2018 Mafindo). Hoaks kombinasi narasi dan foto tersebar paling banyak di bulan oktober, sedangkan hoaks narasi paling banyak ditemukan pada bulan Maret.

Kemudian pemetaan selama 2018 memperlihatkan bahwa facebook (FB) menjadi saluran pendistribusian hoaks yang paling dominan sebesar 137 hoaks. Kedua sebanyak 114 hoaks tersebar melalui Whatsapp. Saluran ini diidentifikasi melalui laporan masyarakat, beberapa hoaks yang disebar melalui platform media sosial Facebook, Twitter, maupun Instagram masih dapat dilacak sebarannya, namun sebaran hoaks di area Dark Social sulit untuk dilacak. Kemungkinan jumlah sebaran hoaks di area itu jauh lebih banyak dari pada yang dilaporkan ke MAFINDO.

Saluran Penyebaran Hoaks 2018



Grafik Saluran Penyebaran Hoaks 2018 (*Sumber: Mapping Hoaks Annual 2018*)

Pada tahun 2019 hoaks politik makin meningkat bersamaan dengan semakin dekatnya pilpres. Berdasarkan wawancara dengan Giri Lumakto, Presidium Literasi dan Narasi MAFINDO Solo Raya yang juga Tim LITBANG MAFINDO Pusat menyatakan bahwa di tahun 2019 hoaks politik semakin masif dengan peredaran 5-10 hoaks per harinya.

Berdasar data yang dihimpun MAFINDO peredaran berita palsu atau hoaks semakin meningkat. Totalnya sudah ada 320 konten hoaks yang beredar selama 2019. Pada bulan Januari sebanyak 109 konten, Februari 104 konten dan Maret 107 konten. Septiaji Eko Nugroho menyatakan bahwa hoaks terkait politik mendominasi sekitar 50 % hingga 75 %. Hoaks bertema politik semakin marak menjelang pemilu 2019, mayoritas penyebarannya di Facebook, Twitter dan Whatsapp. Penyebaran paling massif terdapat pada berita hoaks server KPU di singapura. Lebih dari 45.000 shares dan 974.000 view hanya dalam waktu 24 jam (Herman, 2019).

Hoaks tahun politik 2019 sudah mulai muncul sejak pertengahan 2018, seperti kasus Ratna Sarumpaet. Berita yang dilengkapi dengan hasil tangkap layar aplikasi *whatsapp* ini menyebar melalui media

sosial twitter, lalu ditanggapi oleh beberapa politikus di twitter juga. Kemudian menyebar luas hingga media elektronik juga turut memberitakan kasus ini. Selain kasus Ratna Sarumpaet, berdasarkan dari seluruh laporan dan pencarian hoaks dalam data fact checker, hoaks 7 kontainer merupakan hoaks yang sangat cepat persebarannya.

Tim *fact checker* mengklarifikasi berita viral dengan mencari di mesin pencarian untuk kasus kasus yang sudah terklarifikasi oleh media pers yang terverifikasi oleh dewan pers. Apabila ada sebuah berita yang melibatkan sebuah lembaga, tim fact chacker perlu menunggu klarifikasi dari pihak bersangkutan. Akan tetapi tidak semua berita hoaks bisa diklarifikasi karena memerlukan kerjasama antara semua media pers dan lembaga terkait untuk mengklarifikasi agar tidak menimbulkan hoaks baru. Berita pencoblosan di Malaysia ini juga merupakan salah satu berita hoaks politik yang viral hingga media elektronik ikut memberitakannya. Selain itu berita hokas tentang server KPU yang ada disetting juga tidak kalah viral dari berita-berita sebelumnya, hoaks server KPU disetting ini pertama di posting oleh pemilik akun @ekowboy. Menurut detiknews akun tersebut memiliki banyak pengikut sehingga postingannya viral. Selain itu akun diatas juga memiliki link dengan Babe, news berita.

Berdasar data laporan hoaks harian Kominfo, pada bulan mei, 5 berita diantara 10 berita laporan memuat unsur politik baik berita hoaks atau sekedar berita disinformasi.

