
**SOSIALISASI KODE ETIK JURNALISTIK
SEBAGAI UPAYA LITERASI MEDIA MEMERANGI HOAX
BAGI KOMUNITAS TAMAN JAJAN PERMATA PAMULANG, KECAMATAN
SERPONG, TANGERANG SELATAN**

¹⁾ **Ratna Komala 1**, ²⁾ **Annisa Ratu2**, ³⁾ **Widayat 3**

^{1,2,3}Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Pamulang

dosen02853@unpam.ac.id, dosen02907@unpam.ac.id, dosen02857@unpam.ac.id

Abstrak

Pertumbuhan media pers yang pesat di Indonesia pasca reformasi tahun 1998, telah menimbulkan tantangan besar. Dari perkiraan Dewan Pers terkait jumlah media di lapangan sekitar 40-50 ribu, hanya kurang dari 10 persen yang memenuhi standar profesional sebagai media pers. Artinya, produksi berita belum sesuai standar profesional, yakni belum mengikuti kaidah-kaidah jurnalistik dan mengikuti kode etik jurnalistik. Dengan tidak melakukan verifikasi atau mencampur-adukan opini-opini pribadi dalam “berita” yang ditulis, maka akan dihasilkan berita yang tidak berkualitas bagi masyarakat, sekaligus produksi hoax menjadi marak. Pada saat yang sama, kehidupan pers di Indonesia juga harus berhadapan dengan teknologi digital yang mempengaruhi cara orang memproduksi konten berita. Saat ini semua orang, termasuk orang yang tidak memahami etika dapat menulis informasi bagi publik. Inilah yang mendorong penulis melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan melakukan sosialisasi Kode Etik Jurnalistik, sebagai upaya meningkatkan literasi media yang dapat mengedukasi masyarakat bagaimana mengenali berita yang benar dan membedakannya dengan hoax. Target sasaran pengabdian adalah pelaku UMKM Taman Jajan Permata Pamulang, di Tangerang Selatan, yang menggunakan social media dalam memasarkan produk mereka. Dengan metode pemaparan materi, simulasi dan *group discussion* di antara peserta, juga dengan narasumber, peserta dapat memahami dan mengidentifikasi berbagai jenis berita, apakah itu *hoax* atau bukan.

Kata Kunci: *hoax, kode etik jurnalistik, media, pers.*

Abstract

The rapid growth of press media in Indonesia after the 1998 reforms has created major challenges. Based on the Press Council's estimate of the number of media in the field at around 40-50 thousand, only less than 10 percent meet professional standards as press media. This means that news production does not comply with professional standards, that is, it does not follow journalistic rules and adhere to the journalistic code of ethics. By not verifying and mixing personal opinions in the "news" that is written, news that is not of good quality will be produced for the public. At the same time the production of hoaxes will become rampant. At the same time, the press in Indonesia also has to deal with digital technology which influences the way people produce news content. Nowadays everyone, including people who don't understand ethics, can write information for the public. This is what prompted the author to carry out Community Service by socializing the Journalism Code of Ethics, as an effort to increase media literacy which can educate the public on how to recognize true news and differentiate it from hoaxes. The targets of the service are Micro-

Small-Medium Enterprises (MSMEs) at Taman Jajan Permata Pamulang, in South Tangerang, who use social media to market their products. With the method of presenting material, simulations and group discussions among participants, as well as with sources, participants can understand and identify various types of news, whether it is a hoax or not.

Keywords: *hoax, journalistic code of ethics, press, media.*

PENDAHULUAN

Dunia pers Indonesia tumbuh dan berkembang pesat sejak reformasi 1998, khususnya sejak diundangkannya Undang-Undang pers no 40 tahun 1999, di mana dalam pasal 6 Undang-Undang Pers tersebut dikatakan bahwa pers Nasional melaksanakan peranannya menjamin pemenuhan hak publik untuk mengetahui (*right to know*), karena pers nasional memiliki fungsi sebagai media informasi, pendidikan dan kontrol sosial, seperti yang tercantum dalam pasal 3 (tiga) (UU No 40 tahun 1999).

Sejak Reformasi 1998 masyarakat memiliki kemudahan mengakses informasi dengan kultur penyebarannya yang lebih terbuka dan transparan. Di sisi lain tidak ada hambatan dan larangan pula bagi siapapun untuk membuat media, khususnya media pers. Sampai akhir 2023 jumlah media yang ada jauh lebih besar dari yang didata Dewan Pers. Selama ini jumlah media di Indonesia diperkirakan mencapai 40-50 ribu. Hal ini didasarkan asumsi bahwa di setiap kota/kabupaten terdapat sekitar 100 media. Sementara di Indonesia terdapat 514 Kabupaten/Kota. (Dewan Pers, 2024). Fakta ini di satu sisi mencerminkan kehidupan pers yang lebih bebas, namun di sisi lain muncul tantangan yang besar bagi kehidupan pers. Dari media yang jumlahnya 40-50 ribu tersebut yang umumnya terdiri dari media daring, tidak semua memenuhi standar profesional sebagai media pers. Hal ini dibandingkan dengan rasio media yang terdata di Dewan Pers, yang sudah terverifikasi, sudah dibuktikan memenuhi standar-standar media profesional, seperti produksi berita yang mengikuti kaidah-kaidah jurnalistik dan mengikuti kode etik jurnalistik. Dapat dibayangkan apabila “jurnalis” yang memproduksi informasi/berita, tidak melakukan verifikasi atau mencampur-adukan opini-opini pribadi dengan “berita” yang ditulisnya, maka akan menghasilkan kualitas “berita” yang buruk bagi publik. Padahal publik memiliki hak untuk memperoleh informasi yang benar, yang dapat mencerdaskan dan memberi pendidikan.

Pada saat yang sama, perkembangan kehidupan pers di Indonesia juga memiliki tantangan lain, yakni harus berhadapan dengan teknologi digital yang mempengaruhi cara orang memproduksi konten berita. Di tahun 1990, Mark Poster menerbitkan buku Landmarknya yang berjudul “The Second Media Age”, di mana di dalamnya teknologi berinteraksi dan komunikasi berjejaring, khususnya internet yang akan mentransformasikan masyarakat (Littlejohn, dkk: 2017). Maksudnya adalah masyarakat di dalam *second media age* memiliki karakteristik saling berjejaring, ini dipengaruhi oleh jaringan internet yang mampu menghubungkan manusia secara mudah, cepat, murah, interaktif, dan *real time*, berbeda dari media-media di masa sebelumnya. Dengan teknologi digital memungkinkan siapa pun dapat aktif memproduksi informasi dan mengunggah informasi di berbagai alternatif media seperti di media sosial, blog, mikro blog, dan sebagainya, bukan di media arus utama atau media massa seperti televisi, radio, surat kabar atau portal berita *online*. