



JURNAL EKSOPODA

Journal of Interdisipliner

Vol. 1 No. 1 Tahun 2024

ISSN Media Elektronik: xxxx-xxxx

Kemampuan Literasi Media Dalam Menghadapi Hoax di Pasar Panorama Lembang

Choerul Huda

Program Studi/Jurusan Ilmu Perpustakaan dan informasi, Ilmu Sosial, dan Ilmu Politik
Universitas Terbuka, Indonesia

Andi Khaerun Nisa

Institut Agama Islam Negeri Parepare, Indonesia

Corresponding email: zelenoidan@gmail.com

Abstrak:

Teknologi informasi dan komunikasi terus berkembang dan menjamur diberbagai kalangan masyarakat termasuk sampai ke para pedagang pasar. Namun di lapangan masih banyak masyarakat yang percaya akan informasi bohong atau hoax yang kebanyakan berasal dari media digital. Dalam penelitian ini saya menggunakan metode kualitatif, dengan mengumpulkan data melalui wawancara dan observasi kepada narasumber. Teknik analisis yang dilakukan berupa metode analisis fenomenologi. Hasil penelitian yang diperoleh adalah ada beberapa dari mereka (pedagang) yang tahu jikalau sebuah berita adalah hoax. Namun saat mereka dihadapkan pada keadaan bahwa yang mengirim atau memberitahu mereka tentang berita tersebut adalah orang terdekat mereka, juga berita tersebut mendukung persepsi mereka dalam memandang suatu peristiwa maka mereka akan mempercayainya. Literasi media sebagai sebuah keterampilan yang akan membantu seseorang dalam menganalisis hingga mengevaluasi suatu berita di berbagai media, sehingga tidak mudah percaya dan akan berusaha mencari perbandingan atas berita yang didapatkan. Literasi media ini tidak dapat berdiri sendiri, dengan keinginan dan dukungan dari pemerintah diharapkan literasi media ini dapat dilaksanakan diberbagai lini masyarakat termasuk dipara pedagang.

Kata kunci : Hoax, literasi media, pedagang.

A. Pendahuluan

Journal of Interdisipliner

Literasi media berasal dari dua kata. Media yang artinya sebuah tempat untuk menyimpan informasi. Media ini termasuk komputer, televisi, suara, film, cetak, multimedia dan lain sebagainya. Media dalam hal literasi media adalah sebuah tempat untuk menyimpan dan mengkomunikasikan sebuah informasi. Sedangkan literasi artinya sebuah kemampuan yang di dalamnya terdapat pengetahuan dan keterampilan. Jadi, literasi media adalah sebuah kemampuan dalam berbagai hal mulai dari menganalisis, menciptakan, mengakses, berpartisipasi dan mengevaluasi informasi di dalam semua media (Ginting, dkk, 2021).

Literasi media juga dapat diartikan sebagai sebuah sudut pandang seseorang pada saat melihat media yang menampilkan sebuah informasi lalu memaknainya secara aktif (Sya'diyah & Anggraini, 2021). Bukan hanya sekedar membaca saja namun juga menganalisis apa yang di dalam tulisan tersebut.

Saat ini, media sudah mulai bertumbuh sejalan dengan pesatnya perkembangan teknologi. Bukan hanya keuntungan yang kita dapat namun pula dalam hal negatif pun tak luput dari perhatian. Salah satunya adalah berkembangnya hoax. Hoax adalah kata yang lumayan sering kita dengar di zaman sekarang. Ia berasal dari bahasa Inggris yang artinya menipu, tipuan, berita palsu atau bohong dari seseorang lalu disebar (Simarmata, dkk, 2019).

Hoax dilakukan seseorang dengan motif agar orang lain setuju dengan apa yang dia suka atau tidak suka. Juga ada pula yang membuat agar masyarakat kebingungan serta merasa tidak aman dengan kondisi yang sekarang (Simarmata, dkk, 2019). Hal tersebut dapat terlihat dengan banyaknya orang yang memiliki informasi yang diambilnya dari sumber yang belum jelas kebenarannya. Namun dengan santainya menyebarkan informasi tersebut. Lalu ketika hal sesungguhnya telah terbongkar, orang-orang baru sadar bahwa mereka telah menerima informasi palsu atau hoax.