Program Literasi MAFINDO Solo Raya

Literasi Media merupakan salah satu program dari MAFINDO Pusat. Namun di setiap cabang atau daerah memiliki program literasi sendiri sendiri untuk mengkampanyekan anti hoaks. Secara umum gerakan literasi MAFINDO adalah cek fakta, atau mengklarifikasi berita, foto dan video hoaks atau misinformasi yang tersebar di media sosial dan berdasar laporan dari masyarakat (Wawancara Ketua Bidang Literasi dan Narasi MAFINDO Solo Raya, 26 Juli 2019).

Cek fakta ini kemudian di realisasikan dalam *website Cekfakta.com* yang digarap bersamaan dengan 22 media nasional yang telah terverifikasi dewan pers. Melalui *cekfakta.com*, MAFINDO dan 22 media terverifikasi mengadakan *eventdebunk* informasi selama debat pilpers 2019 berlangsung (Wawancara Tim Fact Checker MAFINDO, 2 Agustus 2019). Hal ini dilakukan untuk mengklarifikasi pernyataan-pernyataan yang dikeluarkan oleh calon presiden maupun calon wakil presiden.

Selain *website Cekfakta.com* yang dikelola bersamaan dengan 22 media nasional, MAFINDO juga mempunyai *website* klarifikasi hoaks, *turnbackhoax.id* hampir sama dengan *cekfakta.com*, *websitesturnbackhoax.id* juga berisikan klarifikasi berita. Namun *website* ini dikelola langsung oleh tim *fact checker* MAFINDO tanpa menggandeng media lain. Selain itu *website turnbackhoax.id* digunakan sebagai media laporan hoaks dari masyarakat.

Jika Klarifikasi Hoaks merupakan program kerja literasi media secara umum, atau dibawah langsung oleh MAFINDO Pusat. Berbeda dengan program literasi MAFINDO Solo Raya. MAFINDO Solo Raya mengadakan program edukasi literasi terhadap masyarakat. Melalui kerjasama dengan beberapa lembaga seperti Polresta Surakarta, KPU, Bawaslu, Sekolah-sekolah dan lain lain. MAFINDO Solo Raya mengajak masyarakat agar lebih memahami bahaya yang ditimbulkan dari hoaks atau berita bohong. Hoaks dapat dengan mudah diakses dari manapun termasuk gawai, *Smartphone*, atau perangkat digital. Maka dari itu MAFINDO Solo Raya lebih cenderung melihat bahaya hoaks dan mengedukasi tentang literasi digital bagaimana kita bisa memverifikasi sumber, Lalu membaca konten atau narasi informasi, apakah layak sebuah informasi di bagikan kembali.

Program Literasi yang di gerakkan di Solo lebih ke *public campaign* dan ajakan kepada masyarakat untuk lebih waspada akan beredarnya berita hoaks. salah satu *public campaign* yang dilakukan di Solo adalah melakukan sosialisasi anti hoaks setiap 2 minggu sekali

di *Car Free Day* Slamet Riyadi (Wawancara Ketua Korwil MAFINDO Solo Raya, 23 Juli 2019). Dalam sosialisasi ini biasanya MAFINDO Solo Raya juga bekerja sama dengan lembaga lain. Selain kampanye anti hoaks di CFD, MAFINDO Solo Raya juga mengadakan seminar-seminar dengan peserta masyarakat umum atau mahasiswa. Bahkan MAFINDO Solo Raya juga sering mengisi seminar anti hoaks di sekolah-sekolah. Selain sosialisasi secara langsung, MAFINDO Solo Raya juga sosialisasi melalui talkshow di beberapa radio lokal seperti RRI Pro 1 dan 2, dan Metta FM (Wawancara Ketua Bidang Literasi dan Narasi MAFINDO Solo Raya, 26 Juli 2019).

MAFINDO Solo Raya juga memberikan pelatihan-pelatihan cek fakta kepada masyarakat, dengan menggunakan aplikasi *android hoax buster tools*. Aplikasi ini dibuat oleh MAFINDO untuk membantu masyarakat dalam memverifikasi berita atau foto atau video yang sedang *viral* di media sosial (Wawancara Ketua Korwil MAFINDO Solo Raya, 23 Juli 2019).

