

## Edukasi Literasi Informasi Dalam Media Sosial Sebagai Wujud Kampanye Netizen Bijak, Cerdas, Kritis dan Inisiator Konten Positif

Melisa Arisanty<sup>1\*</sup>, Yasir Riady<sup>1</sup>, Sri Maulida Permatasari<sup>2</sup>, Gunawan Wiradharma<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Terbuka,

<sup>2</sup>Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Terbuka

### Abstrak

Di tengah ramainya informasi hoaks yang beredar di media sosial dan menjadi keprihatinan bagi semua pihak, ternyata perlu adanya edukasi secara terus menerus kepada seluruh pengguna media sosial. Terlebih lagi di tahun 2024, Indonesia akan memasuki masa kampanye pemilihan presiden 2024. Berdasarkan berbagai data penelitian memprediksi, penyebaran hoaks akan mengalami peningkatan menjelang pemilihan umum. Padahal, telah diketahui bersama penyebaran hoaks terutama dalam media sosial memberikan dampak negatif yang luar biasa. Semua pihak dapat merasakan dampak yang diakibatkan dari adanya terpaan hoaks, mulai dari ketakutan, kegelisahan, fitnah, konflik, ujaran kebencian yang merajalela, ketidakpercayaan terhadap pemerintah, permusuhan, dan sebagainya. Bahkan permasalahan hoaks di Indonesia pun semakin pelik tatkala masyarakat kita masih begitu awam dengan setiap informasi yang beredar bebas dan luas. Kurangnya sikap bijak dan selektif dalam menerima informasi, menjadi salah satu penyebabnya. Oleh karena itu perlu adanya solusi konkrit yang dapat diimplementasikan dan diadopsi oleh seluruh pihak, salah satunya dengan penerapan edukasi literasi informasi dalam media sosial dengan mewujudkan kampanye “Netizen Bijak, Cerdas, Kritis dan Inisiator Konten Positif”. Target sasaran paling utama adalah pengguna aktif media sosial paling dominan yaitu generasi milenial saat ini. Kampanye ini dikemas dalam bentuk sosialisasi interaktif kepada mahasiswa-mahasiswi penerima beasiswa, yaitu mahasiswa beasiswa KIP Kuliah dan SNMPTN di Universitas Terbuka Jakarta dan Jambi. Program ini nantinya akan menjadi program berkelanjutan dan dapat diadopsi ke beberapa kampus lainnya di seluruh Indonesia. Kegiatan sosialisasi interaktif dengan mengusung kampanye Netizen Bijak, Cerdas, Kritis dan Inisiator Konten Positif telah berhasil mengubah kebiasaan siswa-siswi tersebut untuk lebih berhati-hati dalam menerima informasi yang beredar di media sosial. Harapannya, melalui literasi informasi yang baik akan mewujudkan Netizen Media Sosial yang keren, yang cakap digital dan selalu mengedepankan kehati-hatian serta logika positif dalam menerima terpaan informasi dalam media sosial tersebut.



**CONTACT** Melisa Arisanty ✉ [melisa.arisanty@ecampus.ut.ac.id](mailto:melisa.arisanty@ecampus.ut.ac.id)

© 2023 Melisa Arisanty, Yasir Riady, Sri Maulida Permatasari, Gunawan Wiradharma.  
Dipublikasikan oleh Mitra Palupi. Artikel ini dibawah lisensi Creative Common Attribution 4.0 International License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>)

### *Abstract*

*In the midst of the hoax information circulating on social media and becoming a concern for all parties, it turns out that there is a need for continuous education to all social media users. Moreover, in 2024, Indonesia will enter the 2024 presidential election campaign period. Based on various research data, it is predicted that the spread of hoaxes will increase ahead of the general election. In fact, it is well known that the spread of hoaxes, especially in social media, has a tremendous negative impact. All parties can feel the impact caused by the exposure of hoaxes, ranging from fear, anxiety, slander, conflict, rampant hate speech, distrust of the government, hostility, and so on. The problem of hoaxes in Indonesia is even more complicated when our society is still so unfamiliar with any information that circulates freely and widely. The lack of a wise and selective attitude in receiving information is one of the causes. Therefore, there is a need for concrete solutions that can be implemented and adopted by all parties, one of which is by implementing information literacy education in social media by embodying the campaign "Netizen Wise, Smart, Critical and Positive Content Initiator". The most important target is the most dominant active social media users, namely the current millennial generation. This campaign is packaged in the form of interactive sociosemination to scholarship recipient students, namely KIP Lecture and SNMPTN scholarship students at the Open University of Jakarta and Jambi. This campaign will later become a sustainable activity and can be adopted to several other campuses throughout Indonesia. Interactive sociosemination activities by carrying out the Wise, Smart, Critical Netizen and Positive Content Initiator campaign have succeeded in changing the habits of these students to be more careful in receiving information circulating on social media. The hope is that through good information literacy, we will create cool social media netizens who are digitally savvy and always emphasize caution and positive logic in receiving information on social media.*

