

COMMUNITY EMPOWERMENT

by Nyoman Suwarta

Submission date: 13-Oct-2022 02:46PM (UTC+0700)

Submission ID: 1924168363

File name: COMMUNITY_EMPOWERMENT.pdf (345.62K)

Word count: 2547

Character count: 16716

Milennial lawan hoaks: Covid-19, informasi sesat, dan upaya mitigasi

2 Ahmad Nurefendi Fradana[✉], Nyoman Suwarta, Akbar Wiguna
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Sidoarjo, Indonesia

✉ thefradana@umsida.ac.id

🌐 <https://doi.org/10.31603/ce.5206>

1 abstrak

Milennial, sebagai pihak yang paling akrab dengan internet diantara generasi yang ada, memiliki pote¹² untuk menjadi korban berita palsu—terutama terkait dengan informasi sesat seputar Covid-19 di media sosial dan internet—sebab mereka masuk dan menjadi bagian dari lalu lintas dan ekosistem itu. Akan tetapi, potensi menjadi korban tersebut ¹³ga diiringi dengan potensi menjadi penjernih suasana yang keruh akibat hoaks. Milennial, dapat menghunus senjata untuk melawan hoaks seputar Covid-19. Dengan mendorong milenial bergerak, kampanye ini harus dimulai dengan melibatkan mereka secara aktif. Maka, p¹⁴rogram pengabdian kepada masyarakat ini menawarkan solusi berupa pembentukan komunitas berbasis milenial bernama ¹⁵ Malahoaks (Milennial Lawan Hoaks). Sebelum komunitas ini terbentuk, diperlukan kegiatan pendahuluan berupa workshop kepada mereka yang nantinya akan mengemban tugas untuk melakukan upaya kampanye perang melawan hoaks—utamanya berkenaan dengan Covid-19.

Kata Kunci: Milennial; Covid-19; Hoaks

Millennials against hoaxes: COVID-19, misinformation and mitigation activities

Abstract

Millennials are a group of new generation of youngsters that are most familiar with the internet. These adolescents are also at a higher risk of hoax activities online, particularly as related to COVID-19. However, the potential to become a victim is also accompanied by the ability to resolve the uncertainties caused by hoaxes. Millennials are more equipped to combat COVID-19-related frauds by promoting an active campaign. Therefore, this community service program intends to provide a practical solution in the form of a millennial-based group known as Malahoaks (Millennials Against Hoaks). Prior to this formation, preliminary activities, including workshops, were needed to combat hoaxes, specifically on COVID-19.

Keywords: Millennials; COVID-19; Hoaxes

1. Pendahuluan

Wabah Covid-19 kian meraja lela. Persebaran virus bernama lengkap *Coronavirus Disease 2019* ini menyentuh nyaris ke setiap wilayah negara di seluruh belahan dunia. Di Indonesia, wabah ini diumumkan pertama kali sebagai musibah nasional oleh Presiden Joko Widodo pada 29 Februari 2020. Merujuk data Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) yang menyebut wabah ini sebagai bencana non alam dengan skala nasional (Liu, Cao, Liang, & Chen, 2019). Hingga 25 Juni 2021, sebaran

kasus Covid-19 di Indonesia menyentuh angka 2.072.867 jiwa dinyatakan positif; 1.835.061 jiwa sembuh; dan 56.371 jiwa meninggal dunia. Sedangkan secara global, Covid-19 memapar hingga 103 negara; dengan jumlah terkonfirmasi 85.743.194 jiwa; dan korban meninggal 2.146.076 jiwa (KPC PEN, 2020).

Saat situasi pandemi belum ada tanda-tanda akan berhenti, sejalan dengan itu, lalu lintas informasi mengenai wabah Covid-19 banyak berkembang dan dikembangkan dari balik gawai. Media sosial nyaris menjadi rujukan utama masyarakat dalam mengakses informasi apa saja seputar wabah. Media sosial seakan kian memperoleh legitimasi ketika pada waktu bersamaan cek kebenaran menjadi aktivitas yang langka. Arus informasi sekitar Covid-19, pada gilirannya, pun beredar sejalan dengan dinamika media sosial. Di sana, kabar perihal pandemi kian beredar membabi buta beriringan dengan tingginya jumlah penderita dan korban yang sama-sama kian hari kian mencemaskan. Rumor dan desas-desus seputar Covid-19 kian mengkhawatirkan. Informasi salah dan menyesatkan ditengarai menjadi biang dari kekacauan ini – seperti halnya mempromosikan praktik-praktik keliru perihal penanggulangan pandemi (Tasnim, Hossain, & Mazumder, 2020).

Kemajuan pesat arus informasi belakangan yang hingga menemukan eranya dapat ditengarai seiring sejalan dengan bertumbuhnya partisipasi umat manusia terhadap akses internet. Aktivitas saling terhubung ini, pada perkembangannya, memunculkan banyak medium-di antara yang paling populer adalah media sosial. Media sosial bak sumbu yang melejitkan populasi warga digital secara drastis dalam kurun yang relatif singkat. Dari media sosial inilah, pada gilirannya, bah informasi mengalir kemana-mana: Saling sebar berita, jaringan antar warga, hingga aktivitas jual beli. Semua bisa terjadi – dan bermula dari sana.

Media digital semakin menjadi ruang di mana agregasi ide dan gagasan para warganya yang berkerumun dan diadu di sana. Pola-pola pertarungan yang oleh Jenkins & Plasencia (2017) disebut sebagai “lebih dari sekadar pergeseran teknologi” ini, bukan hanya persoalan pemindahan medium interaksi sosial⁵ elaka. Lebih dari itu, fenomena ini bahkan telah berada pada titik revolusi yang “mengubah hubungan antara teknologi yang sudah ada, industri, pasar, genre, dan khalayak. Nyaris setiap detak kejadian di mana saja dapat diketahui dari sana.

Uraian ini didukung oleh temuan Hirst (2020). Internet, katanya, tidak syak lagi memungkinkan munculnya beragam berita dan sudut pandang, yang meskipun media arus utama menjadi ruang dominan tempat mereka yang berkepentingan menggunakan kuasanya di era digital, namun media sosial tetap menjadi medium yang digemari warga digital senyampang masing-masing dari mereka dapat mengendalikan sepenuhnya – warganet adalah media bagi diri mereka sendiri. Maka, kekuatan media partisipatoris yang bergerak dari bawah ini menjadi semakin lazim⁴.

Diantara penghuni media sosial itu, diantaranya adalah milenial. Mereka merupakan generasi yang unik dan berbeda dibanding generasi sebelumnya. Hal ini banyak dipengaruhi oleh munculnya gawai dengan berbagai model yang menawarkan kecanggihan masing-masing. Apalagi, era internet kian meluas dan bermunculannya media sosial sebagai bahan konsumsi sehari-hari. Hal-hal tersebut sedikit banyak berpengaruh pada pola pikir, tata nilai, dan perilaku yang dianut oleh milenial.

Berdasarkan uraian di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam program ini adalah keberadaan Ikatan Pelajar Muhammadiyah sebagai organisasi yang besar dan

terorganisir berisi para milenial pengguna internet aktif. Selain itu, kader Ikatan Pelajar Muhammadiyah adalah kelompok yang terhubung dengan media sosial, mereka aktif bersosial media sebagai bagian dari upaya mencari eksistensi diri. Kondisi ini membuka peluang bagi kader Ikatan Pelajar Muhammadiyah untuk menjadi korban hoaks—dan bahkan penyebar hoaks di masyarakat, jika tidak diberikan pendidikan literasi media yang memadai untuk kemudian melakukan gerakan perlawanan terhadap hoaks dengan melakukan kampanye antihoaks.

Kegiatan pengabdian ini urgen dilakukan seba⁸ dengan memberikan pemahaman kepada kader Ikatan Pelajar Muhammadiyah tentang literasi media tidak hanya berhenti sampai anggotanya. Mereka juga dapat menjadi agen gerakan literasi media dalam rangka menangkal bahaya hoaks di tengah masyarakat luas dengan tergabung dalam komunitas Malahoaks (Milenial Lawan Hoaks), terutama hoaks sekitar Covid-19.

