
LITERASI MEDIA: BIJAK BERMEDIA SOSIAL

(CARA CERDAS MENANGKAL PENYEBARAN HOAX PADA KADER-KADER

KELURAHAN KEDAUNG WETAN, TANGERANG)

1) Fikri Azis, 2) Sandra Olifia

1,2 Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Pamulang
dosen02914@unpam.ac.id, dosen02945@unpam.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi bertujuan mempermudah kehidupan manusia dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia, terutama dalam bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Meskipun TIK memberikan banyak manfaat, seperti memfasilitasi interaksi sosial, terdapat pula dampak negatif yang signifikan, termasuk akses ilegal, penyebaran hoaks, ujaran kebencian, dan pelanggaran norma sosial. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2022-2023, Indonesia memiliki 215,63 juta pengguna internet, dengan Banten sebagai provinsi dengan penggunaan tertinggi. Menanggapi hal ini, tim Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Pamulang memberikan edukasi berupa penyuluhan dengan tema Literasi Media: Bijak Bermedia Sosial (cara cerdas menangkali penyebaran hoax di Kelurahan Kedaung Wetan, Tangerang) guna meningkatkan kecerdasan dan kebijaksanaan Masyarakat dengan mengedepankan landasan hukum Undang-Undang ITE. Pendekatan yang digunakan adalah *Uses and gratifications Theory* untuk memahami motivasi masyarakat dalam memanfaatkan media khususnya para kader-kader Kedaung Wetan. Melalui metode pelatihan komprehensif, pemaparan studi kasus, dan sesi tanya jawab. Para Kader diharapkan lebih mudah memahami dan bisa mempraktikkannya secara langsung bagaimana bijak dalam menggunakan sosial media dan membangun kesadaran dan tanggung jawab di masyarakat terhadap penggunaan TIK secara positif dan produktif khususnya di lingkungan Kelurahan Kedaung Wetan.

Kata Kunci: Literasi Media, Media Sosial

ABSTRACT

The development of technology aims to make human life easier by utilizing available resources, especially in the field of Information and Communication Technology (ICT). Although ICT provides many benefits, such as facilitating social interaction, there are also significant negative impacts, including illegal access, the spread of hoaxes, hatred, and violations of social norms. Based on data from the Indonesian Internet Service Providers Association (APJII) 2022-2023, Indonesia has 215.63 million internet users, with Banten as the province with the highest usage. Responding to this, the Pamulang University Community Service team provided education in the form of counseling with the theme Media literacy: Wise Social Media (smart ways to prevent the spread of hoaxes in Kedaung Wetan Village, Tangerang) to increase the intelligence and wisdom of the community by prioritizing the legal basis of the ITE Law. The approach used is the Uses and gratifications Theory to understand the motivation of the community in utilizing the media, especially the Kedaung Wetan cadres. Through comprehensive training methods, case study presentations, and question and answer sessions. It is hoped that the cadres will find it easier to understand and be able to practice directly how to use social media wisely and build awareness and responsibility in the community towards the positive and productive use of ICT, especially in the Kedaung Wetan Subdistrict environment.

Keyword: Media literacy, Social Media

PENDAHULUAN

Kelurahan Kedaung Wetan merupakan salah satu kelurahan yang terletak di wilayah Kecamatan Neglasari, Kota Tangerang. Secara geografis, Kelurahan Kedaung Wetan berbatasan dengan Sungai

Cisadane di sebelah utara, Kelurahan Neglasari di sebelah selatan, Kelurahan Selapajang Jaya di sebelah timur, dan Kelurahan Kedaung Baru di sebelah barat. Wilayah ini terdiri dari 22 rukun tetangga (RT) dan 3 rukun warga (RW).

Peran kader Tim Penggerak Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) di Kelurahan Kedaung Wetan sangat penting dalam membantu pemerintah dalam pemberdayaan dan peningkatan kesejahteraan keluarga. Kader PKK berfungsi sebagai perpanjangan tangan pemerintah yang langsung berinteraksi dengan masyarakat untuk menyampaikan informasi penting, khususnya yang berkaitan dengan kesejahteraan masyarakat. Keberadaan kader PKK menjadi strategis karena mereka berperan dalam kaderisasi serta sebagai representasi pemerintah dalam mengelola potensi sumber daya manusia di wilayah ini.