Kata Kunci: Literasi Informasi; Informasi Hoaks; Media Sosial; Kampanye Sosial

### **Pendahuluan**

Era digitalisasi mampu mempermudah berbagai aktivitas manusia. Selama masih memiliki jaringan internet, saat ini sangat mudah sekali bagi setiap orang untuk mengakses dan mendapatkan informasi secara digital baik melalui media sosial, website, gambar dan video digital, audio, dan lain-lain. Bahkan bisa dengan mudah juga secara bebas menyebarkan informasi yang telah didapatkan tersebut.

Dibalik kemudahannya, teknologi digital ini juga mampu memberikan dampak negatif jika tidak diiringi oleh literasi yang baik. Berkaitan dengan hal itu, infodemi merupakan salah satu fenomena yang sedang dihadapi saat ini. Infodemi merupakan kelebihan informasi yang di dalamnya tercampur teori konspirasi dan hoaks. Walaupun sekilas terlihat tidak berbahaya, menurut Puan Maharani jika infodemi ini tidak ditangkal dan dilawan dengan baik akan menyebar ke ruang-ruang publik dan akan mengakibatkan banyaknya yang terpapar informasi yang tidak benar atau hoaks (dpr.go.id, 2022). Sebagai contoh pada saat dunia sedang menghadapi pandemi Covid-19, dunia juga dihadapkan dengan infodemi karena banyak sekali terpaan isu-isu hoaks yang beredar dan diterima oleh masyarakat. Sebuah studi yang dipublikasikan dalam *The American Journal of Tropical Medicine and Hygiene*, mengungkapkan bahwa infodemi mengenai Covid-19 telah menelan setidaknya

800 korban jiwa di seluruh dunia. Kemudian dilansir dari *ScienceAlert*, sekelompok peneliti penyakit menular Internasional menganalisis berbagai media sosial dan situs berita untuk mengetahui bagaimana informasi yang tidak akurat/ misinformasi terkait Covid-19 menyebar di internet. Dalam penelitian tersebut ditemukan sekitar 2.300 laporan hoaks dan teori konspirasi Covid-19 dalam 25 bahasa di 87 negara. Misinformasi tentang Covid-19 yang ditemukan tersebut mayoritas tidak membantu dan bahkan bisa berbahaya hingga menyebabkan kematian. Salah satu contohnya adalah mitos yang tersebar di berbagai negara, termasuk Iran dan Turki mengenai tubuh dapat dibersihkan dari virus corona dengan mengonsumsi alkohol berkonsentrasi tinggi. Hal ini mengakibatkan 800 orang meninggal dunia, 5.876 orang harus dirawat di rumah sakit, dan 60 orang menjadi buta setelah mengonsumsi methanol (Wibawa, 2022).

Dalam rangka mengurangi dan mencegah semakin berkembangnya infodemi ini khususnya informasi hoaks, dilansir dari siaran pers no. 224/HM/KOMINFO/07/2021 tentang maraknya infodemi di masyarakat, salah satu upaya penanggulangan yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia adalah menginstruksikan agar pengelola platform media sosial lebih aktif dalam membersihkan ruang digital Indonesia dari informasi-informasi yang menyesatkan (Kominfo, 2021). Bahkan Kementerian Kominfo RI juga memblokir akun-akun yang menyebarkan konten hoaks. Namun dalam penanggulangan penyebaran informasi hoaks ini tidak cukup jika hanya dilakukan oleh pemerintah saja. Setiap individu memiliki peran untuk mengatasi masalah ini. Hal ini disebabkan karena sulitnya untuk mengendalikan penyebaran informasi hoaks tersebut khususnya dari media sosial.