MAFINDO Pusat merintis program Stop Hoax Indonesia. Sasaran dari program Stop Hoax Indonesia, adalah kaum ibu rumah tangga dan anak muda. Jadi melalui 2 sasaran tersebut dapat membawa perubahan apabila program ini berjalan lancar. MAFINDO juga mengadakan gerakan Stop Hoax Indonesia. Pada Februari hingga April 2019 MAFINDO juga mengadakan acara bekerja sama dengan *google* yang melibatkan ibu rumah tangga dalam kegiatan TANGSKAS (Wanita Cerdas Anti Hoaks).

MAFINDO Solo Raya juga pernah melakukan kerjasama dengan jurusan KPI IAIN Surakarta dalam acara ngobrol asyik literasi media bagi generasi milenial yang diadakan di kelurahan Banmati Sukoharjo. Namun sasaran umum program literasi media menurut Guntur Wahyu Nugroho selaku Ketua MAFINDO Solo Raya. Menurutnya dalam menentukan sasaran program literasi bisa dilakukan dengan teori jendela Juhari dengan membagi menjadi 4 kuadran, indikator pengukur adalah terliterasi dan terpapar.

Dalam kuadran pertama tidak terliterasi dan tidak terpapar, di area ini adalah potensi. Maksudnya karena mereka tidak terpapar hoaks maka dengan pelatihan literasi mereka akan lebih waspada terhadap hoaks atau dengan kata lain bisa di jadikan dalam kategori kuadran dua. kuadran kedua, terliterasi dan tidak terpapar hoaks. mereka yang berada di wilayah ini paham akan literasi namun tidak terpapar, biasanya akan jadi relawan anti hoaks. kuadran ketiga terpapar tetapi tidak terliterasi, masyarakat umum tergolong dalam kuadran ini. Pemahaman dan proses literasi bisa di sampaikan untuk mengedukasi agar beralih dari kuadran ketiga menjadi kuadran dua. Kemudian kuadran yang terakhir adalah terliterasi dan terpapar hoaks. Golongan terakhir inilah yang sulit untuk diberi pemahaman literasi media yang baik, karena sebenarnya mereka tahu bahwa itu hoaks dan mereka tetap meganggap itu sebuah kebenaran. Area ini disebut area *post truth*.

Jika diambil kesimpulan maka daerah kuadran tiga dengan indikator terpapar hoaks dan tidak terliterasi adalah sasaran program literasi. Kuadran empat dengan paham *post truth* yang susah menerima kebenaran tidak bisa menerima pemahaman literasi media lagi. Mereka hanya dapat di sadarkan dengan proses hukum yang berlaku.

Strategi Literasi Media MAFINDO Solo Raya

Potter menyebutkan bahwa ada 3 pondasi atau bangunan pokok dari literasi media sendiri yaitu *skill, knowledge structure*, dan *personal locus* (Hermawan, 2017). Locus personal memberikan kontribusi bagi faktor struktur pengetahuan, kemudian kombinasi dari struktur pengetahuan memberikan informasi kepada seperangkat kompetensi dan ketrampilan.

MAFINDO Solo Raya dalam memandang hoaks dan literasi sebagai virus dan vaksin. Selama ini MAFINDO Solo Raya menggunakan teori inokulasi media, dimana hoaks sebagai virus

yang harus dibasmi dengan vaksin yaitu literasi media. Dalam penanganan kasus-kasus hoaks MAFINDO Solo Raya menggunakan *Hoax Buster Tools* dari MAFINDO pusat untuk mengklarifikasi berita hoaks, dan sebagai bahan ajar untuk melatih masyarakat umum dalam menghadapi berita hoaks. kemudian selain *Hoax Buster Tools* MAFINDO Solo Raya lebih banyak terjun untuk edukasi literasi media secara langsung untuk meningkatkan nalar kritis dalam menghadapi terpaan hoaks. Selain edukasi secara langsung MAFINDO Solo Raya juga menggandeng radio lokal seperti RRI Pro 1 dan Pro 2 serta radio Metta FM untuk mengedukasi perihal literasi media dan literasi digital melalui jaringan radio.

