

**SOSIALISASI TERHADAP BERITA HOAKS, MISINFORMASI, DAN DISINFORMASI DI PLATFORM MEDIA ONLINE DALAM KONTESTASI PILKADA 2024 PADA MASYARAKAT PONDOK KARYA RT 001/07 KECAMATAN PONDOK AREN TANGERANG SELATAN****Rezki Pratami<sup>1</sup>, Virna Estriana<sup>2</sup>, Adhvidya<sup>3</sup>**<sup>1,2,3</sup>Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Pamulang  
[dosen02981@unpam.ac.id](mailto:dosen02981@unpam.ac.id) [dosen02968@unpam.ac.id](mailto:dosen02968@unpam.ac.id) [dosen03066@unpam.ac.id](mailto:dosen03066@unpam.ac.id)**Abstrak**

Tugas menjadi seorang dosen wajib menjalankan Tri Dharma perguruan tinggi, antara lain pengajaran, penelitian, dan pengabdian masyarakat. Universitas Pamulang, memiliki kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM). Kegiatan pengabdian masyarakat yang direncanakan ini difokuskan pada isu hoaks, misinformasi, dan disinformasi yang tersebar dalam berbagai platform media online dalam kontestasi Pilkada 2024 yang sekiranya akan menjadi hal yang buruk bila dibiarkan, terutama pada masyarakat umum pengguna platform media online dalam rentang usia yang sudah memiliki kewajiban untuk menjadi pemilih dalam Pilkada 2024 yaitu usia 17 tahun, serta khususnya masyarakat usia 30-60 tahun.

Hoaks merupakan berita bohong atau berita yang dibuat tidak pada kenyataan yang sebenarnya yang kemudian disebarluaskan. Berita Hoaks dibuat seolah-olah benar, sehingga mudah dipercaya bagi khalayak yang menerima berita tersebut. Berdasarkan konten informasi pada suatu berita yang dikatakan Hoaks, ternyata Hoaks dibagi menjadi dua yaitu misinformasi dan disinformasi. Misinformasi merupakan berita atau informasi yang tidak benar, tersebar luas tanpa ada unsur kesengajaan dalam kebohongan konten tersebut, tidak pula ada upaya untuk mengelabui si penerima berita. Sementara Disinformasi merupakan berita atau informasi yang sengaja dibuat salah atau tidak pada kondisi yang sebenarnya dengan maksud dan tujuan tertentu. Biasanya disinformasi ini dibuat untuk menguntungkan suatu pihak tanpa memikirkan dampak bagi pihak lain yang menerima informasi tersebut, dan ada pula sebagai penggiringan opini pada kasus tertentu. Berita dan informasi hoaks banyak sekali dijumpai pada platform media online, dimana platform media online disini digunakan disegala lini usia. Bertepatan pula dengan momen Pilkada 2024 yang akan diselenggarakan pada bulan November mendatang, penelitian ini bertujuan untuk memberikan sosialisasi pada masyarakat yang sudah ditunjuk sebagai pengguna platform media online dalam menyikapi dan mengambil tindakan pengecekan ulang dan mencari tahu pada sumber yang kredibel dan akurat pada kabar berita dan informasi yang diterima mengenai Pilkada 2024. Dengan demikian, pada penelitian ini peneliti juga berharap masyarakat bisa menentukan pilihan pada calon pemimpin daerah yang betul-betul kompeten dibidangnya, dan dipilih dengan hati nurani tanpa ada gangguan dari isu berita Hoaks. Sehingga penggunaan platform media online menjadi kegiatan yang bisa membawa dampak positif bagi pengguna dan sekitarnya.

**Kata kunci:** Sosialisasi, Hoaks, Pilkada 2024, Media Online, Masyarakat

**Abstract**

*The task of being a lecturer is to carry out the Tri Dharma of higher education, including teaching, research and community service. Pamulang University has community service activities (PKM). This planned community service activity is focused on the issue of hoaxes, misinformation and disinformation spread on various online media platforms in the 2024 Regional Election contestation which will be a bad thing if left unchecked, especially among the general public who use online media platforms in the age range who already have The obligation to become a voter in the 2024 regional elections is at the age of 17, especially for people aged 30-60 years.*