Hoax ini dibuat oleh seseorang dengan maksud untuk mempengaruhi publik dengan cara mengeluarkan berita yang berbanding terbalik dengan fakta yang ada. Sehingga hal ini akan sangat menguji seseorang dalam hal kecermatan untuk lebih menyelidiki informasi yang diterimanya. Sehingga tidak mengakibatkan berbagai masalah di masyarakat (Sya'diyah & Anggraini, 2021).

Bahkan hoax ini dapat membuat terpecah belahnya persatuan suatu bangsa dengan konten informasinya mengandung SARA yang memang sensitif apalagi di Negara seperti Indonesia yang masyarakatnya sangatlah homogen (Yani, 2019). Berbagai golongan yang saling berkonflik menggunakan berbagai media sosial untuk mendapatkan sebuah dukungan serta menjelekkan golongan lain. Dengan membuat berita hoax serta melakukan berbagai ujaran kebencian. Bilamana hal ini terus terjadi akan merusak budaya saling menghargai dan toleran (Budiarjo, dkk, 2022).

Maka dari itu, dalam praktiknya hoax akan dikenakan hukuman atau saksi

yang akan disesuaikan berdasarkan peraturan sebagai berikut.

- Pasal 390, 311 dan 378 KUHP.
- Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE). Karena terjadi beberapa perubahan Undang-undang ini berubah menjadi Undang- Undang Nomor 19 Tahun 2016, pada Undang.Undang ini yang berisi tentang hukum hoax terdapat pada pasal 28 ayat 1, pasal 28 ayat 2 serta pada pasal 45A ayat 1.
- Pasal 14 ayat 1 serta ayat 2 dan Pasal 15 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1946 tentang Peraturan Hukum Pidana (Athifahputih, 2022).

Adapun ciri-ciri dari hoax sebagai berikut.

- Berita tersebut adalah berita yang dibuat oleh seseorang yang bertujuan untuk keuntungan pihaknya bahkan membuat masyarakat menjadi resah.
- Membuat judul yang sangat berlebihan.
- Berita tersebut berbentuk propaganda atau provokasi dan tentu membuat resah masyarakat.
- Berita dari sumber yang kurang jelas.
- Memalsukan nama organisasi atau lembaga menjadi nama organisasi atau lembaga yang terkenal.
- Akhir dari berita tersebut biasanya menyarankan untuk berita tersebut disebar (Hamzah & Putri, 2020).

Kominfo pada tahun 2022 melakukan survei di 34 provinsi Indonesia dengan pengambilan responden menggunakan metode multistage random sampling kepada 10.000 responden dengan rentang usia 13-70 tahun, melalui online tentang literasi di media digital Indonesia pada 1 Agustus sampai 31 September 2022 yang menghasilkan bahwa media sosial menjadi media yang dominan dalam penyebaran hoax. Facebook sebagai media sosial yang memang menjadi media penyebaran hoax paling besar walau sudah turun dibandingkan dengan tahun 2020 (71,9%) dengan dibandingkan pada tahun 2022 (55,9%). Begitu pula dengan media WhatsApp (WA) yang juga mengalami penurunan berita hoax dari yang Ada tahun 2020 (31,5%) dengan dibandingkan pada tahun 2022 (13,91). Namun hal tersebut tak terjadi terhadap berita online yang mengalami kenaikan dari 10,7% (2020) jadi 16% (2022) (Kominfo, 2022).

Dari survei tersebut itu pula menyatakan bahwa kebanyakan dari responden merasa tidak punya kemampuan dalam mengenali hoax dengan 45% responden. Lalu 32% responden dapat mengenali hoax. Serta 12% mengaku pernah menyebarkan hoax baik itu politik, sosial serta kesehatan (Kominfo, 2022).

