

KEMAMPUAN LITERASI DIGITAL MAHASISWA DALAM MENERIMA BERITA HOAX (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Kalimantan Timur)

Rizky Amalia Syahrani¹, Kheyene Molekandella Boer²

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Nahdlatul Ulama Kalimantan Timur

²Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mulawarman

Abstract

Information on the digital era is a primary need for society. The digital space provides space for high information traffic, making it vulnerable to the presence of information whose sources are not clear and tend to be provocative, such as hoaxes. Literacy activities are needed to go hand in hand with technological developments. In East Kalimantan, literacy activities are still minimal, so they are not accompanied by public literacy skills. This research method uses qualitative research by taking informants using purposive sampling method and in depth interview, with a total of six students from three different campuses. The results of the study uses two literacy concepts. From critical understanding it is founded that the majority of informants already have the ability to think critically when receiving suspicious information. The trick is to make comparisons with other news sources. Meanwhile, the community abilities found were the majority of informants were actively discussing, education their immediate environment on how to identify hoaxes.

Keywords

(Literacy, Digital Media, University Students)

Correspondence Contact

syahrani rizky@unukaltim.ac.id,
kheyene.molekandella@fisip.unmul.ac.id

PENDAHULUAN

Teknologi kini telah menjadi sebuah kebutuhan utama bagi manusia, keberadaannya yang dirasa dapat mempermudah segala urusan sehari-hari menjadikannya sebagai primadona baru di semua kalangan. Teknologi bergerak cepat tanpa batas, meruntuhkan batas batas teritorial. Bukan hanya itu, keberadaan teknologi baru atau yang dikenal dengan internet ini kian mewabah secara massif. Internet menciptakan beragam produk-produk informasi yang kerap ditawarkan bagi penggunanya.

Informasi diproduksi, dipertukarkan dan dikonsumsi yang menjadikan informasi itu komoditas bernilai sebagai bentuk baru dari kapitalisme yang dalam pembahannya sering disebut dengan berbagai istilah, seperti informasional (castell,2004). Kecepatan akses komunikasi, informasi dan beragam kemudahan lainnya lantas tak hanya dapat dilihat dari satu sisi baik belaka. Internet-pun memiliki beragam kekurangan atau bagi yang tak mampu mengendalikannya sebut saja internet sebagai sebuah ancaman.

Sebelum internet menjadi primadona seperti saat ini. Potret media televisi Indonesia juga telah mengkhawatirkan, tayangan media, iklan bukan sekedar menjadi hiburan semata tetapi telah memiliki muatan nilai-nilai asusial seperti pornografi, kekerasan dan sebagainya.

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) telah banyak mengeluarkan ragam regulasi sebagai bentuk warning bagi penonton dalam mengkonsumsi informasi.

Riset yang dilakukan oleh DailySocial.id sebuah blok teknologi asal Jakarta bekerjasama dengan Jackpat Mobile Survey Platform. Ssebanyak 2.032 responden, sebanyak 44,19 % responden mengaku tidak yakin memiliki kepiawaian dalam mendeteksi hoax, 51,03% memilih untuk berdiam diri ketika mendapatkan konten hoax. Riset juga mengungkapkan sebanyak 73% responden membaca seluruh informasi secara utuh dan hanya sekitar 55% melakukan verivikasi (*fact check*) atas keakuratan informasi yang mereka baca.

Kalimantan Timur sendiri menjadi perhatian khusus terutama saat digemborkannya isu perpindahan ibu kota Negara nanti. Hal tersebut merupakan tantangan tersendiri bagi Kaltim, karena isu perpindahan ibu kota maka otomatis akan terjadi lalu lintas informasi yang jauh lebih padat dan sesak. Sehingga edukasi melalui kegiatan literasi perlu dilakukan sedini mungkin.

Pola konsumsi informasi masyarakat-pun seiring waktu bergeser semakin beragam. Alternatif media semakin mewarnai pilihan publik dalam mencari informasi. Sejak masuknya internet di sekitar tahun 2000 perilaku konsumsi yang semula banyak terfokus pada media televisive mulai beralih ke media berbasis internet. Internet menjadi primadona karena kemudahan – kemudahan yang ditawarkan. Contohnya pengguna dapat mencari informasi yang diinginkan sehingga kontrol penuh ada di tangan pengguna internet, kecepatan akses hingga interaktivitas yang tidak dimiliki televisi.

Gambar : Indonesia Peringkat 6 dunia Sebagai Pengguna Internet, 2013-2018

Top 25 Countries, Ranked by Internet Users, 2013-2018						
millions						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1. China*	620.7	643.6	669.8	700.1	736.2	777.0
2. US**	246.0	252.9	259.3	264.9	269.7	274.1
3. India	167.2	215.6	252.3	283.8	313.8	346.3
4. Brazil	99.2	107.7	113.7	119.8	123.3	125.9
5. Japan	100.0	102.1	103.6	104.5	105.0	105.4
6. Indonesia	72.8	83.7	93.4	102.8	112.6	123.0
7. Russia	77.5	82.9	87.3	91.4	94.3	96.6
8. Germany	59.5	61.6	62.2	62.5	62.7	62.7
9. Mexico	53.1	59.4	65.1	70.7	75.7	80.4
10. Nigeria	51.8	57.7	63.2	69.1	76.2	84.3
11. UK**	48.8	50.1	51.3	52.4	53.4	54.3
12. France	48.8	49.7	50.5	51.2	51.9	52.5
13. Philippines	42.3	48.0	53.7	59.1	64.5	69.3
14. Turkey	36.6	41.0	44.7	47.7	50.7	53.5
15. Vietnam	36.6	40.5	44.4	48.2	52.1	55.8
16. South Korea	40.1	40.4	40.6	40.7	40.9	41.0
17. Egypt	34.1	36.0	38.3	40.9	43.9	47.4
18. Italy	34.5	35.8	36.2	37.2	37.5	37.7
19. Spain	30.5	31.6	32.3	33.0	33.5	33.9
20. Canada	27.7	28.3	28.8	29.4	29.9	30.4
21. Argentina	25.0	27.1	29.0	29.8	30.5	31.1
22. Colombia	24.2	26.5	28.6	29.4	30.5	31.3
23. Thailand	22.7	24.3	26.0	27.6	29.1	30.6
24. Poland	22.6	22.9	23.3	23.7	24.0	24.3
25. South Africa	20.1	22.7	25.0	27.2	29.2	30.9
Worldwide***	2,692.9	2,892.7	3,072.6	3,246.3	3,419.9	3,600.2

Note: Individuals of any age who use the internet from any location via any device at least once per month. *excludes Hong Kong. **forecast from Aug 2014. ***includes countries not listed
Source: eMarketer, Nov 2014

Sumber www.eMarketer.com

Pengguna internet didominasi oleh mereka yang berusia 19 hingga 34 tahun di Indonesia atau sebanyak 49,52%, kemudian diposisi kedua sebanyak 29,55% pengguna internet berusia 35-54 tahun dan diposisi terbawah yakni remaja usia 13-18 tahun dengan porsi 16,68% .