MAFINDO Solo Raya memandang bahwa pengembangan lokus pribadi sama dengan struktur pengetahuan. Ringkasnya pengembangan lokus pribadi dilakukan untuk mencapai struktur pengetahuan. Kedua bagian ini sangat berkaitan, sehingga hal-hal yang dilakukan untuk pengembangan lokus pribadi juga menimbulkan efek pada struktur pengetahuan masyarakat. Kemudian menurut potter bangunan ketiga literasi media adalah skill atau ketrampilan. Dalam hal ini MAFINDO Solo Raya mengadakan pelatihan untuk *fact checking*, di bantu dengan aplikasi terbitan MAFINDO bernama *Hoax Buster Tools*. Tidak hanya *HBT* MAFINDO juga memiliki produk lain seperti *turnbackhoax.id* yaitu *website* pelaporan hoaks dari MAFINDO, kemudian ada *Cekfakta.com* yang bekerjasama dengan 22 media yang terverifikasi dewan pers dan Kalimasada, pelaporan hoaks melalui aplikasi *Whatsapp*.

Lokus Pribadi

Potter menjelaskan bahwa landasan literasi media yang pertama adalah peningkatan lokus pribadi. Lokus pribadi sendiri adalah kesadaran diri akan sebuah informasi, apakah baik untuk di terima dan disebarkan atau tidak. Hal ini merupakan dasar sebelum seseorang belajar lebih banyak dengan ilmu pengetahuan agar menimbulkan

sikap kritis. Menurut potter lokus pribadi bisa dilakukan dengan 3 pengolahan informasi dengan penyaringan pesan, penyesuaian makna serta pengkontruksian makna (Hermawan, 2017).

Lain halnya dengan MAFINDO Solo Raya, lokus pribadi atau kesadaran individu didapat dengan cara menjaga jarak dengan informasi tersebut. Menjaga jarak yang dimaksud adalah menyaring terlebih dahulu informasi tersebut tidak langsung diterima dan disebarkan. Setelah disaring mana yang perlu diproses mana yang tidak perlu diproses, kemudian saring informasi tersebut apakah informasi tersebut baik untuk diri atau masyarakat. Selain baik apakah informasi tersebut benar sesuai dengan faktanya. Setelah informasi lolos dari 2 pertanyaan itu, kemudian apakah informasi itu bermanfaat baik untuk diri sendiri atau masyarakat. Apabila sudah dicek dan memang baik, benar dan bermanfaat maka informasi tersebut boleh disebarkan.

Edukasi diperlukan untuk mengingatkan, menjadikan literasi sebagai vaksin untuk menanggulangi hoaks. Maka untuk meningkatkan lokus diri harus selalu diingatkan melalui edukasi literasi media. MAFINDO Solo raya juga sering mengadakan diaolog membahas suatu hoaks yang diperdebatkan di dunia maya. Dialog mempertemukan pihak penyebar hoaks ini selain bersilaturahmi juga berdiskusi atau bertukar pikiran sehingga MAFINDO Solo Raya dapat memberikan edukasi literasi media secara khusus kepada pihak penyebar hoaks.

Struktur Pengetahuan

Struktur pengetahuan erat kaitannya dengan penumbuhan atau peningkatan nalar kritis seseorang. Jika potter mengungkapkan bahwa struktur pengetahuan diperoleh dengan melihat sebuah informasi dari berbagai sudut pandang. Menurut Giri Lumakto secara general ditanggung oleh pemerintah dalam bidang pendidikan. Apabila seseorang terlalu focus dalam aspek kognisi maka sisi kritisnya akan

hilang. Dalam hal membangun skeptisisme sehat ini MAFINDO Solo Raya hanya bisa mengedukasi tentang literasi media melalui seminar dan *talkshow* di radio lokal. Selain itu juga mengenalkan buku panduan tentang bahaya hoaks yang sudah disediakan gratis oleh pemerintah di *website*.

Selain dengan edukasi MAFINDO Solo raya dalam menumbuhkan sikap kritis untuk mencapai struktur pengetahuan yang baik juga membagikan narasi damai. Narasi ini berupa ajakan literasi media, yang dikemas dalam artikel atau buku panduan atau bisa jadi disampaikan langsung kepada masyarakat saat sosialisasi. Narasi damai yang terus menerus diserukan berguna untuk mengubah stigma negative menjadi lebih positif.