Menurut Arisanty dan Wiradharma (2020), adapun sikap penerimaan dan penyampaian kembali informasi hoax di media sosial antara lain:

- Sikap menerima informasi hoax di media sosial salah satunya adalah *full reception*. Sikap ini berarti individu menerima secara penuh dan percaya terhadap informasi hoaks yang disampaikan kepadanya. Hal ini bisa menjadi awal perilaku menyebarkan informasi hoaks.
- Sikap berbagi dan menyebarkan informasi hoaks di media sosial terdiri dari sikap dengan kesadaran penuh dan sikap tanpa kesadaran membagikan kembali informasi hoaks. Sikap dengan kesadaran penuh berarti individu tersebut mengetahui bahwa informasi yang dibarkannya adalah hoaks namun tetap menyebarkan karena kepentingan atau kebutuhan tertentu. Kemudian sikap tanpa kesadaran berarti individu membagikan kembali informasi hoaks tanpa mengetahui atau menyadari bahwa informasi yang dibagikan tersebut adalah hoaks.
- Adanya budaya berbagi informasi di Indonesia. Ketika ada informasi yang dianggap penting, maka ada kecenderungan dan keinginan kuat bagi suatu individu untuk membagikan kembali ke orang-orang terdekat.
- Adanya keinginan suatu individu untuk mendapatkan pengakuan sebagai *trendsetter* dalam berbagai informasi di media sosial.
- Kebiasaan sebagai pengikut untuk menunjukkan bahwa individu tersebut *update* dan peka terhadap isu dan masalah sosial yang sedang viral.
- Mudahnya berbagi informasi di media sosial.

Dengan adanya bahaya informasi hoaks dan sikap-sikap yang menjadi penyebab suatu individu menerima dan menyebarkan informasi tersebut, menyebabkan perlunya meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya literasi digital. Oleh karena itu, perlu adanya sosialisasi dan edukasi ke setiap individu tentang literasi informasi khususnya dalam media sosial. Setidaknya setiap individu menyaring setiap informasi yang didapatkan dan menahan diri untuk tidak menyebarkan jika belum mengetahui atau belum terdapat fakta

yang menjelaskan informasi tersebut. Kemudian, dengan adanya edukasi ini dapat mengembangkan semangat untuk menjadi inisiator konten positif.

Pengguna media sosial yang didominasi oleh generasi milenial merupakan sasaran yang tepat untuk diberikan edukasi tersebut. Edukasi yang diberikan dikemas dalam bentuk kampanye menarik tentang bagaimana menjadi netizen bijak, cerdas, kritis, dan menjadi inisiator konten positif. Dengan demikian melalui edukasi ini, diharapkan dapat mempersuasi persertanya agar bersedia mengimplementasikan dan mengedukasi ke orang-orang terdekat bahkan ke lingkungan sekitarnya dengan konten-konten positif yang merupakan bagian dari kampanye literasi informasi dalam media sosial. **Adapun kegiatan edukasi ini berjudul “Wujudkan Netizen yang Cerdas, Bijak, Kritis dan Inisiator Positive” dalam media sosial.**

### **Metode**

Kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk edukasi literasi informasi dalam rangka wujudkan kampanye Netizen Cerdas, Bijak, Kritis dan Inisiator Konten Positif. Kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan bagian dari output penelitian yang berjudul Model dan Strategi Pencegahan Sikap Penerimaan dan Perilaku Membagikan Kembali Informasi Hoaks. Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat, ada beberapa tahapan yang dilaksanakan. **Pertama**, tim melakukan penggalan kebutuhan dan masukan dari Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kominfo) Republik Indonesia tentang apa yang dapat dilakukan untuk turut membantu pemerintah dalam memberantas hoaks. Salah satunya adalah dengan ikut membuat dan merealisasikan program-program edukasi terutama berkaitan dengan literasi kepada generasi muda Indonesia. **Kedua**, berdasarkan hasil diskusi dan penggalan kebutuhan dan masukan tersebut, tim mulai menyusun rancangan kegiatan pengabdian masyarakat berupa kegiatan sosialisasi tentang edukasi literasi informasi sebagai wujud kampanye ciptakan “Netizen yang Cerdas, Bijak, Kritis dan Inisiator Konten Positif.

Selanjutnya, pada tahap **ketiga**, sebelum sosialisasi dilaksanakan, tim melakukan pretest untuk mengetahui dan mengukur tingkat literasi informasi dari peserta jika menghadapi informasi hoaks. **Keempat**, penyelenggaraan kegiatan sosialisasi berupa seminar tentang edukasi literasi informasi untuk mewujudkan Netizen yang Cerdas, Bijak, Kritis, dan Inisiator Konten Positif pada generasi muda yang merupakan pengguna media sosial. Peserta dalam kegiatan sosialisasi ini adalah mahasiswa-mahasiswi penerima beasiswa KIP Kuliah dan SNMPTN dari Universitas Terbuka Jakarta dan Jambi, Selanjutnya, pada langkah **Kelima**, para peserta diajak serta mempraktikkan dalam melakukan pengecekan informasi hoaks pada website dan aplikasi yang disampaikan saat sosialisasi. Selain itu juga, para peserta diminta untuk mempraktikkan prinsip “sharing positive content” kepada orang-orang disekitarnya. Terakhir, **tahap keenam** adalah tahap monitoring dan evaluasi. Monitoring dan evaluasi dilakukan dengan cara observasi secara langsung saat kegiatan berlangsung dan menyebarkan kuisioner *post test* untuk mengukur tingkat pemahaman peserta setelah mendapatkan materi sosialisasi tentang berbagai strategi untuk mencapai target netizen yang cerdas, bijak, kritisi dan inisiator konten positif. Kemudian, evaluasi juga dilakukan dengan cara wawancara atau permintaan testimoni dengan beberapa peserta terkait dengan gambaran deskriptif dan mendalam mengenai pemahaman materi sosialisasi.

