

IbDM tentang Literasi Media bagi Pemilih Perempuan Jelang Pemilu Langsung 2019

Oktiva Anggraini

Prodi Ilmu Administrasi Negara, FISIPOL Universitas Widya Mataram
Ndalem Mangkubumen KT III/237 Yogyakarta
E-mail: oktivabiyan@yahoo.co.id

Abstrak. Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini ditawarkan sebagai solusi akan minimnya akses teknologi informasi serta rendahnya pemahaman pada persoalan hoax dan info pemilu 2019. Hal ini berawal dari kondisi pre survey pengabdian bahwa di lokasi desa mitra, yakni di kecamatan Umbulharjo. Menjelang pemilu langsung Presiden tahun 2019, sebagai salah satu kecamatan terbesar kota Yogyakarta, Umbulharjo tak luput dari sasaran fenomena hoax. Pemilih perempuan mudah dipengaruhi secara emosional. Di samping itu, rata-rata perempuan memiliki pendidikan lebih rendah dari laki-laki, akses terhadap informasi politik pun lebih rendah. Mengingat lebih seringnya emosi yang mendominasi sehingga perempuan sering tidak sadar untuk menahan diri menyebarkan hoax. Berdasarkan latar belakang tersebut, hal yang menarik persoalan yang dijumpai di lokasi mitra: kurangnya pemahaman politik perempuan, hoax sulit ditangkal oleh masyarakat dan kurangnya kesadaran warga untuk menahan diri menyebarkan hoax tanpa sadar. Berangkat dari akar permasalahan tersebut, tim IbDM UWMY menawarkan solusi berupa literasi media yang sejalan dengan keseriusan pemerintah untuk menciptakan situasi politik yang kondusif jelang pemilu langsung Presiden Indonesia tahun 2019. Pendekatan yang dilakukan pada program aksi yakni Model Partisipatory Rural Appraisal (PRA), dengan teknik penyuluhan dan praktek. Digiatkannya gerakan literasi digital menjadi penting sebagai upaya menyadarkan masyarakat tentang peningkatan penguasaan teknologi digital dan alat komunikasi untuk mengakses, menerima, menganalisis dan mengevaluasi informasi dengan efektif. Dengan Gerakan Literasi Digital ini, masyarakat dilatih untuk mengoptimalkan kebaikan bermedsos, mengakses informasi yang positif serta mengajak masyarakat bersikap kritis dalam menerima informasi.

Kata Kunci: literasi digital, hoaks, media sosial, perempuan

A. PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Saat ini penyebaran informasi atau berita melalui media *on line* tidak hanya dilakukan oleh situs berita yang sudah dikenal oleh masyarakat, namun oleh siapa saja pengguna internet dapat berperan dalam penyebaran suatu informasi. Sayangnya banyak informasi atau berita yang disebarkan secara individu atau berkelompok lebih banyak yang tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya atau terindikasi *hoax*. *Hoax* merupakan informasi atau berita yang berisi hal-hal yang belum pasti atau yang benar-benar bukan merupakan fakta yang terjadi.

Faktanya, informasi atau berita yang dianggap benar tidak lagi mudah ditemukan. Survey Mastel (2017) mengungkapkan bahwa dari 1.146 responden, 44,3% diantaranya menerima berita *hoax* setiap hari dan 17,2% menerima lebih dari satu kali dalam sehari. Bahkan media arus utama yang diandalkan sebagai media yang dapat dipercaya terkadang ikut terkontaminasi penyebaran *hoax*. Media arus utama juga menjadi saluran penyebaran informasi/berita *hoax*, masing-masing sebesar 1,20% (radio), 5% (media cetak) dan 8,70% (televise).