Kompetensi dan Ketrampilan Literasi

Ketrampilan literasi menurut Potter adalah alat yang dikembangkan melalui latihan atau praktek literasi. Dalam hal ini ada 7 ketrampilan yang Potter berikan agar semakin melek media, diantaranya adalah; Analisis, Evaluasi, Pengelompokan, Induksi, Deduksi, Sintesis, dan Abstraksi. Hal ini dilakukan untuk mengidentifikasi sebuah informasi secara mendalam. MAFINDO Solo Raya tidak mempraktekkan 7 ketrampilan di atas. Dalam mengajarkan ketrampilan literasi MAFINDO Solo Raya hanya sebatas mengajarkan pelatihan dan praktek langsung mengenai alat pengecek hoaks yang telah dibuat oleh MAFINDO Pusat, yaitu *Hoax Buster Tools*. Berbagai aplikasi terkait pengecekan narasi hoaks, foto palsu hingga video yang diedit atau dimodifikasi dengan mudah terdeteksi oleh aplikasi buatan MAFINDO ini.

Masyarakat umum hanya tinggal mengunduh aplikasi *Hoax Buster Tools* di *Google Play* atau *Play Store* lainnya. Di dalam aplikasi ini terdapat beberapa tools antara lain: Laporan *Hoax*, melalui *tool* ini masyarakat yang masih belum bisa menggunakan secara aktif dapat melaporkan hoaks yang mereka temukan. Masyarakat cukup dengan

mengirimkan hasil tangkapan layar. Alat pencarian, dalam *tool* ini terdapat ASE (*Anti Hoax Search Engine*), digunakan hanya untuk mencari website yang terverifikasi. Pencarian *google* seperti pencarian pada umumnya. Pencarian *Hoax*, untuk melakukan pencarian perihal hoaks di *website Turnbackhoax.id*. Alat Cek Gambar, di dalam *tool* ini terdapat 2 *tools*, *image search* untuk mencari informasi mengenai gambar melalui *Revers.photos* kemudian ada *JIMF (Jeffery's Image Metadata Viewer)* *tools* ini dapat melihat informasi mengenai metadata suatu gambar. Digunakan dengan memasukkan URL gambar yang berada di *website*. Media Sosial, terdapat *tools Follmer.me* untuk menganalisis akun publik *Twitter*. Dan *Graph.tips* untuk pengecekan akun *Facebook*. Alat Cek Video, dalam *tools* ini terdapat *geoserach* untuk pengecekan video pada lokasi tertentu. *Youtube data viewer* untuk melihat informasi video *Youtube*. Dan *WatchFrameByFrame.com* untuk melihat video *frame by frame*. Alat pengecekan orang, terdapat *pilp.com* pencarian orang yang memiliki alamat email atau nomor telepon. *Peek You* memudahkan pencarian orang yang anda kenal. *Spokeo* untuk mencari orang dan reuni, *peoplefindThor* untuk menemukan orang di *Facebook* dengan mudah. Penggunaan *tools* di atas lebih relevan jika dikaitkan dengan zaman digital seperti ini, tetapi ketrampilan yang disampaikan Potter juga baik dilakukan agar benar-benar paham kandungan informasi tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah peneliti uraikan pada bab sebelumnya, tentang strategi literasi media yang dilakukan MAFINDO Solo Raya dalam menanggulangi hoaks di tahun politik 2019. Strategi literasi media yang digunakan MAFINDO Solo Raya sejalan dengan konsep bangunan literasi media yang dikemukakan Potter yang meliputi tiga bangunan. *Pertama*, lokus