### **Hasil**

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dalam 1 (satu) hari yaitu pada hari Senin, tanggal 17 Oktober 2022. Sosialisasi dilakukan secara online kepada sekitar 40 mahasiswa penerima beasiswa KIP dan SNMPTN Universitas Terbuka Jakarta dan Jambi. Adapun berbagai materi sosialisasi yang disampaikan, antara lain :

- a. Perkembangan Hoaks dalam Media Sosial, dalam materi ini memaparkan sejumlah data bahwa netizen Indonesia termasuk 10 (sepuluh) besar yang kecanduan akan media sosial. Sedangkan kemudahan penggunaan media sosial, sangat memungkinkan
- b. Berbagai Jenis dan Bentuk Informasi Hoaks yang beredar di media sosial. Dalam materi ini memaparkan tentang kategorisasi informasi hoaks berupa misinformasi, disinformasi dan malinformasi, serta contoh-contoh dari setiap bentuk informasi yang erring ditemui dalam media sosial.
- c. Kasus-kasus terbaru yang merupakan dampak adanya informasi hoaks yang dipercaya masyarakat. Berbagai kasus tersebut yang digambarkan berupa dampak atau akibat jika seseorang mempercayai hoaks, ada yang dampaknya berupa ketakutan, kegelisahan, ketakutan, gangguan Kesehatan mental bahkan ada yang berakibat pada timbulnya korban jiwa.
- d. Strategi menjadi Netizen yang Bijak, yaitu mampu mengelola emosi dan menahan diri jika ada informasi yang belum jelas kepastiannya.
- e. Strategi menjadi Netizen yang Cerdas, yaitu mampu membedakan antara fakta dan opini, selalu membaca detail tulisan, tidak hanya judulnya saja, dapat mengenali informasi atau berita hoaks seperti apa, selalu mencari rujukan atau referensi yang kredibel dan terakhir memiliki inisiatif tinggi untuk melaporkan jika membaca informasi hoaks.
- f. Strategi menjadi Netizen yang Kritis, yaitu tidak mudah percaya pada informasi yang belum pasti kebenarannya.
- g. Strategi menjadi Inisiator Konten Positif yaitu memiliki kemauan untuk membagikan berbagai hal yang memotivasi dan bermanfaat bagi banyak orang. Selain itu juga inisiator konten positif termasuk suatu keberanian dan kemauan untuk menyampaikan kontra narasi dari berita hoaks yang beredar.

Pelaksanaan kegiatan edukasi ini berlangsung secara online selama 3 (tiga jam). Kegiatan dimulai dengan memberikan *pretest* yang wajib diisi oleh seluruh peserta edukasi. Selanjutnya pemaparan materi selama lebih kurang 1,5 jam dan terakhir dilanjutkan dengan tanya jawab dan *post test*. *Pretest* dan *post test* berisikan 3(tiga) pertanyaan deskriptif tentang usia, jenis informasi hoaks yang pernah diterima dan pengalaman menghadapi informasi/ berita hoaks. Sedangkan pertanyaan inti mengenai literasi informasi terdiri dari 7 (tujuh) item pertanyaan.

Kegiatan ini dapat dikatakan sukses dan berhasil untuk meningkatkan pemahaman peserta tentang literasi informasi. Hal ini dapat dilihat dari adanya perbedaan hasil dari *pretest* yang dilakukan sebelum kegiatan edukasi dilakukan dengan setelah edukasi dilakukan. Berdasarkan hasil uji beda yang dilakukan menunjukkan hasil adanya perbedaan literasi informasi mahasiswa sebelum dan setelah adanya sosialisasi. Melalui uji Mc Nemar, pengujian dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan antara sebelum dilakukan sosialisasi dengan setelah dilakukannya sosialisasi dengan rancangan hipotesa sebelumnya, antara lain:

Ho : Peluang untuk berubah menjadi “ya” dan “tidak” adalah sama ( $P_{\text{sebelum}} = P_{\text{sesudah}}$ )

H1: peluang untuk berubah menjadi “ya” dan “tidak” adalah tidak sama ( $P_{\text{sebelum}} \neq P_{\text{sesudah}}$ )