*Hoax is fake news or news that is not based on actual reality and is then disseminated. Hoax news is made to appear to be true, so that it is easy for the audience who receive the news to believe it. Based on the information content of news that is said to be a hoax, it turns out that hoaxes are divided into two, namely misinformation and disinformation. Misinformation is news or information that is not true, spread without any intentional element in the content being false, nor is there any attempt to deceive the recipient of the news. Meanwhile, disinformation is news or information that is intentionally made wrong or not in actual conditions with certain aims and objectives. Usually this disinformation is created to benefit one party without thinking about the impact on other parties who receive the information, and some also act as a guide to opinion in certain cases. Hoax news and information can often be found on online media platforms, where online media platforms are used by all ages. Also coinciding with the 2024 Pilkada which will be held in November, this research aims to provide outreach to people who have been appointed as users of online media platforms in responding to and taking action to double-check and find out credible and accurate sources for news and information received regarding the 2024 regional elections. Thus, in this research the researcher also hopes that the public can make a choice on regional leader candidates who are truly competent in their fields, and chosen with conscience without any interference from Hoax news issues. So that the use of online media platforms becomes an activity that can have a positive impact on users and their surroundings.*

**Keywords:** *Socialization, Hoax, 2024 Regional Election, Media Online, Society.*

**PENDAHULUAN**

Tahun 2024 merupakan tahun besar bagi masyarakat Indonesia karena di tahun ini, kita semua menjadi saksi sejarah akan momentum lima tahunan Indonesia yakni Pemilu atau Pemilihan Umum untuk Pilpres (Pemilihan Presiden) dan Pilkada (Pemilihan Kepala Daerah). Dalam momen bersejarah tersebut masyarakat Indonesia dihadapkan dengan situasi dimana harus menentukan pilihan yang dirasa paling tepat demi nasib bangsa dalam lima tahun kedepan.

Pemilu merupakan bagian yang sangat penting bagi demokrasi, khususnya di Indonesia. Karena Pemilu menjadi satu-satunya momen dimana masyarakat Indonesia disatukan untuk menyuarakan dan menggunakan hak pilihnya dalam menentukan pilihan terbaik secara demokrasi. Dalam hal ini, Pers atau industri media yang menyajikan berita dan informasi berfungsi sebagai pihak yang mampu memberika fakta-fakta yang bukan hanya opini melainkan mengedepankan objektivitas. Maka, media haruslah mengungkapkan informasi secara akurat dan berimbang.

Bagi Indonesia sebagai negara yang menjunjung demokrasi, platform media online menjadi alat yang memiliki peran penting bagi berlangsungnya momen lima tahunan Pemilu. Media online dianggap sebagai media dengan penerimaan yang cepat dan mudah diakses bagi seluruh pengguna platform. Dengan demikian secara otomatis, masyarakat Indonesia akan banyak menerima informasi lewat platform media online. Sellita (2022) menyebutkan Platform media online membentuk bagaimana masyarakat menerima, mengamati, dan menafsirkan informasi politik terutama pada informasi dengan muatan konten terkait pemilu dan peristiwa politik lainnya. Sehingga, masyarakat tidak hanya menjadi lebih mudah dalam mengetahui bagaimana perkembangan yang sedang terjadi saat ini, namun secara eksplisit dilibatkan langsung dalam kejadian politik di Indonesia seperti misalnya momen pemungutan suara, kegiatan para pejabat publik, hingga aksi protes bila ditemukan sesuatu yang janggal kepada pemerintah.

Momen Pemilu dijadikan industri pembuat konten berita sebut saja koran, majalah, televisi, hingga platform digital untuk menyajikan informasi seputar Pemilu. Dalam laman KPI.go.id bertajuk “Media Penyiaran menyejukkan Jelang Pemilu 2024”, menyebutkan bahwa selaras dengan amanah yang dituangkan dalam Undang-undang Penyiaran No 32 Tahun 2002 bahwa penyiaran sebagai kegiatan komunikasi massa mempunyai fungsi sebagai media informasi, Pendidikan, hiburan yang sehat, serta kontrol dan perekat sosial. Media penyiaran memiliki andil dan peran yang sangat penting dalam pelaksanaan kegiatan pemilu. Media penyiaran diharapkan

## **Jurnal PKM COMMs**

ISSN: 28xx-2xxx (*online*); ISSN: 28xx-3xxx (cetak)

Volume x, No.x Juli 2023

dapat menyajikan informasi yang adil, proporsional, menyehatkan sekaligus menyejukkan bagi khalayak yang menikmati sajian tersebut.

Meski momen Pemilu adalah momen yang tidak bisa dielakkan bagi masyarakat Indonesia, namun momen bersejarah ini kerap dijadikan sasaran empuk bagi orang yang tidak bertanggung jawab dalam membuat hingga menyebarkan konten informasi dengan muatan hoaks atau berita bohong. Momen bersejarah ini tak luput dari serangan informasi yang tidak benar atau mengandung konten bohong yang bukan sebenarnya atau dikenal dengan sebutan Hoaks. Tujuannya tentu beragam, ada yang membuat demi keuntungan bagi personal, namun ada pula yang dengan sengaja membuat konten berita bohong untuk keuntungan bagi kelompok-kelompok tertentu.