Literasi media di sini memiliki manfaat untuk membantu mengenali dan mencegah hoax terutama di zaman digital ini. Literasi media membuat kita mampu menganalisis yaitu ketika kita memilih untuk apakah informasi tersebut diterima saja atau mencari dengan lebih teliti tentang informasi yang kita terima. Lalu evaluasi, membandingkan informasi yang kita dapatkan dengan informasi yang kita

cari dari sumber yang lebih dapat dipercaya. Mengakses, dalam menemukan dan mencari informasi dapat melalui laman yang memang sudah terkenal keabsahannya. Dan tentang pembuatan pesan atau informasi menjadi lebih berhati-hati tidak asal buat dan membagikan (Aditiawarman, 2019)

Terpengaruhnya masyarakat terhadap hoax terjadi di berbagai daerah, tak terkecuali para pedagang di sekitar Pasar Lembang, Bandung Barat. Di sana terdapat berbagai pedagang dengan berbagai latar belakang pula. Namun mereka sering menerima informasi yang salah dan mempercayainya. Terutama informasi yang mereka dapatkan dari media digital internet, baik dari media sosial maupun suatu laman bergentuk blog.

Salah satu kasusnya, terjadi penipuan. Dari berita yang saya dapatkan dari saudara sayayang berdagang di pasar bahwa para pedagang mendapat sebuah berita dari seorang Oknum ASN bahwa akan ada bantuan UMKM senilai Rp.1.200.000,00 yang akan cair pada bulan

Maret 2023 sehingga tentu saja para pedagang antusias dan segera berusaha memenuhipersyaratannya, mulai dari Kartu Keluarga (KK), Kartu Tanda Penduduk (KTP) hingga setiap pedagang harus memberikan uang senilai Rp.30.000,00 sebagai uang materai.

Ada dari mereka (pedagang) yang melakukan pencarian di internet tentang berita bantuan UMKM tersebut namun tidak ada beritanya. Namun kenapa mereka masih percaya? Hal ini tak lepas dari Oknum ASN tersebut yang merupakan pegawai di KBB (Kabupaten Bandung Barat) yang mengatakan bahwa berita tersebut tidak dibagikan di internet karena biayanya tersebut langsung dari Kementrian. Jadi langsung daftar ke ASN tersebut melalui link apapun. Dan para pedagang pun percaya saja dengan omongannya.

Hingga satu bulan sesudah puasa (Mei) pun, bantuan tersebut tak kunjung datang. Lalu Oknum ASN tersebut tiba-tiba tidak dapat dihubungi. Akhirnya para pedagang sadar bahwa mereka sudah ditipu. Kejadian tersebut sungguh menarik perhatian penulis untuk mencari tahu kenapa para pedagang tersebut mudah percaya terhadap berita yang tak jelas asal-usulnya.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode ini akan menekankan

pada sikap manusia untuk lebih kritis terhadap peristiwa yang terjadi di sekelilingnya (Laksmi, 2022). Metode kualitatif bertujuan mencoba untuk melihat dari sudut pandang objek penelitian.

Pengumpulan data yang dilakukan dalam metode ini adalah wawancara, observasi serta melakukan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan cara melakukan tanya jawab dengan narasumber atau objek penelitian kita. Dibantu dengan melakukan observasi yaitu mengamati perilaku narasumber sehingga sedikitnya kita dapat memahami suatu fenomena secara menyeluruh seperti emosi, perasaan, pemikiran hingga perasaannya (Laksmi, 2022). Penelitian ini akan menjelaskan suatu fenomena berdasarkan perspektif objek penelitian sehingga menghasilkan suatu kesimpulan.

Menggunakan teknik analisis fenomenologi, di mana teknik analisis ini mengelompokkan antara lokasi, individu atau subjek serta fenomena atau peristiwa yang terjadi (Laksmi, 2022). Dalam upaya memahami fenomena tersebut lebih mendalam sehingga dapat menjadi sebuah pembelajaran serta mengubah sikap dan sudut pandang dalam melihat suatu fenomena yang terjadi.

C. Hasil dan Pembahasan

Pasar Panorama Lembang adalah sebuah pasar yang berada di Jl. Gudangkahuripan, Kecamatan Lembang, Kota Bandung, Jawa Barat. Pasar ini dikelola oleh perusahaan swasta yaitu PT. Bina Persada.