Interpretasi hasil dengan menggunakan taraf nyata ( $\alpha$ ) = 5% menunjukkan hasil pengujian McNemar sebagai berikut :

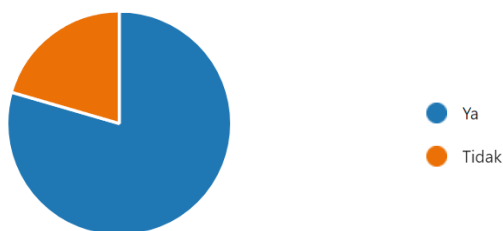
Tabel 1. Uji Beda Mc Nemar hasil pretest dan posttest kegiatan edukasi literasi informasi.

Pertanyaan	Nilai Signifikansi	Taraf Nyata ( $\alpha$ )	Kesimpulan
P1	0,008	0,05	Tolak Ho (terdapat perbedaan)
P2	0,004	0,05	Tolak Ho (terdapat perbedaan)
P3	0,004	0,05	Tolak Ho (terdapat perbedaan)
P4	0,000	0,05	Tolak Ho (terdapat perbedaan)
P5	0,000	0,05	Tolak Ho (terdapat perbedaan)
P6	0,000	0,05	Tolak Ho (terdapat perbedaan)
P7	0,000	0,05	Tolak Ho (terdapat perbedaan)

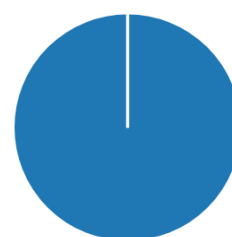
Intinya, berdasarkan data sampel yang ada dan dengan tingkat signifikansi/taraf nyata 5%, dapat dinyatakan bahwa terdapat perbedaan yang nyata antara proporsi perilaku literasi informasi sebelum dan sesudah dilakukannya sosialisasi. Dengan demikian sosialisasi yang dilakukan cukup efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta akan literasi informasi dalam mewujudkan Netizen yang Cerdas, Bijak, Kritis dan Inisiator Konten Positif.

Selanjutnya untuk setiap item peningkatan pemahaman dari seluruh peserta dapat digambarkan pada setiap diagram lingkaran dari hasil pengolahan data deskriptif dari berbagai pernyataan sebagai berikut :

**a. Pernyataan “*Saya termasuk orang yang bisa menahan diri untuk tidak menyebarkan informasi viral yang saya terima*”**



Gambar 1. Hasil Pretest tentang pernyataan Saya termasuk kategori orang yang bisa menahan diri untuk tidak menyebarkan informasi viral yang diterima

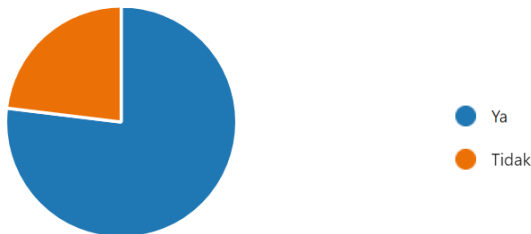


Gambar 2. Hasil Post test tentang pernyataan saya tergerak untuk menjadi orang yang bisa menahan diri untuk tidak menyebarkan informasi

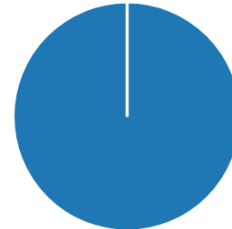
Berdasarkan hasil item pernyataan “*Saya termasuk orang yang bisa menahan diri untuk tidak menyebarkan informasi viral yang saya terima*” didapatkan adanya peningkatan yang sangat signifikan dari sebelum pelatihan dengan setelah pelatihan berlangsung. Sebelum pelatihan, hanya terdapat 79% peserta saja yang dapat menahan diri

untuk tidak menyebarkan informasi viral yang belum pasti kebenarannya, berarti ada 29% peserta yang pada awalnya termasuk orang yang tidak dapat menahan diri untuk membagikan informasi viral yang belum pasti kebenarannya. Namun setelah adanya sosialisasi, Gambar 2 menunjukkan peningkatan bahwa 100% peserta akhirnya tergerak untuk mau menahan diri saat mendapatkan informasi viral yang diterimanya.