Tidak saja oleh media arus utama, kini *hoax* sangat banyak beredar di masyarakat melalui media *on line*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mastel (2017) menyebutkan bahwa saluran yang banyak digunakan dalam penyebaran *hoax* adalah situs web, sebesar 34,90%, aplikasi *chatting* (*Whatsapp*, *Line*, *Telegram*) sebesar 62,80%, dan melalui media sosial (*Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan *Path*) yang merupakan media terbanyak digunakan yaitu mencapai 92,40%. Sementara itu, data yang dipaparkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika menyebut ada sebanyak 800 ribu situs di Indonesia yang terindikasi sebagai penyebar *hoax* dan ujaran kebencian (Pratama, 2016).

Fenomena *hoax* di Indonesia ini dipandang menimbulkan beragam masalah. Kemunculannya semakin banyak pada saat Pemilihan Umum Presiden atau Pemilihan Kepala Daerah berlangsung. Ini dapat dilihat saat Pilkada DKI Jakarta 2017. Saat itu, *hoax* banyak beredar di masyarakat. Dewan Pers Indonesia menilai *hoax* telah memasuki tahap serius. Apalagi *hoax* memiliki rentang yang sangat lebar, mulai dari yang satir untuk menyindir sampai yang dipublikasikan melalui berbagai kanal informasi. Awalnya masyarakat mencari kebenaran atas informasi melalui media *mainstream*. Namun saat ini *hoax* justru masuk ke dimensi lain di media sosial dan diadopsi begitu saja di media *mainstream* tanpa klarifikasi (Jemadu, 2017).

Presiden Joko Widodo sendiri menyatakan bahwa *hoax* merupakan bagian dari era keterbukaan yang harus dihadapi. Presiden meminta seluruh pihak menghentikan penyebaran *hoax* dan fitnah yang dapat memecah bangsa, terutama yang beredar melalui media sosial. Dalam kesempatan lain, Menteri Koordinator Bidang Politik, Hukum, dan Keamanan (Menko Polhukam), Wiranto mengatakan masyarakat akan dirugikan dengan banyaknya persebaran berita yang tidak jelas, di antaranya, muncul keraguan terhadap segala informasi yang diterima, masyarakat menjadi bingung. Kondisi ini dapat dimanfaatkan pihak yang tidak bertanggung jawab untuk menanamkan kebencian sehingga berpeluang terjadi perpecahan dan permusuhan (Tarigan, 2017).

Kemajuan dan ragam media komunikasi yang dimiliki oleh masyarakat menyebabkan masyarakat dan negara menghadapi efek *hoax* sebagai akibat *communication jammed* yang terjadi di masyarakat. *Communication jammed* disebabkan oleh perkembangan teknologi komunikasi yang tidak bisa dikontrol lagi. *Communication traffic* yang sangat rumit menyebabkan berita-berita *hoax* sebagai suatu tindakan konstruksi sosial sederhana, namun menjadi musuh masyarakat dan negara, mudah bermunculan (Bungin, 2017).

Menjelang pemilu langsung Presiden tahun 2019, fenomena *hoax* media menjadi semakin gencar. *Hoax* media diarahkan tidak lain untuk menggerakkan pemilih *swing voters* atau pemilih yang belum memiliki keputusan. Salah satunya adalah pemilih perempuan atau yang dalam istilah terbaru 'emak-emak'. Suara emak-emak begitu dipedulikan oleh sejumlah partai pemilu pengusung calon presiden sehingga mereka menggunakan berbagai cara untuk membujuk perempuan memilih calon yang diusung.

Sebagai salah satu kecamatan terbesar DIY, Umbulharjo tak luput dari sasaran fenomena *hoax*, pemilih perempuan mudah dipengaruhi secara emosional. Di samping itu, rata-rata perempuan memiliki pendidikan lebih rendah dari laki-laki, akses terhadap informasi politik pun lebih rendah. Mengingat

lebih seringnya emosi yang mendominasi sehingga perempuan sering tidak sadar untuk menahan diri menyebarkan hoax. Berdasarkan latar belakang tersebut, hal yang menarik. Persoalan yang dijumpai di lokasi mitra :

- a. Kurangnya pemahaman politik perempuan
- b. *Hoax* sulit ditangkal oleh masyarakat
- c. Kurangnya kesadaran warga untuk menahan diri menyebarkan hoax tanpa sadar.