Data yang diambil dari Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Kemenfominfo RI) menyebutkan bahwa khususnya untuk berita mengenai Pemilu dan Pilpres terdapat 203 hoaks diambil dalam kurun waktu 2022 hingga Januari 2024. Hoaks atau informasi bohong tersebut tersebar diseluruh platform media online sebanyak 2882 konten.

Menutip kompas.id oleh Tatang Mulyana Sinaga (2024) mengenai sebaran data pada berita bohong atau hoaks yang terjadi pada momen Pemilu khususnya Pilpres 2024 di platform media sosial yakni sebanyak 1.325 konten pada platform Facebook, 947 konten pada platform X atau Twitter, selanjutnya 342 konten pada platform Tiktok, pada platform Instagram sebanyak 198 konten, Snack Video sebanyak 36 konten dan terdapat 34 konten pada platform Youtube.

Kemajuan teknologi dan kehadiran AI atau *Artificial Intellegence* disebut-sebut menjadi hal pendukung massif nya pembuatan konten berita bohong atau hoaks yang terjadi khususnya di Indonesia dalam isu Pemilu. Data yang dikeluarkan oleh CekFakta dalam laman kompas.id bertajuk Penyebaran Berita Hoaks Meningkat Selama Pemilu 2024, menyebutkan bahwa hingga 20 April 2024 terdapat 2.268 artikel yang tersebar dijagat platform media online dengan rincian terdapat 851 artikel atau 37,5% artikel terkait Pilpres, 312 atau 13,7% mengenai politik, 289 artikel atau 12,7% berita terkait luar negeri, 255 artikel atau setara dengan 11,2% berita terkait penipuan, dan 171 artikel atau 7,5% mengenai bencana.

Dari data tersebut secara jelas menyebutkan bahwa, informasi mengenai Pemilu dan Pilpres merupakan yang paling banyak diproduksi oleh platform media online, sehingga kemungkinan masyarakat mengakses berita tersebut juga tinggi. Hal ini didukung dengan temuan-temuan mengenai berita bohong yang masih cukup tinggi yakni 1.325 konten. Hal ini tentu menjadi

## **Jurnal PKM COMMs**

ISSN: 28xx-2xxx (*online*); ISSN: 28xx-3xxx (cetak)

Volume x, No.x Juli 2023

hal yang perlu diwaspadai mengingat kontestasi Pemilu 2024 belum sepenuhnya usai. November 2024 mendatang masyarakat Indonesia akan dihadapkan dengan momen Pilkada atau Pemilihan Kepala Daerah yang mencakup dari Sabang sampai Merauke. Tentu kemungkinan akan berita bohong atau Hoaks menjadi hal yang harus diantisipasi oleh setiap masyarakat.

Oleh karenanya, mengantisipasi penyabaran berita bohong atau hoaks tidak cukup mengandalkan dilakukannya cek fakta, tetapi juga harus bersama-sama dilakukan pencegahan dari setiap lapisan masyarakat dengan memberikan edukasi sehingga tidak mudah percaya dengan informasi yang saat ini beredar ataupun informasi yang diterima. (Septiaji: 2024).

Pondok Karya merupakan salah satu Kelurahan yang berada dalam Kecamatan Pondok Aren Tangerang Selatan. Salah satu Rukun Tetangga yang menjadi *concern* adalah warga Rukun Tetangga 01 dengan kegiatan PKK dan Dasawisma Apel. Berdasarkan data yang kami terima dari ketua PKK dan Dasawisma Apel Pondok Karya, warga RT 001 RW 07 memiliki total penduduk dengan usia wajib memilih yakni 484 orang dengan rincian berjenis kelamin laki-laki yaitu 239 orang dan terdapat 245 orang pada penduduk berjenis kelamin perempuan, dimana rata-rata dari penduduk laki-laki berprofesi sebagai wirausaha dan penduduk perempuan berprofesi sebagai ibu rumah tangga.

Atas latar belakang tersebut, sangat penting untuk melaksanakan penyuluhan atau sosialisasi kepada masyarakat di Kelurahan Pondok Karya RT 001/07, Kecamatan Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan yang masih belum sepenuhnya paham mengenai bagaimana menyikapi seluruh berita atau informasi yang diterima melalui platform media sosial dalam konteks Pilkada 2024, guna mengedukasi dan memberikan pemahaman agar tidak terjadi fitnah, kebencian, hingga perilaku atau Tindakan yang pada akhirnya merugikan orang lain, bahkan salah menentukan pilihan pada calon kepala daerah yang notabene menentukan nasib lima tahun kedepan bagi wilayah yang ditinggalinya.