Perkembangan media sosial di era digital membawa dampak yang signifikan bagi masyarakat, termasuk di Kelurahan Kedaung Wetan. Penggunaan handphone dan gadget telah menjadi kebutuhan primer, terutama sejak pandemi Covid-19 yang memaksa masyarakat untuk beradaptasi dengan teknologi. Namun, di balik manfaat yang ditawarkan, media sosial juga membawa dampak negatif bagi mereka yang belum memiliki pemahaman yang baik tentang literasi media. Penyebaran informasi yang tidak akurat, berita hoaks, dan konten negatif dapat menyebabkan keresahan di tengah masyarakat.

Media sosial memiliki potensi besar dalam memperkuat hubungan sosial, namun harus dikelola dengan bijak. Penggunaan yang tidak hati-hati dapat menyebabkan berbagai masalah seperti penyebaran berita bohong, ujaran kebencian (hate speech), dan perundungan (bullying). Bahkan, terdapat kasus penipuan dan penculikan yang terjadi akibat kepercayaan yang mudah diberikan kepada orang lain di dunia maya. Oleh karena itu, diperlukan edukasi literasi media agar masyarakat lebih cerdas dalam menyaring informasi dan menghindari dampak negatif media sosial.

Berdasarkan hasil survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2022-2023 mencapai 215,63 juta orang, meningkat dari tahun sebelumnya. Provinsi Banten memiliki tingkat penetrasi internet tertinggi sebesar 89,10%, menunjukkan bahwa sebagian besar penduduk di wilayah ini sudah terhubung dengan internet dan media sosial.

Media massa tidak hanya berfungsi sebagai penyedia informasi dan hiburan, tetapi juga memiliki peran dalam membentuk perilaku masyarakat. Konten yang ditampilkan dalam media sering kali mempengaruhi cara pandang masyarakat terhadap realitas. Prinsip-prinsip dasar literasi media yang dirumuskan oleh National Association for Media literacy menekankan bahwa semua pesan media dibangun dengan tujuan tertentu dan memiliki dampak terhadap persepsi khalayak.

Literasi media merupakan kemampuan untuk mengakses, menganalisis secara kritis, dan menciptakan pesan media. Menurut Rubin (1998), literasi media mencakup pemahaman terhadap sumber informasi, teknologi komunikasi, serta interpretasi dan dampak pesan yang diterima. Oleh

karena itu, penting bagi masyarakat untuk memiliki keterampilan dalam menggunakan dan mengevaluasi informasi yang mereka peroleh dari berbagai sumber media.

Berdasarkan identifikasi permasalahan di lingkungan Kelurahan Kedaung Wetan, terdapat beberapa tantangan utama terkait penggunaan media sosial, yaitu: 1) Perilaku menyimpang dalam penggunaan media sosial yang masih terjadi di kalangan masyarakat. 2) Penyebaran berita bohong yang dapat memicu keresahan di masyarakat. 3) Penyebaran informasi yang tidak terverifikasi, yang dapat mempengaruhi opini publik secara negatif.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kelurahan Kedaung Wetan bertujuan untuk meningkatkan literasi informasi dan kesadaran masyarakat tentang pentingnya bijak dalam menggunakan media sosial. Sasaran dari kegiatan ini meliputi: 1) Memberikan penyuluhan tentang pentingnya literasi media dalam kehidupan sehari-hari. 2) Memotivasi masyarakat untuk menerapkan prinsip-prinsip literasi media dalam penggunaan teknologi informasi. 3) Mengurangi tindakan yang tidak bertanggung jawab di media sosial dengan meningkatkan kesadaran akan etika dalam berkomunikasi.

Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan masyarakat Kelurahan Kedaung Wetan akan lebih cerdas dalam menggunakan media sosial dan mampu menyaring informasi dengan bijak. Hal ini akan membantu menciptakan lingkungan yang lebih beretika dan bermartabat serta meminimalisir dampak negatif dari penggunaan media sosial yang tidak bijak.

TINJAUAN PUSTAKA

Literasi Media

Literasi media berasal dari bahasa Inggris "*media literacy*," yang terdiri dari dua kata, yaitu "media" yang berarti sarana komunikasi dan "*literacy*" yang berarti kemampuan melek atau memahami. Literasi media merujuk pada kemampuan seseorang dalam memahami, menganalisis, dan menggunakan media massa dalam konteks komunikasi massa. Kurniawati dan Baroroh (2016:53) mendefinisikan literasi media sebagai kemampuan untuk mencari, mempelajari, dan memanfaatkan berbagai sumber media dalam berbagai bentuk.