Berangkat dari akar permasalahan tersebut, tim IbDM UWMY menawarkan solusi yang sejalan dengan keseriusan pemerintah untuk menciptakan situasi politik yang kondusif jelang pemilu langsung Presiden Indonesia tahun 2019. Kegiatan tersebut ditawarkan sebagai solusi akan minimnya akses teknologi informasi serta rendahnya pemahaman pada persoalan *hoax* dan info pemilu 2019.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Istilah hoaks telah dikenal di dunia komunikasi sejak awal Revolusi Industri tahun 1800 (Walsh, 2006). Hoaks dimaknai sebagai pemberitaan palsu, tidak berdasarkan pada kenyataan atau usaha untuk menipu atau menggiring warga masyarakat agar mempercayai sesuatu. Beredarnya hoaks dimaksudkan untuk membentuk opini. Tak jarang sekedar lelucon bahkan iseng. Para penggiat media sosial meyakini bahwa banyak media sosial yang berpotensi sebagai penyebar hoaks. Media sosial memiliki kekuatan untuk mengawal isu bahkan menggiring opini menjadi bola kecacauan yang digulirkan untuk mengeruhkan jalannya pemilu.

Berita *hoax* dapat mendistorsi kampanye politik, mempertanyakan legitimasi pemilihan umum dan pejabat terpilih maupun pemerintah. Media sosial ditengarai menjadi pendukung berita hoaks dan hal ini amat mengancam perkembangan demokrasi, melanjutkan praktik eksposur selektif partisan yang sudah ada (Tere, 2019).

Media sosial telah mengubah cara orang berkomunikasi satu sama lain. Pada tahun-tahun sebelumnya media tradisional memainkan peran penting dalam menciptakan kesadaran politik warga bahkan membantu menarik mereka. Menyadari kekuatan media sosial tersebut maka tak heran bahwa pada gilirannya politisi menjadi semakin aktif di media sosial. Presiden Barack Obama tahun 2008 membuktikan manfaat menggunakan media sosial untuk kampanye politik. Hampir setiap aspek kampanye itu menggunakan media sosial untuk menyampaikan pesannya kepada para pendukung termasuk iklan, pekerjaan lanjutan, pengorganisasian di seluruh 50 negara bagian, dan penggalangan dana. *Facebook*, *You Tube* dan terutama *Twitter* digunakan untuk memberi tahu pendukung Obama tentang perasaannya terkait masalah-masalah penting.

Situs jejaring sosial ini telah menjadi komunitas virtual yang signifikan dalam kampanye, sering digunakan dan memberikan legitimasi terhadap pengaruh seseorang atau suatu kelompok di arena politik. Di India, media sosial digunakan publik untuk melawan korupsi. Gerakan anti korupsi menggunakan media sosial untuk dengan cepat menyiarkan informasi dan mengorganisir protes (Aindrila, 2014). Dengan kata lain, media sosial memiliki dampak positif dalam pembentukan opini. Dia mampu menghubungkan orang dan membuat mereka berbicara dan berbagi adalah satu hal. Di sisi lain, menjadi lebih bermakna ketika memungkinkan juru kampanye untuk mengetahui pemilih, menargetkan *audiens* tertentu, *splice* demografi, dukungan ponsel, dan mendorong orang untuk berpartisipasi. Sisi gelapnya, sebagaimana diungkapkan sebelumnya, mampu memviralkan berita-berita bohong manakala kontrol dari publik dan negara lemah.