**b. Pernyataan “*Saya termasuk orang yang mau mencari tahu kebenaran informasi viral yang saya terima*”**



Gambar 3. Hasil Pretest tentang pernyataan Saya termasuk orang yang mau mencari tahu kebenaran Informasi viral yang saya terima



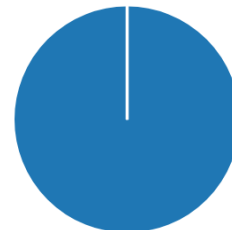
Gambar 4. Hasil Post test tentang pernyataan saya tergerak untuk mencari tahu kebenaran informasi viral yang saya terima

Berdasarkan hasil item pernyataan “*Saya termasuk orang yang mau mencari tahu kebenaran informasi viral yang saya terima*” didapatkan adanya peningkatan yang sangat signifikan dari sebelum pelatihan dengan setelah pelatihan berlangsung. Sebelum pelatihan, terdapat 77% peserta saja yang mau mencari tahu terlebih dahulu kebenaran informasi viral yang diterima, sedangkan 23% lainnya termasuk orang yang belum bersedia untuk mencari tahu kebenaran informasi yang saya terima. Namun setelah adanya sosialisasi, Gambar 4 menunjukkan peningkatan bahwa 100% peserta akhirnya tergerak untuk mau mencari tahu kebenaran informasi viral yang saya terima

**c. Pernyataan “*Saya termasuk orang terbiasa membedakan mana informasi viral berupa fakta atau opini*”**



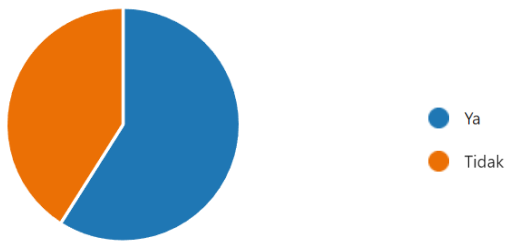
Gambar 5. Hasil Pretest tentang pernyataan Saya termasuk orang yang terbiasa membedakan mana Informasi viral berupa fakta atau opini



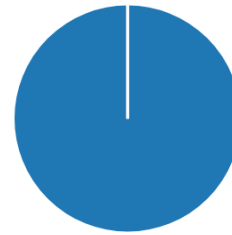
Gambar 6. Hasil Post test tentang pernyataan saya paham membedakan mana informasi viral berupa fakta atau opini.

Berdasarkan hasil item pernyataan “*Saya termasuk orang terbiasa membedakan mana informasi viral berupa fakta atau opini*” didapatkan adanya peningkatan yang sangat signifikan dari sebelum pelatihan dengan setelah pelatihan berlangsung. Sebelum pelatihan, terdapat 77% peserta saja yang terbiasa membedakan mana Informasi viral berupa fakta atau opini, sedangkan 23% lainnya termasuk orang yang belum terbiasa membedakan mana Informasi viral berupa fakta atau opini. Namun setelah adanya sosialisasi, Gambar 6 menunjukkan peningkatan bahwa 100% peserta akhirnya paham membedakan mana informasi viral berupa fakta atau opini.

d. **Pernyataan “*Saya termasuk orang yang bersedia melaporkan jika ada konten negatif (seperti hoaks) yang saya terima*”**



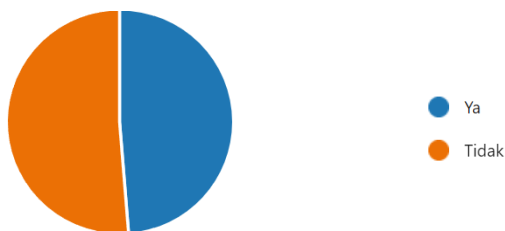
Gambar 7. Hasil Pretest tentang pernyataan Saya termasuk orang yang bersedia melaporkan jika ada konten negatif (seperti hoaks) yang saya terima



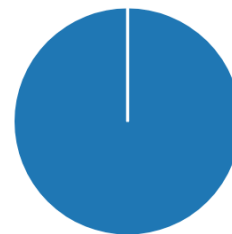
Gambar 8. Hasil Post test tentang pernyataan saya bersedia melaporkan jika ada konten negatif (seperti hoaks) yang saya terima

Berdasarkan hasil item pernyataan “*Saya termasuk orang yang bersedia melaporkan jika ada konten negatif (seperti hoaks) yang saya terima*” didapatkan adanya peningkatan yang sangat signifikan dari sebelum pelatihan dengan setelah pelatihan berlangsung. Sebelum pelatihan, terdapat 59% peserta saja yang bersedia melaporkan jika ada konten negative (seperti hoaks) yang saya terima, sedangkan 41% lainnya termasuk orang yang belum bersedia melaporkan jika ada konten negative yang diterima. Namun setelah adanya sosialisasi, Gambar 8 menunjukkan peningkatan bahwa 100% peserta bersedia untuk melaporkan jika ada konten negative (seperti hoaks) yang saya terima.