Data ini menunjukkan rentan usia 19-34 tahun adalah rentan usia terbanyak dalam menggunakan internet di kesehariannya. Salah satu produk yang dihadirkan adalah munculnya berita palsu atau hoax. Hoax adalah berita yang tidak jelas sumber dan kebenarannya. Bertujuan untuk menciptakan kegelisahan, kepanikan dan suasana tidak kondusif, kekacauan untuk agenda dan tujuan tertentu.

Riset yang dilakukan oleh DailySocial.id sebuah blok teknologi asal Jakarta bekerjasama dengan Jackpat Mobile Survey Platform. Ssebanyak 2.032 responden, sebanyak 44,19 % responden mengaku tidak yakin memiliki kepaiawaian dalam mendeteksi hoax, 51,03% memilih untuk berdiam diri ketika mendapatkan konten hoax. Riset juga mengungkapkan sebanyak 73% responden membaca seluruh informasi secara utuh dan hanya sekitar 55% melakukan verivikasi (fact chech) atas keakuratan informasi yang mereka baca.

Literasi media (Potter,2005:4) adalah perspektif dimana individu secara aktif dapat meresponn media dan menafsirkan makna pesan yang diterima. Kegiatan literasi digital dinilai masih minim dan bermain dalam tataran awal sekedar menyampaikan informasi tanpa kegiatan yang berkesinambungan. Sehingga, kemampuan literasi masyarakat Kaltim juga masih perlu dipertanyakan. Beberapa lapisan yang banyak menyelenggarakan kegiatan literasi seperti dari pihak universitas, komunitas dan surat kabar. Tribun Kaltim termasuk surat kabar yang melakukan kegiatan literasi.

Gambar:

Kegiatan Literasi yang dilakukan surat kabar Tribun Kaltim ke SMKN 2 Balikpapan



Sumber : <https://kaltim.tribunnews.com/2018/12/13/video-tribun-kaltim-goes-to-school-literasi-digital-cegah-hoax-di-smkn-2-balikpapan>

Maka dalam usulan penelitian ini, dirasa perlu untuk melihat bagaimana keterampilan literasi media yang dimiliki oleh mahasiswa ilmu komunikasi di Kalimantan Timur dalam menyikapi beragam berita hoax yang menyerbu kehidupan mereka setiap detik.

Mahasiswa dinilai sebagai agen perubahan (agent of change) yang memiliki peran besar dalam memberikan perubahan bagi daerah mereka salah satunya kemampuan menerima informasi. Keputusan untuk menduplikasi atau tidak menduplikasi berita yang telah mereka terima adalah suatu bentuk kualitas diri yang berdampak besar bagi kehidupan bangsa ini.

KAJIAN TEORITIK

Literasi adalah sebuah kegiatan yang bertujuan untuk melatih kemampuan dalam memilah-milah produk berita atau konten digital sehingga tetap menjaga kualitas informasi yang didapat.

Martin (2006:155) merumuskan definisi literasi digital sebagai berikut.

Digital literacy is the awareness, attitude and ability of individuals to appropriately use digital tools and facilities to identify, access, manage, integrate, evaluate, analyse and synthesize digital resources, construct new knowledge, create media expressions, and communicate with others, in the context of specific life situations, in order to enable constructive social action; and to reflect upon this process

Literasi adalah salah satu cara yang dinilai cukup efektif untuk menyikapi kondisi global seperti sekarang ini. Banyaknya muatan informasi yang kita terima tiap detiknya menjadikan informasi layaknya barang yang diobral dan tak jelas kualitasnya. Kekuatan media digital dalam menyebarluaskan informasi juga kerap mengkhawatirkan. Pasaunya, kemungkinan besar berita hoax yang mayoritas ada di media social mampu membuat sebuah atmosfer kesatuan dan kedamaian berubah menjadi kekacauan.

Buckingham (2007:47-49) menyatakan bahwa literasi digital berkaitan dengan empat komponen:

1. Representasi; media digital merepresentasikan dunia bukan semata-mata merefleksikan dunia itu sendiri
2. Bahasa; individu tidak saja dituntut mampu berbahasa namun juga memahami aneka kode dan konvensi pada berbagai genre konten
3. Produksi; pemahaman mengenai siapa yang berkomunikasi kepada siapa dan mengapa
4. Khalayak; posisi khalayak yakni pemahaman tentang bagaimana media mendapatkan informasi dari khalayak

Hoax

Hoax adalah informasi yang direayasa untuk menutupi informasi sebenarnya atau cara memutarbalikan fakta menggunakan informasi yang meyakinkan tetapi tidak dapat diverifikasi kebenarannya.

Hoax adalah suatu permasalahan yang dihadapi masyarakat, media dan pemerintah saat ini. Untuk menanggulangi hoax, salah satu cara yang dilakukan adalah memahami terlebih dahulu bagaimana persebaran hoax, khususnya melalui platform social yang kita banyak gunakan saat ini" ujar Amir Karimuddin, Chief Editorial & Research DailySocial.Id [7]

Survey yang dilakukan Mastel di tahun 2017 [8] mengungkapkan data dari 1.146 responden, sebanyak 44,3% menerima berita hoax setiap hari dan 17,2 % menerima lebih dari satu kali dalam sehari. Mastel juga mengungkapkan media yang paling banyak digunakan untuk

penyebaran hoax yakni situs web 34,90%, aplikasi chatting (whatsapp, line dan telegram sebesar 62,80% dan melalui media sosial (facebook, instagram dan path) sebanyak 92,40%).