## **METODE PELAKSANAAN**

Sasaran kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Kelurahan Pondok Karya Kecamatan Pondok Aren Kota Tangerang Selatan. Dengan rincian sebagai berikut:

1. Tempat Kegiatan : Aula Terbuka PKK/ Dasawisma Apel  
JL. SD Inpres Pabuaran Barat RT 001/07 Kelurahan Pondok Karya  
Kecamatan Pondok Aren Tangerang Selatan 15225.

2. Waktu Pelaksanaan : Minggu, 13 Oktober 2024
3. Pukul : 09.30 WIB s/d. Selesai

Berikut adalah tahapan-tahapan yang dilakukan oleh dosen pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM):

1. Tahap Persiapan
  - a. Survei awal.
  - b. Pemantapan dan penentuan lokasi dan sasaran.
  - c. Penyusunan bahan atau materi meliputi: *slide, infocus*, dan fotokopi materi handsout.

### 2. Tahap Pelaksanaan Pelatihan

Pada tahap ini akan dijelaskan dan diberikan simulasi mengenai edukasi pemahaman terkait dengan Sosialisasi Terhadap Berita Hoaks, Misinformasi, Dan Disinformasi Di Platform Media Online Dalam Kontestasi Pilkada 2024 Pada Masyarakat Pondok Karya Rt 001/07 Kecamatan Pondok Aren Tangerang Selatan. Dengan menggunakan metode penyuluhan, simulasi, metode Tanya jawab, dan pelatihan cek fakta melalui *gadget* masing-masing peserta untuk memberikan kesempatan menggali sedalam-dalamnya terkait materi yang diberikan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL

Berikut adalah jawaban untuk ketiga rumusan masalah dengan fokus pada pemahaman mengenai berita dengan muatan konten hoaks, misinformasi dan disinformasi di media online pada kontestasi Pilkada 2024.

1. Tingkat pemahaman PKK/ Dasawisma Apel Pondok Karya dan masyarakat dengan memfokuskan pada ibu rumah tangga di wilayah RT 001/07 Pondok Karya, mayoritas masyarakat disini sudah memakai gawai sebagai sarana komunikasi. Semua masyarakat menggunakan media online atau media sosial Whatsapp untuk berkomunikasi baik secara personal ataupun group. Adapun platform media online lainnya yang banyak digunakan adalah Facebook, TikTok dan Instagram. Masyarakat sudah mengetahui fungsi dari media online tersebut dan bagaimana cara mengoperasikannya baik menerima pesan, bersosial, hingga meneruskan pesan. Usia rata-rata dari peserta PKM adalah usia produktif yakni 30-50 tahun, ada pula sekitar 3 orang dengan usia 60 tahun. Ruang lingkup masyarakat pada umumnya adalah lingkaran paling dalam yakni

keluarga dan tetangga. Seluruh peserta sering mendapat pesan baik secara personal dan group khususnya dalam konten Pilkada 2024. Tim PKM tidak mengalami kesulitan dalam memperkenalkan media online, cara pengoperasian, hingga menggunakan fitur forward dan save. Namun terkait dengan konten mengenai Pilkada, masyarakat belum mengetahui mengenai konten dengan muatan hoaks, misinformasi dan disinformasi. Masyarakat biasa menggunakan gawai untuk kepentingan yang berhubungan dengan kegiatan sekolah anak, komunikasi dengan keluarga, hingga penyebaran informasi mengenai kegiatan lingkungan dan mengetahui informasi yang sedang viral.

2. Pesatnya informasi yang masyarakat terima dari gawai lewat media online khususnya pada aplikasi pesan singkat dan media sosial yakni Whatsapp, Facebook, dan Tiktok menjadikan masyarakat dengan mudah mengkonsumsi dan mendistribusikan tanpa memahami konteks yang sebenarnya dari konten yang didapatkan. Sayangnya, distribusi pesan melalui kegiatan forward message atau meneruskan pesan acapkali dilakukan manakala ingin meneruskan informasi yang dianggap penting pada teman, sahabat, keluarga, tetangga, atau rekan bisnis. Alih-alih meneruskan informasi, namun masyarakat tidak menyadari bahwa sebaiknya dilakukan identifikasi dan validasi pesan, agar tidak turut serta dalam penyebaran hoaks, misinformasi dan disinformasi terutama pada konten Pilkada 2024. Masyarakat Pondok Karya menyadari ketidakpahaman untuk mengidentifikasi dan memvalidasi pesan yang diterimanya. Ketidakpahaman ini dianggap Tim PKM sebagai hambatan dalam memahami konten hoaks, misinformasi, dan disinformasi pada berita Pilkada 2024, pasalnya dalam lingkup yang sempit masyarakat RT 001/07 Pondok Karya berupaya dalam pemenuhan informasi dan edukasi serta hiburan dari media online agar dianggap tidak *kudet* (kurang up date), namun sayangnya minimnya akses pengetahuan pada masyarakat yang mayoritas berprofesi sebagai ibu rumah tangga ini menjadikan masih maraknya penyebaran informasi mudah sekali dilakukan tanpa melakukan preventif.
3. Hambatan pada poin no 2, Tim PKM jadikan sebagai landasan untuk mensosialisasikan melalui informasi dan edukasi mengenai bagaimana cara menyikapi informasi atau pemberitaan yang didapatkan dari media online, terutama pada kontestasi Pilkada 2024. Pasalnya, serapan informasi yang salah juga berakibat fatal bagi Tindakan memilih Calon Kepala Daerah di wilayah Kota Tangerang Selatan dan Provinsi Banten. Tim