e. **Pernyataan “*Saya tahu dimana bisa melaporkan konten negatif (termasuk hoaks) yang saya terima*”**



Gambar 9. Hasil Pretest tentang pernyataan Saya tahu dimana bisa melaporkan konten negative (seperti hoaks) yang saya terima

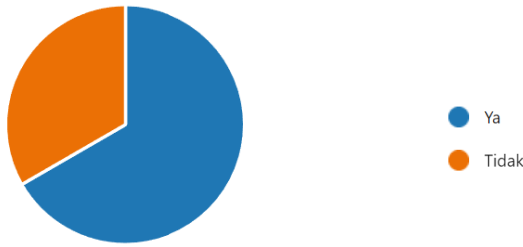


Gambar 10. Hasil Post test tentang pernyataan saya tahu dimana bisa melaporkan jika ada konten negatif (seperti hoaks) yang saya terima

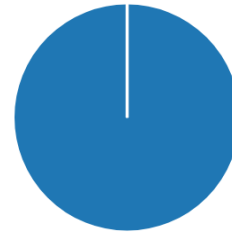
Berdasarkan hasil item pernyataan “*Saya tahu dimana bisa melaporkan konten negatif (termasuk hoaks) yang saya terima*” didapatkan adanya peningkatan yang sangat signifikan dari sebelum pelatihan dengan setelah pelatihan berlangsung. Sebelum pelatihan, terdapat 49% peserta yang tahu dimana bisa melaporkan jika ada konten negative (seperti hoaks) yang saya terima, sedangkan 51% lainnya termasuk orang yang belum tahu dimana bisa melaporkan jika ada konten negative yang diterima. Namun setelah adanya sosialisasi, Gambar 10 menunjukkan peningkatan bahwa 100% peserta tahu dimana bisa melaporkan jika ada konten negative (seperti hoaks) yang saya terima.



f. **Pernyataan “*Saya termasuk orang yang suka menyebarkan konten positif yang sesuai fakta dibandingkan menyebarkan konten pribadi di media sosial*”**



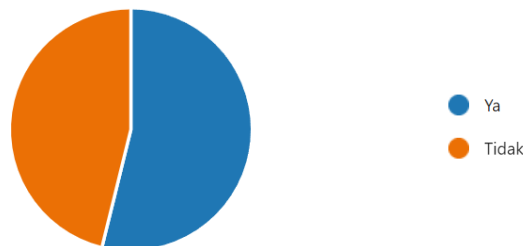
Gambar 11. Hasil Pretest tentang pernyataan Saya termasuk orang yang suka menyebarkan konten positif sesuai fakta dibandingkan menyebarkan konten pribadi di media sosial



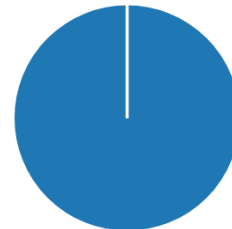
Gambar 12. Hasil Post test tentang pernyataan saya tergerak menjadi orang yang bersedia menyebarkan konten positif sesuai dengan fakta dibandingkan menyebarkan konten pribadi di

Berdasarkan hasil item pernyataan “*Saya termasuk orang yang suka menyebarkan konten positif yang sesuai fakta dibandingkan menyebarkan konten pribadi di media sosial*” didapatkan adanya peningkatan yang sangat signifikan dari sebelum pelatihan dengan setelah pelatihan berlangsung. Sebelum pelatihan, terdapat 67% peserta saja yang termasuk orang yang suka menyebarkan konten positif sesuai dengan fakta dibandingkan konten pribadi di media sosial, sedangkan 33% lainnya termasuk orang yang belum bersedia menyebarkan konten positif dalam media sosial. Namun setelah adanya sosialisasi, Gambar 12 menunjukkan peningkatan bahwa 100% peserta tergerak menjadi orang yang bersedia menyebarkan konten positif sesuai dengan fakta dibandingkan menyebarkan konten pribadi di media sosial.

g. **Pernyataan “*Saya termasuk orang yang suka memberikan kontra narasi tentang fakta suatu informasi hoaks yang didengar dan dibaca*”**



Gambar 13. Hasil Pretest tentang pernyataan Saya termasuk Orang yang suka memberikan kontra narasi tentang fakta Informasi hoaks yang didengar dan dibaca



Gambar 14. Hasil Post test tentang pernyataan saya tergerak memberikan kontra narasi tentang fakta informasi hoaks yang didengar dan dibaca

Berdasarkan hasil item pernyataan “*Saya termasuk orang yang suka memberikan kontra narasi tentang fakta suatu informasi hoaks yang didengar dan dibaca*” didapatkan adanya peningkatan yang sangat signifikan dari sebelum pelatihan dengan setelah pelatihan berlangsung. Sebelum pelatihan, terdapat 54% peserta saja yang bersedia memberikan kontra narasi tentang suatu fakta ketika mendengar dan membaca berita hoaks, sedangkan 46% lainnya termasuk orang yang belum bersedia memberikan kontra narasi tentang fakta jika mendengar dan membaca informasi hoaks. Namun setelah adanya sosialisasi, Gambar 14 menunjukkan peningkatan bahwa 100% peserta bersedia atau tergerak untuk memberikan kontra narasi tentang fakta dari informasi hoaks yang didengar dan dibaca.