Fenomena ini menjadi catatan penting bagi dunia teknologi komunikasi dunia, terutama Indonesia. Indonesia sebagai Negara berkembang sangat terbuka terhadap hal hal baru. Keberadaan teknologi bukan sebatas memberikan dampak baik, tetapi ada beberapa hal yang perlu dicermati salah satunya adalah penyebaran berita hoax yang teramat luas dan cepat.

Menurut Alkalai (2004) terdapat 5 jenis kemahiran dalam *digital literacy* meliputi:

1. *Photo-visual literacy* yaitu kemampuan untuk membaca dan menyimpulkan informasi dari visual
2. *Reproduksi literacy* ; kemampuan menggunakan teknologi digital untuk menciptakan karya baru dari pekerjaanm
3. Percabangan literacy adalah kemampuan untuk berhasil menavigasi di media non-linier dari ruang digital
4. Informasi literacy yaitu kemampuan untuk mencari, menemukan, menilai dan mengevaluasi secara kritis informasi yang ditemukan di web
5. Sosio-emosional literacy mengacu pada aspek-aspek sosial dan emosional hadir secara online.

Benkler (2012) dan Cross (2011) berpendapat bahwa faktor penyebaran (share/sharing) merupakan karakter lainnya dari media sosial. Media ini tidak hanya menghasilkan isi yang dibangun dari dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi juga didistribusikan sekaligus dikembangkan oleh penggunanya. Kegiatan mendistribusikan kembali ini menjadi tolak ukur seberapa baik keputusan public dalam memilih untuk menyebarluaskan atau tidak sebuah informasi ke *user* lainnya.

Ada beberapa alasan mengapa karakter penyebarannya menjadi penting untuk media sosial, diantaranya:

1. Upaya membagi informasi yang dianggap penting kepada anggota komunitas (media social lainnya).
2. Menunjukkan posisi atau keberpihakan khalayak terhadap sebuah isu atau informasi yang disebarakan
3. Konten yang disebarakan merupakan sarana untuk menambah informasi atau data baru lainnya sehingga konten menjadi semakin lebih lengkap (*crowdsourcing*)

METODOLOGI

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yakni penelitian yang berdasarkan paham positivistik yakni kebenaran sesuai dengan hakekat objek, digunakan meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti sebagai instrument kunci dan hasil penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian di Universitas Mulawarman, Universitas Nahdlatul Ulama Kalimantan Timur, dan Institut Agama Islam Negeri Samarinda. Dikarenakan pandemi covid-19 yang belum berakhir hingga saat ini maka peneliti memutuskan melakukan *in deeph interview* melalui aplikasi *zoom meeting* dan telepon via whatsapp untuk mengurangi resiko penularan virus covid 19.

Informan Penelitian

Alasan pemilihan subjek penelitian karena Universitas Mulawarman, Universitas Nahdlatul Ulama Kalimantan Timur dan Institut Agama Islam Negeri adalah kampus terbesar di Kalimantan Timur dengan jurusan ilmu komunikasi. Pemilihan mahasiswa prodi ilmu komunikasi karena di asumsikan sebagai mahasiswa yang telah memperoleh materi terkait dengan kajian media massa, sehingga dirasa tepat dijadikan responden dalam penelitian ini.

Nantinya subjek penelitian akan diambil sebanyak 2 orang di setiap kampus. Subjek penelitian akan diambil berdasarkan kriteria yang sudah ditetapkan oleh peneliti (*purposive sampling*) yakni :

1. Aktif menggunakan media social
2. Memiliki lebih dari satu akun media social (twitter, instagram, facebook)
3. Aktif mengikuti informasi tentang covid 19
4. Mahasiswa ilmu komunikasi semester atas

Tabel Identitas Informan

No	Nama	Usia	Asal Universitas	Semester	Profesi (jika bekerja) & Organisasi yg diikuti	Media social yang dimiliki
1.	Raden Roro Mira B.	25 t	Prodi Ilmu komunikasi Universitas Mulawarman	Semester 8	Wartawan Kaltim Post -Organisasi Sketsa	Instagram Facebook Twitter Whatsapp
2	Najahatul Hananah	22 t	Prodi Ilmu komunikasi Universitas Mulawarman	Semester 7	Kophi, Garvi womenhood surveyor	Instagram Facebook Twitter Whatsapp Line,telegram Tumblr, blogspot Linkdln

3	Fahmi Faujar Syam	21 t	Prodi Ilmu Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Samarinda	Semester 6	Freelance fotografer, ketua lab fotografi, ketua ikatan pemuda penyiaran islam	Facebook Instgram Whatsapp
4.	Aswin Efendi	21 t	Prodi Ilmu Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Samarinda	Semester 6	Pimpinan Umum LPM Cakrawala IAIN Samarinda 2020	Instagram Facebook Whatsapp
5.	Rini Lestari	20 t	Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Nahdlatul Ulama Kaltim	Semester 4	Himakom	Instagram Whatsapp Telegram
6.	Erika Agus Indriani	20 t	Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Nahdlatul Ulama Kaltim	Semester 4	BEM, Himaksi, Bekerja di cafe	Instagram Facebook Whatsapp

Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam (*in depth interview*) melalui aplikasi *zoom meeting* atau telpon dikarenakan pertimbangan masa pandemi covid 19 yang mengharuskan untuk menjaga jarak demi meminimalisir penularan dengan interaksi langsung.

Teknik analisis data menggunakan tahapan milik Miles dan Huberman :

- a. Tahap pengumpulan data yaitu proses memasuki lingkungan penelitian dan mengumpulkan data penelitian.
- b. Tahap reduksi data yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis.
- c. Tahap penyajian data yaitu penyajian informasi untuk memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dari pengambilan
- d. Tahap penarikan kesimpulan atau verifikasi yaitu penarikan kesimpulan dari data yang telah dianalisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Critical Understanding

Critical understanding adalah kemampuan audience dalam menggunakan media dari segi kognitif. Di mulai dari kemampuan memahami isi konten media, menganalisis hingga kemampuan mengevaluasi konten media yang dikonsumsi. Kemampuan memberikan pemahaman atas konten media dan fungsi yang didapatkan dari media tersebut

“Biasanya cara saya memverifikasi kalau berita di online sepotong-potong, saya cari di media lain dulu setelah ada beberapa gambaran berita dari media lain baru saya mencoba menyimpulkan berita tersebut” (Informan Aswin)

“Cara saya identifikasi hoax melalui media media online lain, kemudian dari fisik berita itu sendiri apa ada berbau opini penulis atau seperti apa jadi tidak bisa dipercaya penuh, kalau judul yang bombastis biasanya saya lihat dulu baru saya cari di media-media lain” (Informan Aswin)

Informan Aswin memiliki kemampuan menganalisa berita dengan cara membandingkan dengan pemberitaan dari sumber-sumber lainnya.