Terdiri dari dua lantai dan satu basement serta tempat parkir baik di bawah maupun diatas. Terdapat dari ribuan kios yang telah diatur sedemikian rupa sehingga tertata dengan rapi. Lantai basement terdiri pedagang yang menjual bahan pokok mulai dari beras, sayur, daging dan lain sebagainya. Lantai satu terdiri dari pedagang yang menjual pakaian dan perabotan rumah tangga. Dan lantai dua terdiri dari pedagang yang menjual pakaian, jasa (cukur, jahit), permainan anak serta, makanan dan cemilan.

Para pedagang pasar memiliki karakteristik serta latar belakang yang berbeda-beda. Dan tentu dengan pola pikir yang berbeda pula. Sehingga menimbulkan cara pencarian informasi yang bervariasi. Mulai dari yang mencari lewat internet, televisi bahkan ada yang masih mencari-cari koran.

Dari wawancara dan observasi yang saya lakukan kebanyakan dari pedagang mencari informasi lewat internet, namun ada juga yang mendapat informasi ketika menonton televisi atau mencari koran yang memang sudah sangat jarang. Alasan kebanyakan menggunakan media digital karena perkembangan zaman serta mudah dalam penggunaannya. Menurut sebuah jurnal, media sosial adalah media digital yang banyak diakses sekiranya ada 6 media sosial yang sering digunakan Facebook, Instagram, Youtube, WhatsApp, TikTok, dan Twitter (Hidayat, Fadhil Pahlevi, dkk, 2023).

Dalam menerima informasi yang didapatkan, ada yang langsung percaya dan

ada pulayang mencari perbandingan lewat suatu website atau bertanya kepada seseorang yang sekiranya dapat dipercaya. Juga tak semua informasi yang mereka terima langsung disebarkan kepada pihak lain, namun ada pula yang langsung membagikan berita yang ia dapat.

Adapun mereka langsung percaya akan suatu berita yang mereka dapatkan karena beritatersebut diberikan oleh orang yang mereka kenal. Namun hal tersebut pun menjadi salah satu jalan mereka terkena hoax, karena kebanyakan dari mereka terkena hoax oleh orang terdekat mereka. Bukan hanya dengan berita di media yang kurang akurat tersebut tapi juga dari persuasi dari orang sekitar mereka serta persepsi dari orang yang menerima berita bahwa berita tersebut adalah sebuah kebenaran.

Dari wawancara dan observasi itu juga didapatkan bahwa kebanyakan dari mereka jikamengetahui bahwa berita tersebut hoax hanya akan mengabaikannya. Jarang dari mereka untukmemberitahu yang lain karena berbagai penyebab seperti takut disebut sok tahu, beranggapanbahwa orang lain juga sudah tahu itu hoax bahkan sampai tidak peduli terhadap orang lain.

Dalam wawancara tersebut terlihat bahwa tingkat literasi media para pedagang ini tergolong sedang. Artinya mereka sudah mulai menyadari bahwa berita tersebut hoax namun dengan adanya intervensi dari pihak lain seperti orang dekat atau orang dengan pangkat. Mereka tahu harus mencari berita perbandingan, namun mereka masih ragu apa yang apa yang harus dilakukan, dari mana memulai dan bagaimana cara membandingkannya sehingga dapat menjadi sebuah kesimpulan.

Di kaitkan dengan kasus penipuan oleh Oknum ASN tentang berita bantuan UMKM tersebut, terbesit sebuah pertanyaan kenapa para pedagang percaya akan hoax tersebut? Hal pertama yang harus diketahui bahwa Oknum ASN tersebut bukanlah orang asing bagi para pedagang karena pernah dinas cukup lama di Pasar Panorama Lembang sebelum pindah ke KBB (Kabupaten Bandung Barat). Sehingga tidak ada kecurigaan dari para pedagang.

Selain itu, ada dorongan dari pedagang lainnya yang menyebutkan bahwa Oknum ASNtersebut dapat dipercaya. Ditambah waktu itu, adalah waktu yang pas karena para pedagang membutuhkan tambahan modal untuk menyambut bulan suci ramadhan. Jadi persepsi mereka memang mengharapkan bantuan tersebut nyata adanya.