pribadi MAFINDO Solo Raya menerapkan saring informasi dengan tiga pertanyaan baik, benar, dan bermanfaat sehingga informasi tersebut dapat disebar. *Kedua*, MAFINDO Solo Raya mengedukasi masyarakat dengan sosialisasi dan silaturahmi agar wawasan masyarakat semakin terbuka. Dalam mengembangkan struktur pengetahuan MAFINDO Solo Raya juga mengedukasi masyarakat dengan narasi damai agar dapat merubah stigma-stigma negatif di masyarakat. Narasi yang disediakan MAFINDO berupa artikel dan buku panduan tentang edukasi tentang bahaya hoaks yang semakin massif di tahun politik 2019. MAFINDO Solo Raya juga mengadakan *talkshow* di radio lokal Solo. *Ketiga*, ketrampilan literasi, dalam hal ini MAFINDO Solo Raya berperan sebagai pelatih dalam pelatihan menggunakan aplikasi yang dibuat MAFINDO, *Hoax Buster Tools*. Aplikasi ini dapat membantu masyarakat mendeteksi informasi baik narasi, foto maupun video. Selain ketiga hal yang dikemukakan, Poter MAFINDO Solo Raya juga mengembangkan silaturahmi dalam konsep "Breaking the walls building the bridge". Silaturahmi yang dilakukan MAFINDO Solo Raya lebih kepada dialog informal untuk mendiskusikan suatu hal dengan seorang tokoh. Hal ini diharapkan bisa menjadi pemecah tembok digital dan dapat mengurangi kesalahpahaman akibat hoaks.

Saran

Peluang riset mengenai hoaks, literasi media dan literasi digital masih terbuka lebar. Tema tersebut masih aktual karena kasus-kasus baru selalu muncul dan berkembang. Terlebih di masa pandemi seperti ini, ketika hoaks menjamur seiring banjir informasi seputar Covid-19. Penelitian selanjutnya bisa fokus pada hal tersebut, yakni terkait hoaks dan disinformasi di masa pandemi. Dapat pula meneliti langkah sejumlah lembaga dalam penguatan literasi media dan literasi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainiyah, N. (2017). *Pendidikan Literacy Media Publik untuk Mencegah Hoax pada Media Massa dan Media Sosial dalam Melawan Hoax di Media Social dan Media Massa*. Yogyakarta: Trustmedia Publishing.
- 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 DITAHUN POLITIK. *Al-Balagh : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 4(2).
- Daulay, H. (2016). *Jurnalistik dan Kebebasan Pers*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Harbowo, N. (2019, April). Hoaks Ganggu Stabilitas Nasional. *Kompas*.
- Herman. (2019). 320 Hoax Beredar di 2019, Mayoritas Bertema Politik.
- Hermawan, H. (2017). *Literasi Media Kesadaran dan Analisis*. Bandung: Penerbit Calpulis.
- Heryanto, G. G. T. P. (2017). *Hoax dan Krisis Nalar Public: Potret Perang Informasi di Media Sosial dalam Melawan Hoax di Media Social dan Media Massa*. Yogyakarta: Trustmedia Publishing.
- 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>
- Kami, I. M. (2019). 62 Hoax Pemilu 2019 Teridentifikasi Kominfo ini Daftarnya.
- Nasrullah, R. (2014). *Komunikasi Antarbudaya: Di Era Budaya Siberia*. Jakarta: Penerbit Kencana. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Permana, F. E., & Fadhilah, U. N. (2018). Indonesia Dilanda Kedangkalan Literasi. Retrieved from <https://republika.co.id/berita/nasional/news-analysis/18/04/20/p7gq3m282-indonesia-dilanda-kedangkalan-literasi>
- Purnomo, A. (2019). Polresta Solo Catat 8 Berita Hoax per Hari.

- Riski, P. (2019). *Berita Hoaks Ancaman Serius pemersatu Bangsa Memasuki Tahun Politik*.
- Silalahi, R. R., Bestari, P., & Saputra, W. T. (2017). Karakteristik Strategi Crowdsourcing untuk Membatasi Penyebaran Hoaks di Indonesia Studi Kasus: Masyarakat Anti Fitnah Indonesia. *MetaCommunication; Journal Of Communication Studies*, 2(2), 128–154.
- Sudiby, A. (2019). Gelombang Hoaks Jelang Pemilu. *Kompas*.
- Tsaniyah, N., & Juliana, K. A. (2019). Literasi Digital sebagai Upaya Menangkal Hoaks di Era Disrupsi. *Al-Balagh : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 4(1).