“Kalau berita broadcast biasanya nggak ada sumbernya bu, walaupun dibilang dari kementerian atau kedinasan tapi nggak ada sumber resmi. kalau memang berita itu resmi, harusnya ada media lain yang bisa menyampaikan berita itu, nggak lewat broadcast, kecuali kalau memang ada surat edaran dll baru saya yakin itu benar. kemarin saya pernah dapat berita aneh tentang covid, karena aneh ya saya biarkan aja, nggak saya bagikan juga” (Informan Fahmi)

Sedangkan informan Fahmi memiliki kemampuan dalam mengidentifikasi berita hoax dengan melihat sumber berita tersebut. Informan sering menemukan hoax beredar tinggi di aplikasi chatting seperti whatsapp dan informan sering mendapatkan pesan berantai atau broadcast dalam bentuk tulisan dengan sumber yang tidak jelas. Yosep Adi Prasetyo ketua Dewan Pers 2017 mengatakan dalam bulletin Etika Dewan Pers (2017) ciri hoax adalah ketidakjelasan sumber beritanya “jika diperhatikan, hoax di media social biasanya berasal dari pemberitaan yang sulit terverifikasi”, isi pemberitaan yang tidak berimbang, cenderung menyudutkan pihak tertentu, judul dan pengantar profokatif, memberikan penghakiman bahkan penghukuman tetapi menyembunyikan fakta dan data.

“Broadcast atau pesan berantai yang didapatkan oleh informan fahmi adalah salah satu cirri hoax. Hal ini selaras dengan pendapat Chain Letters (2008) yang mengidentifikasi hoax memiliki karakteristik pesan berantai dengan kalimat “sewarkan ini ke semua orang....”

“Saya mengidentifikasinya kadang isinya gak masuk akal, dan mengada-ada. Misalnya Ramadhan 15 hari aka nada huru hara..itu hoax biasanya” (Informan Hana)

“Saya tahu juga dari judul yang cenderung provokatif, misalnya judulnya menyalahkan satu pihak itu udah patut dicurigai informasinya” (Informan Rini)

Informan lainnya yaitu Hana seorang mahasiswi dari Universitas Mulawarman mampu mengenali hoax dari judul dan isinya yang tidak masuk akal. Sehingga informan Hana cenderung mengabaikan pemberitaan jenis ini.

“Kita punya grup whats App diskusi atau kordinasi di kantor. Pernah saat itu ada salah satu anggota grup yang sharing berita yang sedang viral yaitu seorang dokter bernama dr.Ali berdiri didepan pagar rumah sambil berkomunikasi dengan anak istrinya, dr.Ali tak bisa masuk kerumah karena dia positif covid 19, itu sudah viral banget di Indonesia. Masyarakat percaya itu adalah dokter asal Indonesia yang meninggal akibat covid 19. Padahal itu adalah dokter di Malaysia. Grup WhatsApp kantor kebanyakan membantu untuk mendiskusikan berita viral seperti ini” (Informan Roro)

Sedangkan informan Roro memiliki lingkungan yang mendukung dalam mengidentifikasi hoax. Informan Roro memiliki latar belakang sebagai wartawan tentunya akan lebih kritis dalam menyikapi berita yang diterimanya. Informan Roro memiliki wadah sebagai back up untuk mengkroscek informasi yakni whatsapp group (WAG). WAG berfungsi sebagai mendiskusikan berita-berita yang sedang viral serta sesama anggota yang tergabung didalamnya turut berpartisipasi aktif mengkroscek kebenaran berita tersebut.

“Kalau saya, pas dikampung saya ada screenshoot percakapan dari pusat kesehatan Kutai Barat yang isinya ada beberapa orang terindikasi covid 19. Lalu saya langsung mencari kebenaran informasi, ternyata memang benar ada didaerah Long Iram. Jadi bermula dari screenshoot-an yang beredar di whatsapp, lalu saya Tanya ke teman karena teman saya itu punya kenalan yang jadi relawan gugus covid”(Informan Rini)

Informan Rini melakukan kroscek informasi kepada sumber terdekat yang kebetulan ia kenal. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk memperteguh kejelasan informasi yang ia dapat melalui media social. Terutama akhir-akhir ini Indonesia di terpa pemberitaan tentang covid 19 yang memukul kondisi perekonomian hingga social negara Indonesia. Masuknya virus ini membuat banyak orang mengalami kecemasan terutama ketika keseharian mereka diterpa beragam informasi hoax mengenai covid 19 yang akan berakibat pada perubahan persepsi, pola berfikir dan memungkinkan mempengaruhi perilaku individu.

Gambar : Website Covid19.go.id Mengklarifikasi Hoax yang beredar seputar Covid 19



Sumber : <https://covid19.go.id/p/hoax-buster>

Pemerintah nampaknya telah peka terhadap prediksi serbuan informasi mengenai covid 19. Kondisi covid 19 yang telah memakan banyak korban jiwa tentunya memukul psikologis masyarakat Indonesia. Banyak yang kehilangan anggota keluarganya membuat kecemasan berkepanjangan, sehingga individu secara psikis akan terus mencari informasi tentang covid 19 sebagai pengetahuan untuk mengantisipasi penularan.