Secara tradisional, literasi media diartikan sebagai kemampuan untuk mengakses, menganalisis, dan menciptakan pesan media (Silverblatt, 2007). Brown (1998) menyatakan bahwa literasi media adalah kemampuan untuk menganalisis dan mengapresiasi karya sastra serta berkomunikasi secara efektif melalui tulisan. Ferrington (2006) memperluas pemahaman literasi media dengan mencakup kemampuan membaca teks dalam berbagai format seperti film, televisi, dan media visual. Menurut Hobbs (1996), literasi media adalah proses mengakses, menganalisis secara kritis, dan menciptakan pesan media menggunakan alat komunikasi.

Fokus utama dalam literasi media adalah memahami isi pesan media secara kritis. Harnita (2017:125) menyatakan bahwa literasi media melibatkan proses memahami informasi dengan

menggunakan akal dan pemikiran secara aktif. Literasi media juga menjadi gerakan sosial yang bertujuan memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang penggunaan media secara bijak, khususnya dalam menghadapi arus informasi yang masif di era digital (Mulyasih, 2017:75).

Definisi literasi media yang banyak digunakan adalah dari National Leadership Conference on *Media literacy* yang merumuskan literasi media sebagai kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan memproduksi media untuk tujuan tertentu (Aufderheide, 1993). Konsep literasi digital telah berkembang seiring kemajuan teknologi komunikasi dan internet, yang awalnya hanya fokus pada literasi media televisi kini telah meluas mencakup keterampilan dalam mengoperasikan komputer dan internet (Buckingham, 2015).

Pentingnya Literasi Media

Baran (2010:24) menekankan pentingnya literasi media dalam proses komunikasi massa karena kemampuan ini tidak mudah dikuasai tetapi sangat penting untuk dipelajari. Art Silverblatt (1995) mengidentifikasi lima elemen utama literasi media, yaitu:

1. Kesadaran akan dampak media pada individu dan masyarakat.
2. Pemahaman atas proses komunikasi massa.
3. Pengembangan strategi untuk menganalisis dan mendiskusikan pesan media.
4. Kesadaran bahwa konten media membentuk pemahaman budaya dan diri sendiri.
5. Apresiasi terhadap konten media yang memberikan nilai hiburan dan edukasi.

Tujuan Literasi Media

Tujuan utama dari literasi media adalah membantu khalayak dalam memahami dan menganalisis pesan media untuk meningkatkan kesadaran dan kemampuan berpikir kritis. Menurut Eadie (2009:564), tujuan literasi media meliputi:

1. Memberikan pemahaman yang cukup kepada konsumen media agar dapat mengendalikan pengaruh media dalam kehidupannya.
2. Melindungi kelompok rentan dari dampak negatif media.
3. Membantu masyarakat dalam membuat penilaian berdasarkan informasi yang akurat.

Media Sosial

Media sosial adalah platform online yang memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi, berinteraksi, dan membangun jaringan sosial. Menurut Nasrullah (2023), jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat, menunjukkan bahwa media sosial menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat modern. Penggunaan media sosial dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang, seperti pemasaran, politik, dan pembelajaran.

Mulawarman dan Nurfitri (2017:37) menjelaskan bahwa media sosial adalah alat komunikasi yang memungkinkan individu untuk berinteraksi dalam proses sosial. Media sosial telah mengubah pola perilaku masyarakat, baik dari segi budaya, etika, maupun norma sosial. Gunelius (2011)

mendefinisikan media sosial sebagai penerbitan online yang berfokus pada percakapan, keterlibatan, dan partisipasi pengguna.

Karakteristik Media Sosial

Nasrullah (2020) mengidentifikasi beberapa karakteristik utama media sosial, antara lain:

1. Jaringan (*Network*): Memfasilitasi koneksi antar pengguna.
2. Informasi (*Information*): Sebagai media berbagi dan memperoleh informasi.
3. Arsip (*Archive*): Menyimpan informasi yang dapat diakses kapan saja.
4. Interaksi (*Interactivity*): Mendorong komunikasi dua arah.
5. Konten oleh Pengguna (*User Generated Content*): Konten dibuat oleh pengguna itu sendiri.

Jenis-Jenis Media Sosial

Menurut Nasrullah (2020), media sosial dapat dikategorikan menjadi beberapa jenis, yaitu:

1. Media jejaring sosial (misalnya Facebook, LinkedIn).
2. Jurnal online (misalnya Blog, WordPress).
3. Micro-blogging (misalnya Twitter).
4. Media berbagi (misalnya YouTube, Instagram).
5. Wiki (misalnya Wikipedia).