2. Metode

11. Sasaran Program

Sasaran dari program pengabd⁸n kepada masyarakat ini adalah Pimpinan Daerah Ikatan Pelajar Muhammadiyah Bojonegoro yang beralamat di Jl. Teuku Umar No. 48 Bojonegoro, Jawa Timur yang memiliki 18 Pimpinan Cabang (dari total 28 kecamatan yang ada), serta 58 Pimpinan Ranting setingkat SMP dan SMA Muhammadiyah se-Kabupaten Bojonegoro. Di luar sekolah, ada pula Pimpinan Ranting di tingkat desa dan komunitas berbasis masjid. Dengan anggota berusia antara 14-24 tahun, Ikatan Pelajar Muhammadiyah merupakan organisasi para milenial.

Program ini akan ditujukan kepada 35 orang pimpinan terpilih yang terdiri dari Pimpinan Daerah dan Pimpinan Cabang. Nantinya, mereka yang dilatih dan diberikan bekal untuk dijadikan agen dari kampanye gerakan lawan hoaks sebagai upaya untuk mewujudkan ekosistem informasi yang sehat, mencerdaskan, dan mencerahkan. Sehingga, pada akhirnya, program ini direncanakan akan membentuk komunitas bernama Malahoaks (Milenial Lawan Hoaks).

2.2. Pelaksanaan Program

Program pengabdian kepada masyarakat ini diselenggarakan dengan membentuk komunitas Malahoaks (Milenial Lawan Hoaks) yang akan banyak melakukan kampanye-kampanye pelurusan informasi untuk menanggulangi hoaks seputar Covid-19. Diawali dengan workshop, program ini diharapkan terlaksana berkesinambungan dengan tetap berjalannya kegiatan komunitas yang terbentuk meskipun program pengabdian kepada masyarakat ini telah selesai.

Adapun, partisipasi dari mitra program pengabdian kepada masyarakat ini, yakni Pimpinan Daerah Ikatan Pelajar Muhammadiyah Bojonegoro berupa peran aktif dalam mengorganisasi anggota mereka untuk aktif dalam kegiatan ini dari awal hingga akhir. Utamanya, saat komunitas Malahoaks (Milenial Lawan Hoaks) ini nantinya terbentuk. Program pengabdian kepada masyarakat ini pada akhirnya akan diarahkan pada terbentuknya gerakan komunitas. Kegiatan workshop sendiri akan diselenggarakan tatap muka dengan mematuhi anjuran protokol kesehatan dari Pemerintah dan Muhammadiyah secara ketat.

Sebagai bagian dari program kerja sama, kegiatan ini akan dijalankan bersama-sama antara pengabdian dengan mitra secara proporsional. Tim pelaksana akan menyediakan materi-materi beserta segala bahan dan perangkat untuk menyelenggarakan workshop. Sedangkan mitra bertugas untuk menyiapkan hal-hal teknis penyelenggaraan kegiatan, serta mengondisikan peserta yang akan mengikuti kegiatan ini dari awal hingga akhir, termasuk berkomitmen untuk berkontribusi dalam menyusun agenda kampanye gerakan sampai terbentuk komunitas dan merawatnya.

Adapun untuk narasumber, tim pelaksana dan mitra akan menentukan bersama-sama merujuk pada analisis kebutuhan. Termasuk jika melibatkan pihak-pihak lain yang dianggap perlu, misalnya Pimpinan Daerah Muhammadiyah Bojonegoro, induk organisasi IPM di Bojonegoro, sebagai narasumber.

Program ini direncanakan terselenggara berkesinambungan dengan kegiatan tindak lanjut sebagai penopang keberhasilan program. Kegiatan tindak lanjut berupa pertemuan rutin diantara mereka untuk saling bertukar informasi dan gagasan mengenai kampanye gerakan. Kegiatan tindak lanjut ini dapat berupa diskusi maupun kajian maupun bentuk lain yang nanti akan didiskusikan dengan peserta workshop.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Persiapan dan Perencanaan Program

Pada tahap ini, beberapa kegiatan telah dijalankan sebagaimana pada rencana program. Diantaranya ialah persiapan dan perencanaan program. Sebagaimana terlihat pada [Gambar 1](#), kegiatan ini berupa rapat koordinasi bersama mitra terkait pelaksanaan program sebagai bagian dari proses komunikasi dan penjalinan kerja sama kegiatan. Kegiatan tahap awal ini diikuti oleh tim pelaksana program dan pihak mitra. Dilanjutkan dengan perencanaan program kerja sama.