Walau sudah melakukan perbandingan dengan mencari informasi tentang bantuan tersebut di internet dan tidak menemukan berita yang berhubungan dengan berita bantuan tersebut. Namun tetap saja para pedagang masih percaya pada Oknum ASN tersebut karena para pedagang kurang memiliki kemampuan menganalisis serta mengevaluasi berita yang mereka dapatkan itu, ditambah malas membaca artikel yang panjang. Hal ini dapat juga terlihatdari latar belakang para pedagang mulai dari usia yang kebanyakan sudah tua dan kurang mengerti

teknologi, tingkat pendidikan, serta ekonomi. Ditambah oknum ASN tersebut yang memang memiliki kemampuan berbicara yang baik sehingga dapat mempengaruhi para pedagang.

Hal di atas didukung dengan survei dari Kominfo tahun 2022 yang mengatakan bahwa 80,4% responden mereka akan melakukan pencarian informasi untuk menjadi perbandingan berita yang diterima, yang kebanyakan dilakukan menggunakan mesin pencarian (Bing, Yandex, Google dan Yahoo) di internet sekitar 39,5% serta 4,1% mencari informasi bandingan di media lain (Cekdata.com, Kominfo.go.id, Trushpositif serta Turnbackhoax.id). Namun, hanya sekitar 48% yang dapat menganalisis informasi perbandingan tersebut.

Serta alasan tambahan kenapa pedagang lebih mempercayai ASN tersebut walau sudah melakukan perbandingan dan tidak menemukan informasi atau berita tentang bantuan UMKM tersebut. Berdasarkan survei tersebut, memang informasi di teman, kerabat, keluarga dan sebagainya lebih dipercayai yaitu sekitar 3,5% dibandingkan dari media online sekitar 2,1% (Kominfo, 2022).

Hal tersebut dapat dicegah, salah satunya dengan memiliki kemampuan literasi media yang baik, sehingga dapat menganalisis serta mengevaluasi dengan baik. Karena kebanyakan dari pedagang menggunakan media digital dan memang media ini yang membuat kata hoax semakin terkenal beberapa tahun terakhir. Ada beberapa hal yang dapat dilakukan.

Pertama dapat melakukan analisis terhadap judul. Bilamana menemukan judul yang terbilang provokatif atau seolah-olah didukung oleh suatu teori yang terlihat benar, saat itulah sebaiknya kita mencari perbandingan dengan mengakses media yang lain sehingga dapat terjadi keseimbangan informasi.

Kedua harus lebih teliti dari mana sumber atau websitenya. Pastikan website tersebut memiliki verifikasi yang legal dari Dewan pers. Sehingga tidak sembarang berita yang diberikan.

Ketiga bilamana informasi yang kita dapat berasal dari media sosial yang mana sulit untuk ditentukan apakah itu fakta atau hoax maka dapat melakukan seperti yang ada di nomor dua tadi.

Keempat menganalisis keaslian dari foto. Banyak orang yang terkena hoax karena terpengaruh oleh sebuah foto yang diedit atau menggunakan foto yang seolah-olah kejadian tersebut padahal itu adalah kejadian yang sudah lama dan ditampilkan pada berita yang baru. Hal yang dapat dilakukan adalah menggunakan Google dengan cara drag-and-drag dalam kolom pencarian Google Image. Lalu dalam penelusuran google akan menampilkan gambar yang kelima kita dapat menyebarkan berita yang benar dan memberitahu bahwa berita yang

dikirim adalah hoax baik di media sosial maupun di lingkungan sekitar. Sehingga tidak ada lagi masyarakat yang tersesatkan dan merasa resah. Tentu ini harus diimbangi dengan empati dan pengetahuan yang luas tentang literatur media.

Literasi media memang harus dilatih dan hal tersebut harus didukung oleh berbagai pihak. Namun saat ini rasanya masih kurang dan walaupun ada masyarakat kita tidak tertarik dengan pembahasan yang terbilang merepotkan dan membosankan seperti itu. Masyarakat masih suka dengan budaya instan yang tidak mau repot dan menyerahkan hal tersebut kepada pemerintah. g sesuai dengan gambar yang kita punya sehingga kita dapat membandingkannya.