Dengan memahami jenis dan karakteristik media sosial, masyarakat diharapkan dapat memanfaatkannya secara bijak dan produktif.

Masyarakat

Masyarakat dapat didefinisikan sebagai sekumpulan individu yang hidup bersama dalam suatu wilayah, diikat oleh nilai-nilai dan norma-norma yang mengatur interaksi sosial mereka. Berbagai ahli sosiologi memberikan penjelasan yang beragam mengenai konsep masyarakat. M.J. Herskovits menyebut masyarakat sebagai kelompok individu terorganisir yang menjalani cara hidup tertentu, sedangkan J.L. Gillin dan J.P. Gillin menggambarkan masyarakat sebagai kelompok manusia terbesar dengan kebiasaan dan tradisi yang sama. S.R. Steinmetz menekankan bahwa masyarakat terdiri dari pengelompokan manusia yang lebih kecil dengan hubungan yang erat, sementara MacIver melihatnya sebagai sistem kompleks yang melibatkan berbagai kelompok dan relasi sosial. Saebani menambahkan bahwa masyarakat terbentuk ketika individu-individu berinteraksi dan beradaptasi dalam jangka waktu yang lama, menciptakan pola perilaku dan rasa kesatuan. Setiadi mencatat bahwa tidak ada definisi tunggal tentang masyarakat karena sifat manusia yang selalu berubah. Beberapa definisi lain mencakup pandangan Selo Soemardjan yang menekankan pada kebudayaan, Max Weber yang melihat masyarakat sebagai struktur yang ditentukan oleh harapan dan nilai, serta Emile Durkheim yang menggambarkan masyarakat sebagai sistem sosial yang saling terkait. Ciri-ciri kehidupan masyarakat meliputi interaksi sosial yang berlangsung lama, kesadaran kolektif, dan sistem budaya yang dihasilkan dari hubungan antar individu. Syaikh Taqyuddin An-Nabhani menekankan pentingnya kesamaan pemikiran dan perasaan dalam membentuk masyarakat, yang dapat dikelompokkan

berdasarkan cara mencari penghidupan. Secara keseluruhan, masyarakat adalah entitas dinamis yang terbentuk dari interaksi sosial, budaya, dan identitas bersama.

Efektivitas Komunikasi

Efektivitas komunikasi mengacu pada sejauh mana pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat dipahami dan diterima oleh komunikan sebagaimana yang dimaksudkan. Komunikasi yang efektif menciptakan pemahaman bersama dan dapat menghasilkan perubahan sikap, perilaku, atau tindakan sesuai tujuan komunikasi. Adapun ciri-ciri komunikasi yang efektif diantaranya: 1) Kejelasan (*Clarity*): Pesan harus jelas dan mudah dipahami oleh penerima. 2) Ketepatan (*Accuracy*): Informasi yang disampaikan harus sesuai dengan fakta dan konteks. 3) Kesesuaian (*Relevance*): Pesan harus relevan dengan kebutuhan dan latar belakang audiens. 4) Empati (*Empathy*): Komunikator harus memahami perspektif audiens. 5) Umpan Balik (*Feedback*): Proses dua arah di mana penerima memberikan tanggapan, memastikan pesan dipahami. Begitupun melihat Pandangan salah satu pakar tentang efektivitas komunikasi “Berlo (1960) - Model SMCR (Source, Message, Channel, Receiver)”. Berlo menekankan bahwa efektivitas komunikasi bergantung pada keahlian sumber, struktur pesan, saluran yang digunakan, dan kemampuan penerima. Dia menyatakan: "*Communication effectiveness depends on the congruence between the source and receiver's skills, attitudes, knowledge, social system, and culture.*" Jadi pandangan Berlo ini juga menyoroti pentingnya struktur pesan (*message*) yang jelas dan pemilihan saluran (*channel*) yang sesuai untuk memastikan pesan dapat diterima dan dipahami dengan baik. Dengan kata lain, keberhasilan komunikasi tidak hanya ditentukan oleh satu elemen, tetapi oleh interaksi harmonis di antara semua elemen dalam model SMCR.