Gambar 1. Rapat koordinasi persiapan pelaksanaan program

Pada tahap selanjutnya, kegiatan komunikasi dan koordinasi dengan berbagai *stakeholder* ditempuh untuk mematangkan persiapan pelaksanaan program. Antara lain terkait dengan kesiapan lokasi kegiatan, memastikan peserta, dan kesiadaan narasumber. Selain itu, materi-materi kegiatan sebagai salah satu perangkat kegiatan yang penting pada tahap ini juga disiapkan.

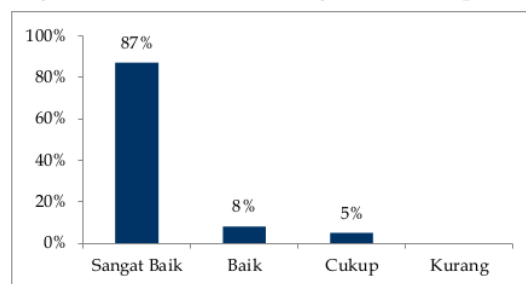
3.2. Pelaksanaan Program

Tiba pada penyelenggaraan kegiatan. Program ini pada awalnya direncanakan terselenggara di Gedung Dakwah Muhammadiyah Bojonegoro pada 20 Desember 2020. Akan tetapi, wabah Covid-19 membuat situasi menjadi berbeda. Kegiatan berkerumun yang mengumpulkan massa dalam jumlah banyak sedapat mungkin dihindari. Sehingga, kegiatan yang pada mulanya direncanakan diselenggarakan luring (tatap muka), akhirnya diubah menjadi daring.

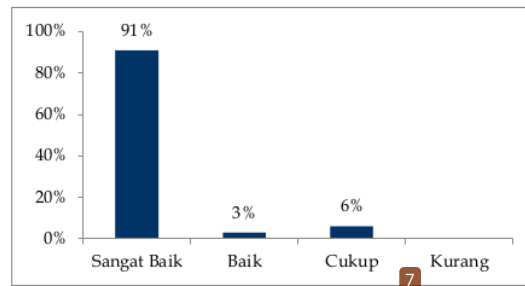
Sehingga, kegiatan bertajuk Workshop Daring Milenial Antihoaks bertema “Covid-19, Informasi Sesat, dan Upaya Mitigasi” diselenggarakan pada 9 Januari 2021. Jika diselenggarakan secara tatap muka, kegiatan ini yang pada mulanya direncanakan dihadiri 35 orang peserta. Akan tetapi, karena diselenggarakan secara daring melalui WhatsApp Grup, sehingga peserta kegiatan ini menjadi tak terbatas. Diikuti oleh anggota Ikatan Pelajar Muhammadiyah se-Jawa Timur. Bahkan, ada beberapa peserta dari luar Jawa Timur. Jumlah peserta mencapai 235 orang. Kegiatan ini diselenggarakan melalui WhatsApp Grup sebab mempertimbangkan latar belakang peserta yang umumnya pelajar sehingga data internet mereka kurang memadai untuk diselenggarakan *workshop* daring via video konferensi semisal Zoom maupun Google Meet.

Kegiatan ini mengundang 3 orang sebagai narasumber, diantaranya: Ahmad Nurefendi Fradana yang menyampaikan materi “Literasi Digital: Membaca Revolusi Industri 4.0”; Fery Martasonar, Ketua Pimpinan Wilayah Ikatan Pelajar Muhammadiyah Jawa Timur Bidang Pengkajian Ilmu Pengetahuan yang menyampaikan materi “Pelajar dan Literasi Digital: Potensi, Polarisasi, dan Proyeksi”; dan Kak Shela, praktisi media digital Bojonegoro yang menyampaikan materi “Personal Branding di Media Sosial”. Ketiga narasumber tersebut menyampaikan materi bergiliran, kemudian diakhiri dengan antusiasme tanya jawab antara peserta dengan narasumber. Setelah pelaksanaan kegiatan, tim memberikan kuesioner kepada peserta untuk mengukur tingkat kepuasan peserta dari sisi kualitas materi, narasumber, dan pengelolaan kegiatan.