## Simpulan

Kegiatan sosialisasi tentang edukasi literasi informasi sebagai wujud kampanye “Netizen Cerdas, Kritis, dan Inisiator Konten Positif berhasil dilaksanakan dengan baik. Seluruh peserta antusias mengikuti kegiatan edukasi. Kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah bagian dari kampanye edukasi literasi informasi yang dikemas secara sederhana namun menarik, serta bisa diadopsi oleh semua pihak. Tujuan yang paling penting dari penyelenggaraan kegiatan ini adalah agar edukasi literasi informasi ini dapat dilakukan tidak hanya oleh pemerintah dan Lembaga pendidikan, namun semua orang bisa membagikan edukasi ini ke lingkungan sekitarnya, yaitu minimal *peer group* terdekatnya (keluarga, teman, komunitas, dan sebagainya). Terdapat 4 (empat) point utama edukasi yang disampaikan, yaitu jadilah netizen yang bijak, cerdas, kritis dan inisiator konten positif.

Kegiatan ini dapat dikatakan sangat sukses dan berhasil dalam meningkatkan literasi informasi peserta terutama dalam pencegahan agar masyarakat lebih memahami bagaimana strategi jika berhadapan atau mendapatkan terpaan informasi hoaks. Terbukti, dari kegiatan pretest dan posttest yang dilakukan, ada perbedaan yang signifikan antara pemahaman literasi informasi peserta. Seluruh peserta mengalami peningkatan dalam pemahaman tentang literasi informasi terutama dalam media sosial hingga 100%. Seluruh peserta setelah kegiatan, 100% memahami strategi menjadi netizen yang Cerdas, Bijak, Kritis dan Inisiator Konten Positif. Selanjutnya, mereka juga termotivasi untuk mengimplementasikan prinsip “*sharing positive content*” sehingga dapat merealisasikan terwujudnya inisiator konten positif.

## Ucapan Terima Kasih

Terima kasih yang sebesar-besarnya tim sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Terbuka.

## Referensi

- Arisanty, M. & Wiradharma, G. (2020). The Acceptance and Resharing Behavior of Hoaks Information on Social Media. *Jurnal Raden Fatah*, Vol 4 No 2.  
<http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jssp/article/view/6609>
- Dpr.go.id (2022). Hari Pers Nasional 2022, Puan Maharani Harap Media Massa Tangkal Infodemi Hoaks.  
<https://www.dpr.go.id/berita/detail/id/37514/t/Hari+Pers+Nasional+2022%2C+Puan+Maharani+Harap+Media+Massa+Tangkal+Infodemi+Hoaks>
- Kominfo (2021). Infodemi Tantangan Upaya Memutus Penyebaran Covid 19.  
<https://aptika.kominfo.go.id/2021/08/infodemi-tantangan-upaya-memutus-penyebaran-covid-19/>
- Kominfo (2021). Siarah Per Kominfo No 244/hm/kominfo/07/2021 Tentang Menkominfo menyesalkan Maraknya Infodemi di Masyarakat dan Menginstruksikan Semua Platform Media Sosial Untuk Sigap Mencegah Penyebarannya.  
[https://www.kominfo.go.id/content/detail/35813/siaran-pers-no-244hmkominfo072021-tentang-menkominfo-menyesalkan-maraknya-infodemi-di-masyarakat-dan-menginstruksikan-semua-platform-media-sosial-untuk-sigap-mencegah-penyebarannya/0/siaran\\_pers](https://www.kominfo.go.id/content/detail/35813/siaran-pers-no-244hmkominfo072021-tentang-menkominfo-menyesalkan-maraknya-infodemi-di-masyarakat-dan-menginstruksikan-semua-platform-media-sosial-untuk-sigap-mencegah-penyebarannya/0/siaran_pers)

Wibawa, S.W. (2022). Studi 800 Orang Meninggal Karena Hoaks dan Teori Konspirasi  
<https://www.kompas.com/sains/read/2020/08/13/180500023/studi-800-orang-meninggal-karena-hoaks-dan-teori-konspirasi-corona?page=all>