Teori Uses and gratification

Teori Penggunaan dan Gratifikasi (*Uses and gratifications Theory/U&G*) merupakan salah satu teori yang paling berpengaruh dalam penelitian komunikasi dan media, yang muncul pada pertengahan abad ke-20. Teori ini berfokus pada bagaimana individu menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka, beralih dari pendekatan yang menekankan dampak media terhadap audiens menjadi pemahaman tentang apa yang dilakukan audiens terhadap media. Katz (1959) menyoroti bahwa penelitian komunikasi harus memperhatikan kebutuhan dan harapan audiens, yang mendorong perkembangan U&G. Teori ini mengidentifikasi lima kebutuhan dasar yang dicari audiens dari media, yaitu kebutuhan kognitif, afektif, personal integratif, sosial integratif, dan pelepasan ketegangan. Lima asumsi kunci dari U&G mencakup: audiens sebagai subjek aktif yang memilih dan menginterpretasikan media; tujuan penggunaan media untuk memenuhi kebutuhan; inisiatif audiens dalam memilih media; persaingan media dengan sumber pemenuhan kebutuhan lainnya; serta kemampuan audiens untuk menyadari dan mengartikulasikan kebutuhan mereka. Pendekatan ini telah diterapkan pada berbagai teknologi komunikasi, termasuk internet, di mana penelitian menunjukkan gratifikasi yang diperoleh dari penggunaan media digital, seperti informasi, hiburan, dan interaksi

sosial. Dengan demikian, U&G memberikan wawasan penting tentang dinamika hubungan antara media dan audiens, serta bagaimana media berfungsi sebagai alat untuk memenuhi berbagai kebutuhan individu.

METODE PELAKSANAAN

Pemecahan masalah dalam program ini dilakukan melalui penyuluhan yang bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai pemanfaatan berbagai perangkat informasi dan komunikasi. Penyuluhan ini bertujuan untuk menciptakan masyarakat yang cerdas dan bijak dalam menggunakan media sosial di Kelurahan Kedaung Wetan, Tangerang. Keberadaan berbagai media informasi diharapkan dapat dimanfaatkan secara positif oleh berbagai elemen masyarakat, seperti pelajar, mahasiswa, ibu rumah tangga, pelaku UKM, pegawai, dan pekerja profesional.

Dosen yang melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) melakukannya atas inisiatif sendiri maupun dalam rangka memenuhi permintaan dari pihak eksternal. Proses ini diawali dengan pengajuan surat pemberitahuan kepada Ketua LPPM dengan persetujuan Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi. Seluruh rencana kegiatan dituangkan dalam proposal PKM serta dilengkapi dengan surat tugas dari Ketua LPPM.

Persiapan-persiapan yang para dosen lakukan sebelum pelaksanaan kegiatan dimulai dengan menyusun proposal pengabdian kepada masyarakat terkait permasalahan di atas serta kelengkapan dokumen lainnya. Setelah kelengkapan administrasi dosen dan proposal, dilanjutkan dengan melakukan studi pustaka tentang bagaimana memanfaatkan keberadaan perangkat media komunikasi dan informasi secara cerdas dan bijak di kalangan masyarakat. Pasca studi pustaka tentang pemanfaatan perangkat media komunikasi dan informasi, para dosen melakukan persiapan alat dan bahan untuk pemberian materi terkait bagaimana memanfaatkan keberadaan perangkat media komunikasi dan informasi secara cerdas dan bijak di kalangan masyarakat. Setelah semuanya dijalankan, langkah terakhir yang para dosen lakukan adalah menentukan waktu pelaksanaan dan lamanya kegiatan pengabdian bersama-sama tim pelaksana PKM.

Tabel 1 Jadwal Kegiatan

No	Nama Kegiatan	Tanggal	Keterangan
1	Persiapan	14 Agustus - 16 September 2024	Pembuatan dan pengajuan proposal PKM, koordinasi dan perizinan
2	Pelaksanaan	25 - 27 Oktober 2024	Penyuluhan dan <i>sharing session</i> tentang penggunaan media komunikasi secara bijak

Sebuah rencana tidak akan bisa terealisasi jika tidak dilaksanakan. Pelaksanaan program kegiatan pengabdian masyarakat akan dilakukan setelah pengajuan terhadap aparat terkait dalam hal ini pihak kelurahan yang telah mengetahui. Perizinan dan survey telah dilakukan oleh beberapa

anggota kegiatan pengabdian masyarakat pada bulan Agustus 2024. dikarenakan sudah mendapat perizinan dan survey terkait lokasi dan sasaran program maka pelaksanaan kegiatan pengabdian berlangsung pada hari Jumat, Sabtu, Minggu tanggal 25, 26, dan 27 Oktober 2024 dengan Masyarakat yang dipilih sekitar 30 orang.