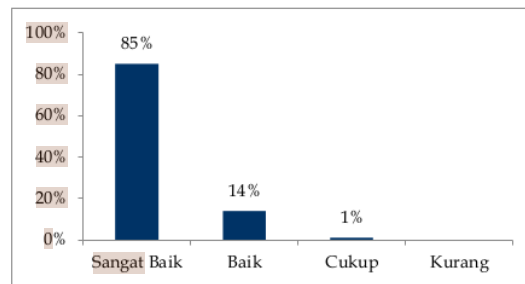
Secara umum, penyelenggaraan acara ini mendapat sambutan positif dari para peserta. Berdasarkan [Gambar 2](#) di atas, tanggapan peserta terhadap pelatihan yakni 87% menyatakan sangat baik, 8% menyatakan baik, dan 5% menyatakan cukup. Kemudian merujuk [Gambar 3](#), tanggapan peserta terhadap materi pelatihan yakni 91% menyatakan sangat baik, 3% menyatakan baik, dan 6% menyatakan cukup. Adapun, sebagaimana [Gambar 4](#), tanggap peserta terhadap narasumber yakni 85% menyatakan sangat baik, 14% menyatakan baik, dan 1% menyatakan cukup.



Gambar 2. Tanggapan peserta terhadap pelatihan



Gambar 3. Tanggapan peserta terhadap materi pelatihan



Gambar 4. Tanggapan peserta terhadap narasumber

3.3. Kegiatan Follow Up

Sebagai bentuk pemantapan program sekaligus evaluasi pelaksanaan program yang sudah dijalankan, kegiatan tindak lanjut digelar pada Ahad, 4 Maret 2021 di MI Muhammadiyah Jumput, Sukosewu, Bojonegoro. Kegiatan ini diselenggarakan luring dengan menerapkan protokol kesehatan yang ketat. Berpedoman kepada rencana pendirian komunitas, kegiatan tindak lanjut ini diikuti oleh seluruh anggota komunitas Malahoaks (Milenial Lawan Hoaks) sejumlah 35 orang, yang digawangi oleh Pimpinan Daerah Ikatan Pelajar Muhammadiyah Bojonegoro.

Kegiatan ini mengundang 2 orang sebagai narasumber, yakni: Ahmad Nurefendi Fradana yang menyampaikan materi "Pelajar dan Literasi"; dan Fery Martasonar, Ketua Pimpinan Wilayah Ikatan Pelajar Muhammadiyah Jawa Timur Bidang Pengkajian Ilmu Pengetahuan yang menyajikan materi "Analisis Sosial dan *Appreciative Inquiry*". Kedua narasumber menyampaikan materi bergiliran, kemudian diakhiri dengan antusiasme berupa tanya jawab antara peserta dan narasumber. Rangkaian kegiatan *follow up* dapat ditinjau pada Gambar 5 berikut.

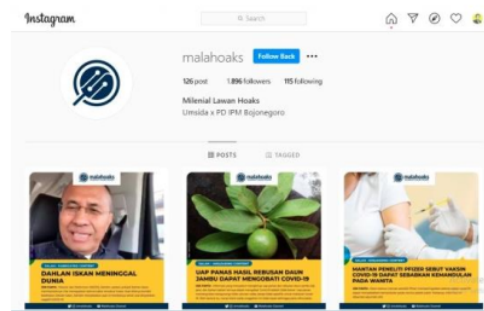


Gambar 5. Kegiatan follow up

3.4. Peningkatan Keberdayaan Mitra

Peningkatan keberdayaan mitra diukur dengan terjadinya peningkatan kualitas program dan dinamisasi yang terjadi dalam komunitas. Peningkatan kualitas program yang dimaksud adalah dengan adanya pendampingan dari tim pengabdian masyarakat ini, kegiatan mitra menjadi terencana dan terlaksana dengan menitikberatkan pada kualitas dan perbaikan output kegiatan. Selain itu, dinamisasi komunitas terbentuk dibuktikan dengan adanya keaktifan para anggota komunitas dalam melaksanakan program komunitas, yakni kampanye literasi digital terhadap hoaks sekitar Covid-19.