Obat yang hingga kini belum ditemukan, tentunya mengundang beragam hoax menyesatkan masyarakat. Berita hoax mengenai covid 19 yang ditemukan per 23 Maret 2020 sebanyak 41 kasus (Wahid,2020). Hal ini menunjukkan bahwa awal mula masuknya virus covid 19 ke Indonesia sejak bulan Maret sudah digempur oleh masifnya berita hoax terutama di media social. Kini terhitung sampai bulan Oktober 2020 selama 7 bulan Indonesia masih berkecimpung dengan wabah ini, artinya selama 7 bulan perjalanan covid 19 lalu lintas informasi potensi hoax juga semakin tinggi. Oleh karena itu diperlukan kerjasama dari semua pihak baik pemerintah, komunitas, masyarakat serta individu itu sendiri untuk memberantas hoax agar kondisi covid 19 di Indonesia dapat teratasi dengan baik dan tidak ada perpecahan akibat berita hoax yang beredar.

Pesan berantai atau broadcast yang diterima dengan sumber yang tidak jelas memungkinkan individu untuk mencerna langsung karena dianggap tidak ada ruginya memproteksi diri sedini mungkin dari resiko penularan covid 19. Pemerintah juga terus berupaya memberantas hoax-hoax yang beredar sebagai upaya mengedukasi masyarakat untuk tetap memiliki kemampuan menganalisis dan mengkonsumsi berita yang benar-benar sehat dan layak untuk di konsumsi.

Community Abilities

Tahapan kedua dalam melihat kemampuan literasi individu dengan menggunakan konsep communicative abilities. Community abilities adalah kemampuan khalayak bersosialisasi dan melakukan partisipasi di media. Communities abilities dapat dipecah menjadi kemampuan khalayak berkomunikasi dan membangun relasi di media social, kemampuan khalayak dalam memproduksi atau mengkreasikan konten media serta kemampuan khalayak untuk berpartisipasi dengan masyarakat.

Kemampuan Khalayak Untuk Berpartisipasi Dengan Masyarakat

Mahasiswa sebagai agent of change atau agen perubahan yang membawa inovasi melalui pemikiran dan perilaku baru yang ditularkan secara perlahan kepada lingkungan terdekat

bahkan ke masyarakat luas. Kemampuan literasi media-pun mampu diturunkan oleh para agent perubahan dengan cara yang beragam.

Hasil penelitian menunjukkan beberapa informan berusaha mengambil peran dalam lingkungan terdekat untuk mengedukasi lingkungan mereka dalam mencerna informasi, namun ada pula informan yang memutuskan untuk pasif tidak melakukan apapun ketika melihat lingkungan terdekat mereka percaya dengan berita hoax bahkan menyebarkannya berta tersebut.

“Saya pernah join grup whats app penulis Kalimantan, mereka ada share kasus dr Ali mereka langsung iba lalu saya langsung forward berita aslinya kalau itu dokter Malaysia. Lalu banyak yg koment lalu tiba tiba usai saya tegur dan kirim link aslinya mereka langsung privat grupnya” (Informan Roro)

“Saya sempat menegur di saring dulu sebelum sharing, biar teman teman juga gak main tangkap langsung beritanya” (Informan Aswin)

“Saya suka dapat berita hoax paling sering di aplikasi whatsApp keluarga, sering saya luruskan kalau saya sudha dapat berita klarifikasinya dengan kirim link beritanya biar mereka bisa lihat berita aslinya” (Informan Hana)

Berdasarkan pernyataan tiga informan diatas mereka memilih berperan aktif utuk mengedukasi lingkungan terdekat mereka seperti keluarga dan teman – teman ketika mereka menerima atau memberikan berita hoax di aplikasi whatsapp. Para informan menegur dengan mengingatkan untuk mengkroscek sumber kebenaran berita tersebut dan bahkan para informan mengirimkan link berita yang benar.

“Dari saya nggak ada bu, karena lingkungan saya biasanya ketemu langsung kalau mau bicarakan berita itu. tapi sejauh ini, teman-teman saya juga berhati-hati untuk share berita di grup, seringnya untuk konsumsi sendiri atau dijadikan status di whatsapp dalam bentukan screenshot/link.” (Informan Fahmi)

Informan fahmi melakukan hal yang berbeda yakni cenderung diam, karena menurut informan Fahmi lingkungan teman teman terdekatnya sudah cukup melek media dan selalu berhati-hati saat menerima berita-berita hoax.

Me-reproduksi Berita Hoax

Karakteristik media social sendiri adalah mudahnya menduplikasikan informasi dalam hitungan detik, sehingga informasi akan lebih masif menyentuh khalayak yang jauh lebih luas. Hasil penelitian menemukan beberapa informan yang ternyata memilih untuk tidak meneruskan berita yang didapat.

“Jarang saya langsung share biasanya terbatas bercerita ke orang rumah atau beberapa teman yang menyinggung masalah tersebut lalu kami diskusikan” (Informan Rini)

” Di grup kerja, di grup smp, grup sma, grup mahasiswa dan grup beasiswa. setelah itu sekarang saya nggak berani untuk nyebarkan berita-berita begitu kalau saya benar-benar nggak tahu kejelasan beritanya hoax atau nggak. (Informan Erika)

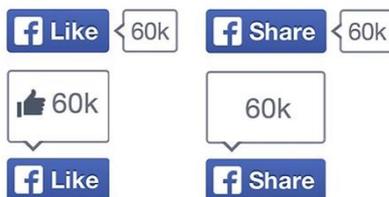
Para informan mayoritas memutuskan untuk tidak meneruskan berita yang mereka dapat ketika berita tersebut belum jelas kebenarannya. Mereka cenderung untuk mendiampikannya atau lebih memilih mendiskusikannya dengan lingkungan terdekat seperti keluarga, teman kuliah atau teman kerja. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas informan telah memiliki kemampuan literasi media yang baik dengan mencoba bersikap kritis terhadap berita-berita yang mereka jumpai di media social.

Temuan diatas dapat disandingkan dalam konsep milik Potter (2005) yang merumuskan tujuh kemampuan melek media :

- 1) Analyze yakni kemampuan menganalisa struktur pesan yang ada dalam media.
- 2) Evaluate yaitu evaluasi dimana individu mampu melakukan penilaian informasi yang ia terima serta mampu melihat tingkat keakuratan, kualitas serta urgensi informasi tersebut.
- 3) Grouping yakni skill memnetukan setiap unsure yang sama dengan beragam cara
- 4) Inductions yaitu skill menyimpulkan suatu pola di set kecil elemen.
- 5) Deduction yaitu kemampuan menggunakan prinsip-prinsip umum untuk menjelaskan khusus
- 6) Synthesis yaitu kemampuan untuk merakit unsure-unsur ke dalam struktur yang baru
- 7) Abstracting yaitu skill menciptakan gambaran dalam melihat esensi atau makna pesan dari informasi itu sendiri.