PKM memberikan 5 langkah dalam mengantisipasi sebaran pemberitaan dengan muatan konten hoaks, misinformasi dan disinformasi pada Pilkada, serta menginformasikan untuk mengidentifikasi ciri konten dengan muatan hoaks, misinformasi dan disinformasi.



**(Gambar 1. Pelaksanaan PkM)**



**(Gambar 1. Pelaksanaan PkM)**

## **PEMBAHASAN**

Pembahasan mengenai bagaimana Sosialisasi Terhadap Berita Hoaks, Misinformasi, Dan Disinformasi Di Platform Media Online Dalam Kontestasi Pilkada 2024 Pada Masyarakat Pondok Karya Rt 001/07 Kecamatan Pondok Aren Tangerang Selatan, memiliki beberapa poin penting sebagai Langkah antisipatif yakni:

- (1) lihat tautan dan pastikan dari sumber yang resmi,
- (2) perhatikan dengan teliti apakah foto, video, audio dan teks terlihat nyata tidak diedit atau justru terdapat manipulasi,
- (3) cek apakah berita yang didapatkan juga diunggah oleh media yang terverifikasi dan sudah kredibel,
- (4) jangan mudah meneruskan pada informasi yang belum diketahui kebenarannya,
- (5) baca informasi dengan detil, cek keaslian foto dengan google image.

Cara lain juga diinformasikan kepada masyarakat bila memang langkah diatas dianggap sulit dilakukan, yaitu dengan bertanya kepada orang yang dipercaya, meminta bantuan untuk dilakukan pengecekan dan jangan ragu untuk menegur siapapun yang menyebarluaskan informasi dengan muatan hoaks, misinformasi, dan disinformasi baik yang dilakukan dengan sengaja atau tidak disengaja.

Selain itu Tim PKM juga mengedukasi mengenali empat ciri-ciri konten dengan muatan hoaks, misinformasi dan disinformasi, yaitu;

- (1) informasi yang berlebihan,
- (2) mengandung kalimat yang bombastis dan hiperbolis,
- (3) mengandung kalimat ajakan untuk memviralkan secara gambling maupun secara halus,
- (4) informasi berasal dari sumber yang tidak jelas bahkan mengatasnamakan orang terkenal, institusi tertentu, atau media.

Dengan melakukan Langkah pendekatan diatas, masyarakat RT 001/07 Pondok Karya terutama kepada Ibu anggota PKK/ Dasawisma Apel, dapat mengimplementasikannya dan turut berpartisipasi dalam pemberantasan penyebaran informasi dengan muatan hoaks, misinformasi dan disinformasi bukan hanya dalam kontestasi Pilkada 2024, namun juga pada semua aspek informasi yang dikonsumsi lewat media online. Dan memutus rantai hoaks yang kini kian merajalela. Serta, dapat menyebarkan informasi baik ini kepada lingkup dalam yakni keluarga, warga dan tetangga dan seluruh lapisan masyarakat.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **KESIMPULAN**

Media online dan khususnya media sosial hadir disetiap aktivitas kehidupan bermasyarakat sejatinya untuk mempermudah keberlangsungan hidup bagi individu itu sendiri. Laju teknologi yang begitu pesat mengharuskan individu mengikuti tiap perkembangannya. Kebutuhan individu akan informasi, edukasi dan bahkan hiburan, telah tuntas dicukupi lewat media massa yang kian laju. Jaman bergulir, teknologi komunikasi dan informasi tak ketinggalan bertransformasi di era yang kini serba digital.