Dalam proses pelaksanaan PKM di Kelurahan Kedaung Wetan, Kota Tangerang memiliki tujuan dalam membantu kader kader kelurahan agar memiliki kemampuan untuk bisa memahami, menganalisis dan mengevaluasi apapun bentuk informasi termasuk akses ilegal, penyebaran hoaks, ujaran kebencian, dan pelanggaran norma sosial baik secara lini digital agar nantinya bisa tidak terprovokasi dan dapat membantu masyarakat agar tidak terkonsumsi berita atau informasi hoax. Adapun dengan fokus Khalayak sasaran yang dipilih adalah 30 Kader Kelurahan Kedaung Wetan, Kota Tangerang yang berasal dari berbagai latar belakang sektor kegiatan warga di tengah Masyarakat.

Pada pelaksanaan program pegabdian masyarakat diperlukan metode yang tepat guna dan tepat sasaran agar dapat berhasil mencapai tujuan yang sudah ditentukan. Metode pelaksanaan program sangatlah penting karena merupakan rencana yang terstruktur dari awal sampai selesainya program PKM. Jika terdapat kesalahan dalam pemilihan metode yang dilaksanakan maka akan terjadi ketidakakuratan data, kinerja dan juga hasil yang telah disusun dan dilaksanakan di tempat program PKM. Sehingga anggota PKM perlu secara teliti dan cermat dalam menentukan metode yang akan dilaksanakan guna mendapat hasil yang diharapkan. Metode yang digunakan dalam pelatihan adalah metode pelatihan komprehensif yaitu melatih secara keseluruhan peserta PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat). Program yang sudah disepakati dengan mitra yaitu Kader Kelurahan Kedaung Wetan, Kota Tangerang. Kelurahan Lengkong Karya, Serpong Utara, Tangerang Selatan.

Metode penyampaian informasi langsung dengan metode ceramah dari tim pengabdian dilengkapi dengan alat visual seperti power point, diskusi bersama masyarakat dengan anggota pengabdian masyarakat dan juga sesi tanya jawab terkait dengan pemilihan program yang telah disusun dan sesuai dengan tujuan program PKM. Sehingga pembahasan yang uraikan tidak keluar jadi topik yang telah ditentukan dan masyarakat bisa memahami dan mendalami isi dari materi yang disampaikan dengan harapan dapat diterapkan setelah program pengabdian masyarakat telah selesai dilakukan.

Penyuluhan/Sosialisasi dilakukan dengan edukasi terkait pentingnya penggunaan berbagai aplikasi sosial media, seperti Whatsapp, Facebook, Instagram dan TikTok yang kerap kali menjadi tempat menyebarkan berbagai informasi-informasi penting mengenai semua hal, namun juga sebagai media tempat penyebaran berita hoax (berita bohong, *hate speech*/ujaran kebencian, bullying/perundungan dan shamming/penghinaan, juga fitnah). Berita online mengenai kisah sukses di berbagai bidang karena faktor memanfaatkan perangkat komunikasi dan informasi secara cerdas dan bijak. Para dosen juga tidak lupa membahas hal krusial seperti payung hukum dari kejahatan *cyber*.

Kemudian Sesi diskusi dan tanya jawab antara tim pengabdian dan peserta terkait dengan materi yang telah diberikan. Untuk itu di perlukan rancangan yang meliputi pelaksanaan kegiatan dan evaluasi program. Pembelajaran tersebut dilaksanakan melalui pemberian materi, sharing, dan sejenisnya.

PEMBAHASAN DAN HASIL



Gambar 1 Pembukaan Kegiatan bersama bapak Lurah Kedaung Wetan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Aula Kelurahan Lengkong Karya yang beralamat di RT.004/RW.004, Kedaung Wetan, Kecamatan Neglasari, Kota Tangerang, Banten 15128. Kegiatan ini dihadiri oleh kader-kader Kelurahan Kedaung Wetan.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada kader-kader kelurahan melalui penyuluhan dan sosialisasi dengan materi "Literasi Media: Bijak Bermedia Sosial Cara Cerdas Menangkal Penyebaran Hoaks." Beberapa kegiatan yang dilaksanakan meliputi:

1. Penyuluhan dan edukasi tentang literasi media.
2. Pemaparan cara menggunakan media sosial secara bijak serta menangkal berita hoaks.
3. Sesi tanya jawab antara tim pengabdian dengan kader-kader kelurahan.

Outcome yang diharapkan dari kegiatan ini meliputi:

1. Memberikan informasi yang mudah dipahami mengenai pemanfaatan media sosial dan cara menangkal hoaks.
2. Memberikan pemahaman tentang penyebaran informasi yang baik dan relevan dengan undang-undang ITE.
3. Meningkatkan kesadaran kader kelurahan dalam menggunakan media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook untuk penyebaran informasi yang positif dan valid.