Temuan ini mengacu pada point kedua konsep milik potter dimana informan telah memiliki kemampuan melakukan penilaian informasi yang mereka terima serta mampu melihat tingkat keakuratan, kualitas serta urgensi informasi tersebut. Sebelum keakuratan informasi tersebut tidak dapat dibuktikan paran informan memutuskan untuk tidak menduplikasi informasi kepada khalayak luas.

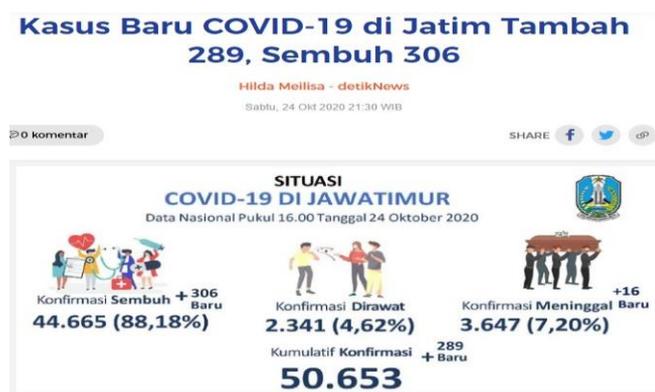
Gambar : Fitur Interaktivitas Facebook



Sumber : <https://m.merdeka.com/teknologi/facebook-rilis-logo-baru-tombol-like-dan-share.html>

Gambar :

Contoh Fitur Share untuk membagikan link berita ke facebook dan twitter



Sumber : https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-5227484/kasus-baru-covid-19-di-jatim-tambah-289-sembuh-306?_ga=2.100464158.1878002538.1603513901-1462994946.1582956937

Re-produksi informasi di dunia digital sangat memungkinkan dilakukan dengan cara yang cepat dan instan. Beragam aplikasi chatting seperti whatsapp dan facebook menawarkan fitur untuk memudahkan informasi terduplikasi dengan mudah. Pada gambar diatas adalah contoh layanan dari facebook yang memiliki fitur 'share' atau 'bagikan' dimana ketika fitur ini di klik oleh user maka otomatis akan menduplikasikan content ke khalayak yang jauh lebih luas.

Dalam temuan penelitian-pun selaras mengungkap bahwa banyak informan yang menemukan hoax di facebook dan Whatsapp.

"Saya banyak nemukan berita hoax jarang kalau di media cetak, lebih banyak di facebook dan grup aplikasi chatting whats up lingkungan kompleks, grup perumahan, dan grup w.a

keluarga. Kalau di grup w.a keluarga pernah ada yang share kuota gratis 45 G tetapi harus share itu,...” (Informan Roro)

“Paling banyak nemu hoax saya di whats app, karena menurut saya whats app kan punya fitur “share” sehingga itu mempermudah kita buat cepat untuk melakukan share-share berita” (informan Aswin)

“Sering menerima hoax dalam bentuk teks seperti berita biasanya paling banyak dari grup whats app, twitter. Kalau twitter dy ngeshare dari website mana tapi websitenya gak terpercaya jadinya kita yang nerima ngelihat sumbernya gak jelas”(Informan Hana)

Pernyataan dari ketiga informan diatas menunjukkan bahwa kesempatan yang diberikan media online mampu mengkondisikan masyarakat atau pengguna untuk meneruskan berita-berita yang belum jelas kebenarannya salah satunya dikarenakan banyaknya fitur yang mempermudah komunikasi dan mengakses informasi. Sehingga meskipun canggihnya fitur yang ditawarkan perlu berjalan beriringan dengan kemampuan literasi media. Ketika informasi tersebut dianggap penting dan benar maka akan bermanfaat ketika di duplikasi atau dibagikan kembali kepada khalayak luas, sebaliknya jika informasi dirasa belum jelas kebenarannya maka hendaknya untuk tidak menggunakan fitur tersebut.

Trend Perubahan Pola Konsumsi Informasi

Kehidupan manusia di era tahun 2020 sudah tak bisa terlepas dari pengaruh media. Media layaknya tangan kanan atau kepercayaan yang selalu ada di setiap orang. Namun, seiring kecanggihan teknologi media tersebut perlu diperhatikan pula harus berjalan beriringan dengan kemampuan literasi media. Literasi media diperlukan untuk menjadi tolak ukur berimbang dalam menampung masif-nya informasi di kehidupan kita.

Pergeseran pola perilaku konsumsi informasi masyarakat bergerak cepat seiring dinamika zaman. Media elektronik seperti radio dan televisi, hingga media cetak seperti koran dan majalah sudah mulai turun tingkat kepopulerannya semenjak internet ditemukan. Banyak perusahaan media cetak yang telah lama Berjaya di masanya memutuskan untuk gulung tikar atau tutup dikarenakan oplah penjualan media cetak yang semakin menurun. Berikut adalah contoh perjalanan media yang tutup atau beralih ke digital :

Tabel : Perubahan Media Konvensional Ke Digital

Media	Perubahan ke Digital
KawanKu RIP: 21 Desember 2016 (Edisi 26)	Beralih menjadi digital cewekbanget.id
Hai 1977-Juni 2017	Beralih menjadi hai.grid.id

Harian Bola 7 Juni 2013-Okttober 2015	Tabloid terbit menjadi seminggu 2x
CHIP Juli 1997-Desember 2016	Beralih ke media online chip.co.id
Girls 2005- Januari 2016	-

Sumber:<https://tirto.id/tabloid-bola-tutup-dan-sandaran-baru-bisnis-kompas-gramedia-group-c7GE>

Kondisi pasar di era digital harus membuat institusi media mengikuti trend atau selera baru masyarakat yang semakin dekat dengan teknologi. Revolusi institusi media yang telah banyak menjelma dari media konvensional ke media digital. Media digital dipilih karena banyak menawarkan inovasi atau kebaruan yang tidak dimiliki oleh media konvensional. Misalnya kecepatan akses, feedback lebih cepat.

Ruang publik digital ini mampu memuat banyak sekali informasi tanpa batas. Wadah digital tersebut berisi beragam jenis informasi baik yang sudah tersaring kredibilitasnya dengan baik atau-pun jenis informasi yang dinilai 'tidak sehat' untuk dikonsumsi. Dalam ruang digital siapapun bisa menjadi si-pembuat pesan atau orang yang mengkonsumsi pesan atau bisa menjalankan dua peran sekaligus dalam waktu yang bersamaan. Sehingga massif-nya informasi di ruang digital ini akan semakin menekan psikologis pengguna internet dalam menyerap informasi.

Ketidakmampuan menampung hingga memilah-milah informasi mana yang perlu atau tidak perlu untuk dikonsumsi. Individu dibuat kebingungan dalam memilah berita dikarenakan semua situs berita menawarkan berita dengan judul-judul yang bombastis, provokatif demi tercapainya jumlah viewer atau pengunjung ke website media digital mereka.

Kondisi ini adalah potret industri digital yang telah terjadi dan mengkhawatirkan. Karena ketidakmampuan memilah informasi ini akan berdampak pada perubahan perilaku dan cara berfikir yang cepat sehingga memungkinkan timbul gerakan-gerakan yang anarkis dan profokatif. Contohnya marak berita hoax atau bohong, ketika individu tidak memiliki kemampuan untuk mengkategorikan informasi tersebut layak atau tidak untuk dikonsumsi.

Literasi media dipercaya sebagai salah satu solusi yang efektif dalam meminimalisir dampak-dampak masifnya informasi kepada psikologis pengguna internet. Literasi mampu memberikan acuan dan pengetahuan individu untuk memiliki kecakapan yang baik dalam memilah informasi. Laporan 'National Leadership Conference on Media Education'

(Aufderheide,1992) menjelaskan bahwa kegiatan literasi sebagai kemampuan untuk mengakses, mengevaluasi dan mengkomunikasikan pesan dalam berbagai bentuk.

Regulasi di Indonesia yang membahas tentang literasi media yakni di Undang-Undang No 32 Tahun 2003 tentang Penyiaran, dimuat dalam Pasal 52 yang memaknai literasi media sebagai “Kegiatan pembelajaran untuk meningkatkan sikap kritis masyarakat” (Iriantara,2009:25). Karena tujuan literasi media adalah menciptakan masyarakat yang “well informed”, Potter (dalam Eadie,2009:562) “seseorang yang melek media dapat menginterpretasikan, menganalisis dan memproduksi pesan melalui media”

Survey Mastel (2017) mengungkapkan bahwa 1.146 responden, 44,3% diantaranya menerima berita hoax setiap hari dan 17,2% menerima lebih dari satu kali dalam sehari. Mastel juga menemukan fakta bahwa media yang banyak digunakan untuk menyebarkan hoax adalah situs web sebesar 34,90%, aplikasi chatting (Whatsapp, Line dan Telegram) sebesar 62,80% dan media social (facebook, twitter, instagram dan path) sebesar 92,40%.

Kemampuan Literasi Media di Tengah Gencarnya Informasi Online

Negara maju seperti Inggris Kanada, Australia, Finlandia, Denmark, Norwegia, Belanda, Swedia, Perancis dan Switzerland kemampuan literasi media diajarkan secara formal melalui kurikulum sekolah Butts dalam (Lee,2010).

Di Indonesia kepemilikan media di rumah tangga di Jakarta menunjukkan angka cukup tinggi: 89% memiliki televisi; 90% memiliki telepon seluler, 80% memiliki VCD player, 74% memiliki radio, 62% memiliki games player, 59% memiliki computer dan 28% memiliki koneksi internet dirumah (Hendriyani, Hollander, d’Haenens & Beentjes,2011)

Lembaga We Are Social dalam Nasrullah (2015) melalui risetnya menemukan pengguna internet dan media social di Indonesia cukup tinggi. Sekitar 15% penetrasi internet atau 38 juta lebih pengguna internet. Dari total jumlah penduduk ada sekitar 62 juta terdaftar memiliki akun facebook.

Literasi media adalah kecakapan individu dalam menggunakan media hingga menganalisis isi media. Perkembangan zaman menghadirkan beragam media yang berbeda-beda sehingga kondisi ini berpengaruh kepada alternative pilihan media yang semakin variatif. Media cetak, media elektronik hingga media social memiliki karakteristik yang berbeda-beda sehingga individu-pun harus mampu menyesuaikan kapasitas kemampuan menggunakan fitur-fitur yang dimiliki media tersebut dengan cara yang benar.

Tabel Tingkat Literasi Media

Level	Deskripsi Kemampuan
Basic	Individu memiliki seperangkat kemampuan yang memungkinkan penggunaan dasar media. Individu dalam tingkatan ini masih memiliki keterbatasan dalam penggunaan media internet. Pengguna mengetahui fungsi dasar dan digunakan untuk tujuan-tujuan tertentu tanpa arah yang jelas. Kapasitas pengguna untuk berffikir secara kritis dalam menganalisis informasi yang diterima masih terbatas. Kemampuan komunikasi melalui media juga terbatas
Medium	Individu sudah fasih dalam penggunaan media, mengetahui fungsi dan mampu melaksanakan fungsi-fungsi tertentu, menjalankan operasi yang lebih kompleks. Penggunaan media internet dapat berlanjut sesuai kebutuhan. Pengguna mengetahui bagaimana untuk mendapatkan dan menilai informasi yang dia butuhkan, serta menggunakan strategi pencarian informasi tertentu
Advanced	Individu pada tingkatan ini sangat aktif dalam penggunaan media, menjadi sadar dan tertarik dalam berbagai regulasi yang mempengaruhi penggunaannya. Pengguna memiliki pengetahuan yang mendalam tentang teknik dan bahasa serta dapat menganalisis kemudian mengubah kondisi yang mempengaruhinya. Dapat melakukan hubungan komunikasi dan penciptaan pesan. Dibidang social, pengguna mampu mengaktifkan kerjasama kelompok yang memungkinkan dia untuk memecahkan masalah

Sumber : European Commision.2009 (dalam Sholihuddin,2014)