Pilkada atau pemilihan kepala daerah menjadi ajang yang tidak bisa dipisahkan bagi tiap individu sebagai warga negara. Momen yang baru pertama kali dilangsungkan secara serentak bagi

## **Jurnal PKM COMMs**

ISSN: 28xx-2xxx (*online*); ISSN: 28xx-3xxx (cetak)

Volume x, No.x Juli 2023

tiap tingkat kepala daerah baik Kabupaten, Walikota, hingga Provinsi menjadi pengalaman yang tidak bisa dielakkan. Tercetak sebagai sejarah baru di Indonesia, Pilkada 2024 diharapkan menjadi pembawa berjuta kebaikan bagi keberlangsungan kehidupan masyarakat dimasa mendatang.

Kenyataannya, momen Pilkada dijadikan sebagian oknum yang tak bertanggung jawab untuk meraup keuntungan, entah sebagai citra dan aktualisasi diri atau justru meraup keuntungan materiil, dengan cara merayu, membujuk, dan mempengaruhi masyarakat lewat konten yang notabene adalah berita palsu atau berita bohong dan kini kita mengenalnya sebutan hoaks. Kemajuan teknologi yang baik dijadikan medium untuk penyebarluasan informasi yang kerap membuat blunder bagi pembacanya, penontonnya dan pendengarnya.

Hoaks bukan masalah baru di dunia media massa. Yang menjadi persoalan adalah bagaimana membentengi diri agar sebagai masyarakat yang konsumtif akan informasi, mampu memilah berbagai pemberitaan yang muncul ke permukaan. Konteks yang menjadi perhatian saat ini adalah konten mengenai Pilkada 2024 yang menerpa masyarakat lewat sejumlah media online, terkhusus pada media sosial dan aplikasi pesan singkat.

Sayangnya, terpaan media tersebut belum bisa terantisipasi dengan baik dan menyeluruh terhadap segala lapisan masyarakat di Indonesia. Minimnya literasi, kurangnya pengalaman, sempitnya ruang lingkup dan edukasi terbatas menjadikan persoalan baru bermunculan. Konten dengan muatan hoaks tak lagi mampu difilter. Bila terus terjadi maka celakalah demokrasi bumi pertiwi.

Sebagian masyarakat yang menjadi peserta sosialisasi kegiatan PKM ini menyadari bahwa mereka kerap bertindak ceroboh, terlalu mudah termakan pemberitaan yang kian masuk lewat media online. Tidak ada upaya mencari tahu, memvalidasi, verifikasi, cek fakta, atau bahkan bertanya pada orang yang dianggap lebih mumpuni untuk sekedar mengetahui apakah informasi yang didapatkan adalah valid atau justru hoaks. Lebih lanjut, informasi berupa konten tersebut, disebarluaskan kembali kepada pengguna media online lainnya baik secara individual atau biasa disebut personal chat (percakapan pribadi), ataupun lewat pesan singkat kepada group yang mereka punya, serta mengunggahnya kembali dalam media jejaring sosial yang mereka miliki, padahal mereka belum tahu bagaimana kebenarannya.

Apapun alasannya, menyebarkan informasi yang kita tidak tahu kebenarannya sama dengan menyebarkan informasi hoaks. Istilah Misinformasi dan Disinformasi muncul kepermukaan, manakala menanggapi perilaku yang diambil pengguna media online pada konten yang diterima.

## **Jurnal PKM COMMs**

ISSN: 28xx-2xxx (*online*); ISSN: 28xx-3xxx (cetak)

Volume x, No.x Juli 2023

Misinformasi adalah menyebarkan konten pemberitaan yang tidak disengaja artinya tidak diketahui secara pasti apakah valid dan tidak. Disinformasi adalah kebalikannya, yakni menyebarluaskan pemberitaan lewat media sosial yang sudah jelas diketahui ketidakvalidannya dan sengaja diteruskan untuk menuju tujuan tertentu, entah menghasut, mencari penggemar, menjatuhkan orang lain, memperbaiki citra, atau bahkan mencari keuntungan materiil.

Pilkada di Indonesia dilaksanakan secara serentak untuk pertama kalinya pada 27 November 2024. Dalam laman <https://pilkada2024.kpu.go.id/> dengan melibatkan sebanyak 545 daerah dengan rincian 37 provinsi, 415 kabupaten, dan 93 kota. Peserta Pilkada terdiri dari: 103 pasang calon gubernur-wakil gubernur, 1.168 pasang calon bupati dan wakil bupati, 284 pasang calon wali kota dan wakil wali kota. Kemenfominfo RI menyebutkan “bahwa khususnya untuk berita mengenai Pemilu dan Pilpres terdapat 203 hoaks diambil dalam kurun waktu 2022 hingga Januari 2024. Hoaks atau informasi bohong tersebut tersebar diseluruh platform media online sebanyak 2882 konten”. Dari data tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa kemungkinan adanya sebaran hoaks dalam kontestasi Pilkada 2024 bisa saja terjadi.