Disinilah peran pemerintah sebagai pihak yang lebih tahu dan sudah menjadi kewajibannya pula harus bisa membujuk masyarakat agar mau dan ingin tahu akan pentingnya literatur media sehingga masyarakat kita menjadi lebih pintar dalam hal mengalisis, mengakses, menciptakan, berpartisipasi serta mengevaluasi berbagai informasi yang mereka terima diberbagai media. Hal tersebut dapat dilakukan misalnya dengan cara membuat sebuah iklan layanan di televisi, radio serta di koran. Juga dapat memasang dibaliho pasar atau poster di sekitar pasar. Sehingga dapat terciptalah masyarakat informasi yang menggunakan informasi sebagai kebutuhan.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa para pedagang di Pasar Panorama Lembang memiliki tingkat literasi media yang cukup karena lumayan mampu mencari berita perbandingan namun minim kesadaran akan apa yang harus dan bagaimana mengenali hoax. Hal tersebut juga dipengaruhi oleh latar belakang pada pedagang tersebut seperti tingkat pendidikan dan umur. Peran aktif pemerintah diharapkan dapat meningkatkan kesadaran para pedagang akan pentingnya literasi media melalui berbagai kegiatan yang memberikan pemahaman tentang bahaya hoax.

E. Daftar Pustaka

- Aditiawarman, M. (2019). *Hoax dan Hate Speech di Dunia Maya (Vol. 1)*. Padang: LembagaKajian Aset Budaya Indonesia Tonggak Tuo.
- Athifahputih, P. Y. R. Penegakan Hukum Terhadap Penyebaran Berita Hoax di lihat dariTinjauan Hukum. *Jurnal Hukum dan Pembangunan Ekonomi*, 10(1), 64-77.
- Bahri, S. (2021). Literasi Digital Menangkal Hoax Covid-19 di Media Sosial. *Jurnal IlmuKomunikasi*, 10(1), 16-28.
- Budiardjo, M., dkk. (2022). *Pengantar Ilmu Politik*. Tangerang Selatan: Universita Terbuka.
- Ginting, D., dkk. (2021). *LITERASI DIGITAL: Dalam Dunia Pendidikan Di Abad Ke-21*. Malang: Media Nusa Creative.
- Hamzah, R. E., & Putri, C. E. (2020). Mengenal dan Mengantisipasi Hoax di Media Sosial pada Kalangan Pelajar. *Abdi Moestopo: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 3(01), 9-12.
- Hidayat, F. P., dkk. (2023). Kemampuan Literasi Media sebagai Upaya Mengantisipasi Cybercrime Pada Remaja Di Kota Medan. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 13-25.
- Kominfo. (2022). *STATUS LITERASI DIGITAL di INDONESIA 2022*. Jakarta: Kominfo.
- Kominfo. (2020 November 19). *Ini Cara Mengatasi Berita "Hoax" di Dunia Maya*. Diakses pada 8 Juni 2023, diperoleh dari https://kominfo.go.id/content/detail/8_949/ini-cara-mengatasi-berita-hoaxdi-dunia-maya/0/sorotan_media.
- Laksmi. (2022). *Metode Penelitian Perpustakaan*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Simarmata, J., dkk. (2019). *Hoaks dan Media Sosial: Saring Sebelum Sharing*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Hidayat, F. P., dkk. (2023). Kemampuan Literasi Media sebagai Upaya Mengantisipasi Cybercrime Pada Remaja Di Kota Medan. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 13-25.
- Yani, C. (2019). Pencegahan Hoax Di Media Sosial Guna Memelihara Harmoni Sosial. *Jurnal Lemhannas RI*, 7(4), 15-21.



Choerul Huda¹, Andi Khaerun Nisa²
Jurnal Interdisiplin (*JUNTER*) Vol . 1 No. 1 (2024) 23 – 32

JURNAL EKSOPODA

Journal of Interdisipliner

Copyright Holder :

© Cherul Huda. et. al. (2024).

First Publication Right :

© JUNTER : Jurnal Interdisiplin

This article is under:



JUNTER

Jurnal Interdisipliner