Melihat kelemahan tersebut maka menurut Matsel (2017) agar situasi kehidupan berpolitik kembali stabil, gerakan pengawasan berbasis *crowdsourcing* terhadap *hoax* perlu digalakkan. Selain itu, para pelaku industri di daerah perlu membentuk komunitas strategis berfungsi memperkuat gerakan *turn back hoax*. Pemerintah dan seluruh elemen masyarakat selanjutnya, perlu berperan aktif dalam upaya menangkal *hoax* di semua tatanan masyarakat sehingga terwujud masyarakat yang cerdas literasi dan tidak mudah terprovokasi.

C. METODE PENELITIAN

1. Pola Rekrutmen Peserta:

Untuk efektifitas program, berdasarkan musyawarah anggota dan pengurus, dipilih 20 peserta dengan kriteria: memiliki motivasi, sanggup mengikuti pelatihan secara penuh, memiliki telepon seluler dan atau laptop.

2. Metode Pelaksanaan :

Pendekatan yang dilakukan pada program aksi yakni Model *Participatory Rural Appraisal (PRA)* dilakukan untuk mencapai target luaran. Ragam metode diterapkan dalam sosialisasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu: ceramah, diskusi, pelatihan, praktek dan ev

3. Tahap Kegiatan:

Tim pengabdian berkonsultasi dengan Kecamatan Umbulharjo di awal kegiatan untuk menentukan tanggal pelaksanaan, jumlah peserta, peran mitra, strategi, metode, realisasi program, koordinasi penyiapan kegiatan berikut aspek teknis lainnya. Sosialisasi, aksi dan advokasi dilakukan untuk mencapai target luaran. Ragam metode diterapkan dalam sosialisasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu: ceramah, diskusi, pelatihan, praktek dan evaluasi. Pada tahapan evaluasi dilakukan kepada peserta pengabdian dengan penyebaran kuisioner dan hasil observasi yang dilakukan pengabdian tentang capaian yang diharapkan.

Kegiatan pertama berlangsung hari Minggu tanggal 3 Maret 2019 di Rumah Ibu Nur, Pandeyan, Umbulharjo mulai pukul 16.00-17.30 wib. Bentuk kegiatan: ceramah, tanya jawab dan diskusi dengan mitra. Kegiatan diikuti dengan simulasi oleh Relawan Pemilu mensosialisasikan Tata cara Pencoblosan Pemilu tanggal 17 April 2019. Kegiatan Kedua berlangsung hari Rabu Tanggal 3 April 2019 di Mushola Nurul Huda Pandeyan, Umbulharjo. Kegiatan diawali dengan memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang fenomena *hoax* di era millennial, membuka pikiran bahayanya *hoax*, serta memberikan pengetahuan literasi digital kepada masyarakat.

Kegiatan Ketiga berlangsung hari Senin Tanggal 8 April 2019 di Mushola Nurul Huda Pandeyan, Umbulharjo. Kegiatan berupa simulasi, memberikan pengetahuan literasi digital kepada masyarakat dan pendampingan melalui group medsos di kalangan warga kampung.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Rangkaian kegiatan abdimas literasi media bagi masyarakat menjelang pemilu dilatarbelakangi mudahnya masyarakat dijadikan santapan bernutrisi bagi oknum untuk menyebarkan *hoax* dan banyaknya *hoaks* menjelang pemilu yang membahayakan persatuan dan kesatuan bangsa. Kegiatan diawali dengan memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang fenomena *hoax* di era millennial, membuka pikiran

bahayanya hoax, serta memberikan pengetahuan literasi digital kepada masyarakat. Hoaks tidak selalu terkait politik, bahkan berita-berita kesehatan maupun informasi lain yang bersifat menyesatkan. Namun karena menjelang pelaksanaan pemilu dan sesudahnya maka kegiatan abdimas dikonsentrasikan pada pendampingan bermedsos terkait pemilu.

Dalam kegiatan yang berlangsung tiga kali selama bulan Maret dan April, kelompok sasaran yakni para penggerak PKK di kelurahan Pandeyan menyadari bahwa media sosial memainkan peran lebih besar. Selain sebagai sumber informasi, sebagai ruang berkomunikasi dengan lingkaran internal yang sifatnya intim, sekaligus sebagai ruang diskusi yang sifatnya publik.

Dijelaskan tim pengabdian bahwa durasi rata-rata masyarakat Indonesia menggunakan media sosial selama 3 jam 26 menit, dari total 8 jam 36 menit terhubung ke internet. Dengan demikian, informasi yang dikonsumsi di dunia maya akan mempengaruhi persepsi dan perilaku di dunia nyata. Data Kementerian Komunikasi dan Informatika menyebutkan ada sebanyak 800 ribu situs di Indonesia yang terindikasi sebagai penyebar *hoax* dan ujaran kebencian.

Hoaks merupakan sebuah upaya untuk merusak atau mempertanyakan reputasi seseorang, dengan mengeluarkan propaganda negatif. Kampanye hitam marak dilakukan menjelang pemilu dan harus diwaspadai. Kampanye hitam merupakan rangkaian pesan yang bertujuan untuk memengaruhi pendapat dan kelakuan masyarakat atau sekelompok orang. Propaganda tidak menyampaikan informasi secara obyektif, tetapi memberikan informasi yang dirancang untuk memengaruhi pihak yang mendengar atau melihatnya. Propaganda kadang menyampaikan pesan yang benar, namun seringkali menyesatkan di mana umumnya isi propaganda hanya menyampaikan fakta-fakta pilihan yang dapat menghasilkan pengaruh tertentu, atau lebih menghasilkan reaksi emosional daripada reaksi rasional

Berangkat dari kondisi demikian, digiatkannya gerakan literasi digital menjadi penting sebagai upaya menyadarkan masyarakat tentang peningkatan penguasaan teknologi digital dan alat komunikasi untuk mengakses, menerima, menganalisis dan mengevaluasi informasi dengan efektif. Dengan Gerakan Literasi Digital ini, masyarakat dilatih untuk mengoptimalkan kebaikan bermedsos, mengakses informasi yang positif serta mengajak masyarakat bersikap kritis dalam menerima informasi.



Gambar 1. Tim Relawan Pemilu sedang menerangkan Tata Cara Pencoblosan Pemilu Langsung

Kepada warga dikenalkan cara mengenal berita hoaks, mulai mengenali judulnya yang cenderung provokatif; menggunakan kalimat persuasif yang memaksa seperti : Sebarkanlah!, Viralkanlah!, dan sejenisnya; perhatikan foto dan *caption*nya. Pengelolaan informasi dapat dilakukan dengan cek alamat situs/sumber berita; bedakan fakta dan opini; mengikuti komunitas yang kredible; hindari trend ikut-ikutan, bila perlu *unfollow* atau laporkan pihak berwajib bila meresahkan.



Gambar 2. kegiatan Literasi Medsos tanggal 3 April 2019

Sikap bijaksana dalam pemanfaatan media sosial dapat menghadirkan rasa damai, rasa aman dan keselamatan di tengah-tengah masyarakat. Maraknya hoaks menuntut masyarakat sebaiknya menyelidiki benar informasi sebelum dibagikan. Selanjutnya, jika informasi tidak benar, memuat fitnah hingga anjuran kekerasan maka informasi itu tak perlu disebar.

Selama dua bulan intens, pengabdian mengamati kegiatan grup WA warga di RW 12 baik grup bapak-bapak Paguyuban maupun grup Dasa Wismanya. Kecenderungan hoaks-hoaks mulai berkurang. Bila mulai muncul, postingan-postingan yang kurang manfaat atau menyentuh SARA maka admin WAG akan menegur dengan cara baik-baik. Respon dari warga yang ditegur cukup akomodatif dan segera meminta maaf sehingga masalah tidaklah berkepanjangan. Admin group nampak serius untuk mengawasi arus bermedia sosial dan menganjurkan apabila hal-hal yang sifatnya pribadi atau menyentuh persoalan politis tidak dibawa di ruang publik grup agar silaturahmi warga nyaman. Kondisi yang sama terjadi pada kelompok Grup WA Dasawisma yang beranggotakan perempuan. Kendali dan kontrol anggota perempuan dari pengamatan pengabdian lebih baik. Jumlah hoaks berita kesehatan menurun banyak, para anggota cenderung memposting seperlunya termasuk foto atau cerita lucu. Konten-konten berisi SARA tidak pernah disinggung karena menyadari efek buruknya. Usai pemilu presiden dan legislatif langsung, pengamatan dilakukan lagi oleh pengabdian. Terdapat data bahwa admin berusaha keras untuk mengontrol grup agar kondusif, tidak memposting berita-berita yang mengarah politik. Tidak sedikit admin dan anggota WA, justru mengajak warga agar menjaga perdamaian dan persatuan warga di balik perbedaan pilihan politik.

E. KESIMPULAN

Digiatkannya gerakan literasi digital menjadi penting sebagai upaya menyadarkan masyarakat tentang peningkatan penguasaan teknologi digital dan alat komunikasi untuk mengakses, menerima, menganalisis dan mengevaluasi informasi dengan efektif. Dengan Gerakan Literasi Digital ini, masyarakat dilatih untuk mengoptimalkan kebaikan bermedsos, mengakses informasi yang positif serta mengajak masyarakat bersikap kritis dalam menerima informasi. Peserta kegiatan Abdimas mengikuti kegiatan pelatihan dan

mengaplikasikan ketika bermedia sosial. Peran admin grup WA warga signifikan dalam menentukan keruh jernihnya ruang silaturahmi warga di media WA sehingga situasi kondisi menjelang dan setelah pilpres langsung terjaga cukup baik di lokasi pengabdian.

F. SARAN

Gerakan Literasi Digital perlu ditingkatkan dan diperluas targetnya agar masyarakat dilatih untuk mengoptimalkan kebaikan bermedsos, mengakses informasi yang positif serta mengajak masyarakat bersikap kritis dalam menerima informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aindrila Biswas, Nikhil Inglerand Mousumi Roy, 2014, Influence of Social Media on Voting Behavior, *Journal of Power, Politics & Governance*, June, Vol. 2, No. 2, pp. 127-155 ISSN: 2372-4919 (Print), 2372-4927 (Online) American Research Institute for Policy Deve
- Bungin, 2017, Politik Hiperreality dan Communication Jammed, dalam *Turn Back Hoax Tantangan Literasi Media Digital*, Surabaya, Buku Lirera dan Apiskom Korwil Jawa Timur.
- Jemadu, 2017, Ancaman Hoax di Indonesia Sudah capai Tahap Serius; <http://www.suara.com/tekno/2017/05/04/141822>
- Mastel, 2017. Hasil Survey MASTEL Tentang Wabah HOAX Nasional.
- Pratama, A.B., 2016, Ada 800 Ribu Situs Penyebar Hoax di Indonesia : <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20161229170130-185-182956/ada-800-ribu-situs-penyebar-hoax-di-indonesia/> akses 2 April 2019.
- Tarigan, A.2017, Menko Polhukam: berita "hoax" buat masyarakat merugi. Diakses dari: <http://www.antarane.ws.com/berita/604730/menko-polhukam-berita-hoax-buat-masyarakat-merugi> akses 9 April 2019.
- Terry Lee, 2019, The global rise of "fake news" and the threat to democratic elections in the USA, *Public Administration and Policy*, Vol. 22 No. 1, 2019, pp. 15-24, Emerald Publish.
- Walsh, L. 2006, The Scientific Media Hoaxes of Poe, Twain, and Others.