Diharapkan dengan adanya kegiatan pengabdian ini, masyarakat Kelurahan Kedaung Wetan menjadi lebih bijak dalam menggunakan media sosial serta mampu menyaring informasi secara cerdas guna mencegah penyebaran informasi yang tidak benar.



Gambar 2 Foto bersama Kader Kelurahan Kedaung Wetan

DAFTAR PUSTAKA

- Adiarsi, G. R., Stellarosa, Y., & Silaban, M. W. (2015). Literasi Media Internet Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Humaniora*, 6(4), 470–482. <https://doi.org/https://doi.org/10.21512/humaniora.v6i4.3376>
- Adiningsih, A. W. (2024). Analisis Adaptasi Masyarakat Terdampak Banjir Rob Di Desa Randusanga Kulon, Kecamatan Brebes, Kabupaten Brebes Berbasis Ekosistem Pesisir [Skripsi, Universitas Islam Sultan Agung].

https://repository.unissula.ac.id/32937/1/Perencanaan%20Wilayah%20dan%20Kota_3120190009_fullpdf.pdf#page=172.10

- Afriyadi, F. (2015). Efektivitas Komunikasi Interpersonal Antara Atasan Dan Bawahan Karyawan PT. Borneo Enterprindo Samarinda. *E-Journal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 362–376. [http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/02/ejurnal%20ferry%20genap%20\(02-26-15-01-03-10\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2015/02/ejurnal%20ferry%20genap%20(02-26-15-01-03-10).pdf)
- Akhmaddhian, S., & Fathanudien, A. (2015). Partisipasi Masyarakat dalam Mewujudkan Kuningan sebagai Kabupaten Konservasi (Studi di Kabupaten Kuningan). *UNIFIKASI : Jurnal Ilmu Hukum*, 2(1), 67–90. <https://doi.org/10.25134/unifikasi.v2i1.26>
- Anjani, S., & Kurniawan, R. R. (2022). Pengaruh Sosial Media Terhadap Remaja. *Ulumul Qur'an: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*, x(x), 1. <https://doi.org/https://doi.org/10.31219/osf.io/62ew8>
- Bothma, T., Cosijn, E., Fourie, I., dan Penzhorn, C. (2009). *Navigating Information Literacy : Your Information Society Survival Toolkit*. Cape Town: Pearson Education South Africa.
- Bruce, C. (2003). Seven Faces of Information Literacy Today's themes. (diakses 12 Oktober 2012).
- Bundy, A. (2002). For a Clever Country: Information Literacy Di usion In The 21st Century : Background And Issues Paper For The 1st National Roundtable In Information Literacy . (diakses 23 April 2002).
- Cahyono, Sugeng, Anang. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia, *Jurnal Publiciana*, 9(1), 140-157.
- Harnita, P. C. (2017). Masihkah Perlu Khalayak Belajar Literasi Media? *Jurnal Cakrawala ISSN*, 6(1), 117–135. <https://ejournal.uksw.edu/cakrawala/article/view/1291>
- Idid, S. A., Wok, S., Dhaha, I. S. Y., & Ab. Aziz, N. (2012). Contemporary Uses and Gratifications of mobile phone use among youth: A comparative study. Dalam 21st AMIC Annual Conference "Forty Years of Media and Communication in Asia: Retrospect, Introspect and Prospects." Disajikan pada tanggal 11-14 Juli 2012, di Concorde Hotel, Shah Alam, Selangor, Malaysia.
- Iman, D. K., Arifin, Z., & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Kesadaran Konsumen Pada Produk Internasional (Studi Pada Pengguna Produk Uniqlo di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 24(1), 1–9. <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=326664&val=6468&title=PENGARUH%20PEMASARAN%20MELALUI%20MEDIA%20SOSIAL%20TERHADAP%20KEADARAN%20KONSUMEN%20PADA%20PRODUK%20INTERNASIONAL%20Studi%20pada%20Pengguna%20Produk%20Uniqlo%20di%20Indonesia>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. <https://doi.org/10.1086/268109>
- Kurniawati, D., & Arifin, N. (2015). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa. *Jurnal Simbolika*, 1(2), 193–198. <https://doi.org/https://doi.org/10.31289/simbollika.v1i2.200>