Sosialisasi menjadi hal yang penting untuk dilaksanakan jelang kontestasi 5 tahunan Pilkada yang dilakukan serentak di Indonesia. Tujuan dan harapannya tentu meningkatkan kesadaran pada masyarakat tentang pentingnya untuk melakukan cek fakta, memvalidasi, dan memverifikasi pada tiap konten yang didapatkan dari media online, dan tidak langsung melakukan kegiatan penerusan pesan ketika belum diketahui kebenarannya secara pasti. Pada masyarakat yang tinggal di Pondok Karya RT 001/07 terdapat Daftar Pemilih Tetap (DPT) Penduduk Laki-laki: 239, Perempuan: 245, Total: 484. Jenis pekerjaan Laki-laki: 60% Wiraswasta, 25% Karyawan Swasta, 3% ASN, 12% Tidak Bekerja & Pelajar. Jenis pekerjaan perempuan: 60% Ibu rumah tangga, 20% karyawan swasta, 20% Tidak bekerja & Pelajar.

Kerjasama dalam bentuk sosialisasi yang dilakukan kepada masyarakat dan PKK/ Dasawisma Apel Pondok Karya diharapkan dapat menjadi angin baik, bukan hanya pada momen Pilkada 2024 saja namun pada setiap momen mendapatkan konten dari media online. Perilaku yang kemudian diambil diharapkan sudah sesuai dengan Langkah-langkah yang semestinya, agar tidak terjadi kesalahpahaman yang berujung pada Tindakan yang merugikan berbagai pihak baik individu maupun berkelompok. Dan masyarakat dapat menggunakan media online sebagaimana mestinya yakni medium penyebaran informasi yang relevan dengan jaman, namun juga dengan mengkonsumsi konten-konten yang bermutu.

**SARAN**

Dengan terlaksananya sosialisasi ini dapat meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang bagaimana sikap yang diambil bila mendapatkan informasi yang belum tentu sifatnya valid dan akurat terutama pada informasi mengenai Pilkada 2024, mendapatkan informasi dan edukasi bagaimana menanggapi isu yang konteksnya pada ujaran kebencian yang menyangkut pada ranah politik Pilkada 2024, mampu memfilter informasi yang didapatkan dari platform media online, bagaimana etika dalam menyebarkan informasi, bagaimana kemudian sikap ini bisa ditularkan dalam ranah positif kepada sekup terdalam yakni anggota keluarga dan warga masyarakat sekitar, bijak dalam menentukan dan turut berpartisipasi dalam Pilkada 2024 dan menentukan pilihan yang dianggap paling tepat, serta hal ini bisa diaplikasikan pada isu lain diluar Pilkada dan politik.