Ke depan, kampanye-kampanye literasi digital akan terus digalakkan, bukan hanya sekadar pada isu sekitar Covid-19, tetapi juga pada isu-isu yang lain sepanjang terjadi penyebaran berita palsu di sana. Dan tugas komunitas adalah mengupayakan pelurusan informasi. Berikut adalah tangkapan layar kampanye literasi digital melawan hoaks berkenaan dengan Covid-19 pada akun Instagram @malahoaks (Gambar 6).



Gambar 6. Tangkapan layar akun instagram @malahoaks

3.5. Rencana Kegiatan Tindak Lanjut

Beberapa program telah dicanangkan untuk kegiatan aksi tindak lanjut komunitas Malahoaks. Diantara program itu ialah pelatihan pembuatan konten video media sosial (vlog) dan *podcast*. Program-program tersebut akan diselenggarakan secara simultan dan berkelanjutan dengan diawali pembekalan kepada anggota komunitas berupa *workshop* dan pelatihan literasi digital. Harapannya, pendampingan dapat terus dilakukan demi terciptanya sinergisitas gerakan sebagai upaya bersama untuk tetap istikamah berikhtiar mengampanyekan pelurusan-pelurusan informasi atas berita palsu yang menyesatkan.

4. Kesimpulan

Mencetak generasi muda yang kritis, kreatif, mandiri, serta memiliki kepedulian terhadap dinamika masyarakat dan bangsa adalah tujuan utama dari program ini. Melalui jalan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan warga masyarakat, dalam hal ini kader Ikatan Pelajar Muhammadiyah Bojonegoro. Mengajak bersama mereka untuk peduli terhadap perkembangan isu lingkungan yang sedang terjadi dan dalam waktu bersamaan melek terhadap perkembangan teknologi informasi dengan memberikan bekal dan peningkatan kapasitas literasi digital yang memadai agar

mereka dapat turut bersama secara berjamaah melakukan upaya kampanye pelurusan informasi atas berita palsu yang menyebar ke ruang publik.

Acknowledgement

Kegiatan ini belum tentu akan berjalan lancar sesuai rencana bila tidak ada dukungan dari pihak-pihak berikut. Pertama, kepada Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, pemberi hibah dana program pengabdian masyarakat ini. Kedua, kepada Pimpinan Daerah Ikatan Pelajar Muhammadiyah, mitra pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini. Ketiga kepada para narasumber yang sudah memberikan pencerahan.

Daftar Pustaka

- Hirst, M. (2020). News 2.0: Can journalism survive the Internet? In *News 2.0: Can journalism survive the Internet?* <https://doi.org/10.4324/9781003116554>
- Jenkins, H., & Plasencia, A. (2017). Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. In *Is the Universe a Hologram?* <https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262036016.003.0012>
- KPC PEN. (2020). Peta Sebaran.
- Liu, M., Cao, J., Liang, J., & Chen, M. J. (2019). Epidemic-logistics modeling: A new perspective on operations research. In *Epidemic-logistics Modeling: A New Perspective on Operations Research*. <https://doi.org/10.1007/978-981-13-9353-2>
- Tasnim, S., Hossain, M., & Mazumder, H. (2020). Impact of rumors and misinformation on COVID-19 in Social Media. *Journal of Preventive Medicine and Public Health*, Vol. 53, pp. 171-174. <https://doi.org/10.3961/JPMPH.20.094>



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License

COMMUNITY EMPOWERMENT

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

7%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

proceedings.uinsgd.ac.id

Internet Source

2%

2

journal.unimma.ac.id

Internet Source

1%

3

www.researchgate.net

Internet Source

1%

4

Submitted to Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Gadjah Mada

Student Paper

1%

5

core.ac.uk

Internet Source

<1%

6

johannessimatupang.wordpress.com

Internet Source

<1%

7

id.scribd.com

Internet Source

<1%

8

repository.untag-sby.ac.id

Internet Source

<1%

9

umsu.ac.id

Internet Source

<1%

10 www.salixhomes.org <1 %
Internet Source

11 www.scribd.com <1 %
Internet Source

12 ejournal.unida.gontor.ac.id <1 %
Internet Source

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On