Temuan penelitian dari ke enam informan yang dilakukan dengan wawancara mendalam mengacu kepada tingkat literasi media di tingkat medium. Terlihat dari para informan telah mampu melakukan penilaian informasi dengan caranya masing-masing untuk mendapatkan informasi mana yang sekiranya benar dan salah. Baik dengan cara mengkosreck berita dengan membandingkan melalui sumber-sumber lain atau mendiskusikan berita tersebut dengan lingkungan terdekat. Cara ini dianggap efektif untuk menemukan jalan tengah di tengah ketidakjelasan informasi yang semakin merajalela muncul di media sosial para informan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai kemampuan literasi digital mahasiswa dalam mencerna informasi

1. Critical Understanding yakni kemampuan kognitif individu dalam menggunakan media, seperti kemampuan memahami, menganalisis konten media. Dari hasil dan pembahasan ini ditemukan informan telah mampu mengidentifikasi, menganalisis serta menilai kualitas informasi. Informan memiliki cara yang berbeda-beda dalam mengevaluasi informasi seperti dengan cara seperti mengkroscek sumber berita, membandingkan informasi dengan media-media lain, memandangkan informasi yang ada di media social dengan media cetak. Cara – cara ini digunakan untuk menghindari hoax dan pemberitaan yang tak jelas serta menganduong nilai-nilai provokasi.
2. Community Abilities yakni kemampuan informan dalam melakukan partisipasi vitual di media.Kesimpulan dari temuan dan pembahasan penelitian menemukan bahwa informan telah turut berpartisipasi dalam ruang virtual. Salah satunya dengan turut mengedukasi lingkungan sekitar untuk tidak langsung mencerna informasi yang mereka terima di media social mereka, para informan moyoritas juga turut aktif mendiskusikan informasi/berita hoax yang mereka dapatkan dengan lingkungan terdekat seperti keluarga dan teman. Cara ini menunjukkan tingkat keterlibatan informan dalam upaya berpartisipasi untuk bersama-sama mengedukasi lingkungan sekitar terutama dalam menyikapi masifnya berita hoax
3. Temuan penelitian memunculkan fakta telah terjadi trend pergeseran perilaku infroman dalam memenuhi kebutuhan informasi. Mayoritas informan telah beralih ke media online dalam mencari berita, meskipun begitu mereka tetap menonton televisse. dan membaca media cetak walau secara kuantitas tidak seintens media online.

DAFTAR PUSTAKA (Capital, Cambria, 10pt)

Buku

Iriantana, Yosol.2009. Literasi Media : Apa, Mengapa, Bbagaimana. Bandung: Simbiosia Rekatama Media

Miles, Huberman.2014.Qualitative Data Analysis A Methode Source Books.Los Angeles.Sage Publications

Nasrullah, Ruli.2015. Media Sosial. Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sositologi. Bandung: Simbiosia

Potter, W. James. 2005.Media Literacy Third Edition.Los Angels. Sage Publication

Jurnal

Aufderheide, Patricia. 1992. Media Literacy. A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy. Queenstowb Maryland: The Aspen Institute Wye Center

Castells.1997.The Power of Identity, The Information Age: Economy, Society and Culture Vol II. Cambridge, MA; Oxford, UK: Blackwell. ISBN 978-1-4051-0713-6

Hendriyani, Hollander.E., d"Haenems, L., & Beentjes, J.2011. Children Media Use in Indonesia. The Asian Journal of Comuunication.

Lee, A.2010. *Media Education: Definitions, Approaces and Development around the Globe*. New Horizon in Education, Vol 58 No 3. Dec 2010,1-13

Sholihuddin, Muhammad.2014. Pengaruh Kompetensi Individu (Individual Competence) Terhadap Literasi Media Internet di Kalangan Santri (Studi Eksplanatif Tentang Pengaruh Technical Skills, Critical Uunderstanding dan Communicative Abilities terhadap Literasi Media Internet di Kalangan Santri Pondok Pesantren Bahrul'Ulum Jombang). Surabaya.Universitas Airlangga.

Internet

Ahmad Bil Wahid, "Gencarkan Patroli Siber, Polri Tangani 41 Hoax soal Corona" dalam <https://news.detik.com/berita/d-4949856/gencarkan-patroli-siber-polri-tangani-41-hoax-soal-corona> diakses 1 Mei 2020.

Bohang,Fatimah.2018. Berapa Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia?. Diakses dari <https://teknokompas.com/read/2018/02/22/16453177/berapa-jumlah-pengguna-internet-indonesia>.

Kartono,Jino.2018.Tribun Kalim Goes To School Literasi Digital Cegah Hoax di SMKN 2 Balikpapan.Diakses dari <https://kaltim.tribunnews.com/2018/12/13/video-tribun-kaltim-goes-to-school-literasi-digital-cegah-hoax-di-smkn-2-balikpapan>

Mastel.2017. Hasil Survey Mastel tentang Wabah Hoax Nasional. Diakses dari <http://mastel.id> pada 10 Mei 2018.

Mastel.2017. Hasil Survey MASTEL tentang Wabah Hoax Nasional Diakses dari situs <http://mstel.id/infografis-hasil-survey-masteltentang-wabah-hoax-nasional>

Mellisa,Hilda.2020. Kasus Baru Covid 19 di Jatim Tambah 289, Sembuh 306. Diakses dari https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-5227484/kasus-baru-covid-19-di-jatim-tambah-289-semuh-306?_ga=2.100464158.1878002538.1603513901-1462994946.1582956937

Mustofa,Dwi.2013.Facebook Resmi Rilis Logo Baru Tombol Like dan Share. Diakses dari <https://m.merdeka.com/teknologi/facebook-rilis-logo-baru-tombol-like-dan-share.html>

Syafina,Dea.2018.Tabloid Bola Tutup dan Sandaran Baru Bisnis Kompas Gramedia Group. Diakses dari <https://tirto.id/tabloid-bola-tutup-dan-sandaran-baru-bisnis-kompas-gramedia-group-c7GE>

Unknown.2018.Riset: 44 Persen Orang Indonesia Belum Bisa Mendeteksi Hoax.Diakses dari <https://kumparan.com/@kumparantech/riset-44-persen-orang-indonesia-belum-bisa-mendeteksi-berita-hoax-1534904577213906127>

<https://covid19.go.id/p/hoax-buster>