Berdasarkan kesimpulan yang dijelaskan terkait pelaksanaan kegiatan PKM di atas, tim memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Program Edukasi Berkelanjutan di seluruh wilayah di Kelurahan Pondok Karya dengan sasaran masyarakat usia sekolah hingga usia lanjut mengenai literasi media digital.
2. Pengawasan dari berbagai lini, mulai dari orang tua, ketua PKK/ Dasawisma, ketua RT, kepala Majelis Taklim pada sebaran berita di media online.
3. Kolaborasi dengan Pihak Terkait: Bekerjasama dengan lembaga penegak hukum, organisasi non-pemerintah, dan platform media sosial untuk menciptakan lingkungan digital yang lebih aman. Ini termasuk memperketat kebijakan terhadap sebaran informasi dengan konteks hoaks.
4. Pengembangan Materi Edukasi yang Interaktif: Gunakan materi edukasi yang menarik dan interaktif seperti video, infografis, dan simulasi kasus untuk menyampaikan pesan dengan lebih efektif. Materi ini dapat meningkatkan partisipasi dan keterlibatan masyarakat dalam program literasi media digital.
5. Pemantauan dan Evaluasi Berkelanjutan: Lakukan pemantauan dan evaluasi secara terus-menerus terhadap efektivitas program sosialisasi dan edukasi. Hasil evaluasi dapat digunakan untuk memperbaiki dan mengembangkan strategi baru dalam mencegah sebaran Hoaks, Misinformasi dan Disinformasi pada konten dari media online.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Adam, Aenal Fuad, et all. (2023). "Sosialisasi Dan Pelatihan Peningkatan Partisipasi Politik Dan Kebijakan Publik". *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6.1, 165.
- AJI. (2024). "Jurnalisme cek fakta melawan disinformasi pemilu 2024". Jakarta
- APJII. (2024). "Survei Pengguna Internet Tahun 2024." Jakarta.
- Berger, Peter L., Luckmann, Thomas. (1966). *Social Construction of Reality, Treatise in the Sociology of Reality*. Garden City, NY: Doubleday.
- Buhler, Charlotte, and D. Welty Lefever. (1947). "A Rorschach study on the psychological characteristics of alcoholics." *Quarterly journal of studies on alcohol* 8.2 197-260.
- Ediwijoyo, Sotya Partiwi, Wakhid Yuliyanto, & Ari Waluyo. (2020). 'Meningkatkan Pelayanan Publik Di Desa Padureso Kec. Padureso Kebumen Dengan Sosialisasi Dan Penyuluhan Tata Kelola Administrasi Desa', *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1.3, 54–63
- Fetzer, J. H. (2004). *Disinformation: The Use of False Information. Minds and Machines*, 14(2), 231–240. <https://doi.org/10.1023/B:MIND.0000021683.28604.5b>
- Horton, Paul B. (1941). "The Church as a socializing agency." *The Journal of Educational Sociology* 15.1 46-54.
- Keller, F., Schoch, D., Stier, S., & Yang, J. (2019). *Political Astroturfing on Twitter: How to Coordinate a Disinformation Campaign*. *Political Communication*, 37, 1–25. <https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1661888>
- KPI. 2024. "Media Penyiaran Yang Menyejukkan Jelang Pemilu 2024".
- Lewandowsky, S., Cook, J., & Ecker, U. K. H. (2020). *Under the Hood of The Debunking Handbook 2020*. A consensus-based handbook of recommendations for correcting or preventing misinformation by October, 1–20. <https://doi.org/10.17910/b7.1182>
- Maulana, Lufhfi. (2017). "Kitab Suci dan Hoax : Pandangan Al-quran dalam menyikapi berita bohong, Ilmiah Agama dan Sosial Budaya". Vol. 2, No.2, hal. 211
- Melisa Novianty and Ambar Wati. (2019). "Makalah Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Sosialisasi Penggunaan Metode Audio".
- Menkominfo. (2024). "Jaga Ruang Digital Menkominfo Tangani 203 Kasus Hoaks Pemilu 2024".
- Musdalifah, & Iswandari, R. K. (2015). "Pengaruh penggunaan media whatsapp terhadap kinerja karyawan". 276–281.
- Muslikhah, Febri Palupi, Amalia, Nurul. (2024). "Hubungan Tingkat Pengetahuan Ibu Rumah Tangga Terhadap Perilaku Menanggapi Berita Hoax". *Surakarta. Komuniktas: Jurnal Ilmu komunikasi* Vol 10 No 1: 23-28.
- Nasir, L. O. M., & Menungsa, A. S. (2023). *STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK ANGGOTA LEGISLATIF TERPILIH PADA PEMILU 2019*. 1(April), 44–52.
- Normina. (2014). "Masyarakat Dan Sosialisasi". *Ittihad Jurnal Kopertais Wilayah XI Kalimantan* 12, no. 22 (2014): 107–115.
- Romli, M, Asep Syamsul. (2012). *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung, Nuansa Cendekia, 34.
- Sellita. (2022). "Media Sosial Dan Pemilu: Studi Kasus Pemilihan Residen Indonesia Social Network And Elections: Evidence From The Indonesian Presidential Election". Jakarta. *Jurnal Lemhanas* Vol 10 No 3: 149-164
- Sitompul, Asril. (2004). *Hukum Internet Pengenalan Mengenai Masalah Hukum di Cyberspace*. PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, hal 73.

## **Jurnal PKM COMMs**

ISSN: 28xx-2xxx (*online*); ISSN: 28xx-3xxx (cetak)

Volume x, No.x Juli 2023

[https://babelprov.go.id/artikel\\_detil/pentingnya-daya-kritis-masyarakat-tangkal-](https://babelprov.go.id/artikel_detil/pentingnya-daya-kritis-masyarakat-tangkal-)

[hoax%20adalah%20istilah%20yang%20mengambarkan,menyampaikan%20informasi%20palsu%20sebagai%20kebenaran](#)

<https://bpmpp.uma.ac.id/2022/12/05/pengertian-hoaks-dan-jenisnya/>

<https://kbbi.web.id/sosialisasi>

[https://www.kompas.id/label/cekfakta?open\\_from=automate\\_body\\_url](https://www.kompas.id/label/cekfakta?open_from=automate_body_url)

<https://www.kompas.id/baca/humaniora/2024/01/21/gigih-membendung-hoaks-yang-semakin-canggih>

<https://primacom.com/news/perbedaan-misinformasi-disinformasi-dan-malinformasi/>

<https://www.telkomsel.com/jelajah/jelajah-lifestyle/8-media-sosial-di-indonesia-dengan-pengguna>