-
- Kurniawati, J., & Baroroh, S. (2016). Literasi Media Digital Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *Jurnal Komunikator*, 8(2), 51–66. <https://journal.umy.ac.id/index.php/jkm/article/view/2069>
- Kusmanto, H. (2014). Partisipasi Masyarakat dalam Demokrasi Politik. *Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA*, 2(1), 78–90. <https://doi.org/https://doi.org/10.31289/jppuma.v2i1.582>
- Lazar, F. C. T., Tokan, F. B., & Niron, E. S. (2024). Relasi Kuasa Pemerintah Desa Dan Masyarakat Dalam Pengelolaan Keuangan Desa Di Desa Lamabelawa. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 8(2), 219–239. <https://doi.org/https://doi.org/10.38043/jids.v8i2.5345>
- Limilia, P., & Aristi, N. (2019). Literasi Media dan Digital di Indonesia: Sebuah Tinjauan Sistematis. *Jurnal Komunikatif*, 8(2), 205–222. <http://journal.wima.ac.id/index.php/KOMUNIKATIF/article/view/2199>
- Mahendra, R., Perssela, R. P., & Rahmadiani, W. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (JIMAKUKERTA)*, 2(3), 650–656. <https://doi.org/10.36085/jimakukerta.v2i3.4525>
- McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory*. Sage Publications.
- Meilinda, N. (2018). Studi Peran Media Sosial sebagai Media Penyebaran Informasi Akademik pada Mahasiswa di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNSRI. *The Journal of Society & Media*, 2(1), 53–64. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jsm.v2n1.p53-64>
- Mulawarman, & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36–44. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759>
- Mulyasih, R. (2017). Pentingnya Literasi Media Bagi Kaum Perempuan. *Jurnal Lontar*, 4(3), 75–88. <https://doi.org/https://doi.org/10.30656/lontar.v4i3.364>
- Nasrullah, R. (2020). *Media Sosial (6 ed.)*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nuriawati. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Pemasaran Dalam Bisnis Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1), 41. <http://jurnal.stebibama.ac.id/index.php/JMB/index>
- Nurrohm, H., & Anatan, L. (2009). Efektivitas Komunikasi Dalam Organisasi. *Jurnal Manajemen*, 7(4), 1–9. <https://doi.org/https://doi.org/10.28932/jmm.v8i2.188>
- Prasetyo, D., & Irwansyah. (2020). Memahami Masyarakat Dan Perspektifnya. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 163–175. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v1i1.253>
- Pratiwi, Karina, E.L. dan Rianto, Puji (2023). Etika Komunikasi dalam Bermedia Sosial di Kalangan Siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) di Kabupaten Kudus. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi CANTRIK*, 3(1), 19–34.
- Pujiono, A. (2021). Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z. *Didache: Journal of Christian Education*, 2(1), 1–19. <https://doi.org/10.46445/djce.v2i1.396>

-
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Tirtayasa EKONOMIKA*, 12(2), 212–231.
<https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JTE/article/download/4456/3213>
- Saebani, B. A. (2012). *Pengantar Antropologi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Sari, S. (2019). Literasi Media Pada Generasi Milenial Di Era Digital. *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 6(2), 30–42. <https://doi.org/https://doi.org/10.37676/professional.v6i2.943>
- Setiadi, Ahmad. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi. *Jurnal Cakrawala*, 16(2), 1-7.
- Sunarto, A. (2017). Dampak Media Sosial Terhadap Paham Radikalisme. *NUANSA Jurnal Studi Islam dan Kemasyarakatan*, 10(2), 126–131.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29300/nuansa.v10i2.647>
- Sutopo, A. H. (2012). *Teknologi Informasi dan Komunikasi Dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sutrisno. (2011). *Pengantar Pembelajaran Inovatif Berbasis Teknologi Informasi & Komunikasi*. Jakarta: Gaung Persada.
- Tejokusumo, B. (2014). Dinamika Masyarakat Sebagai Sumber Belajar Ilmu Pengetahuan Sosial. *Jurnal Nasional Geo Edukasi*, 3(1), 38.
<http://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/GeoEdukasi/article/view/588/581>
- Utami, F. I. D. (2017). Efektivitas Komunikasi Negosiasi Dalam Bisnis. *Faiqatul Isma Dwi Utami 105 Komunike*, IX(2), 105–122.
<https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/komunike/article/download/1289/665>
- Wijayanti, S.H., dkk (2022). Bentuk-Bentuk Etika Bermedia Sosial Generasi Milenial. *Jurnal Komunikasi*, 16 (2), 129-146.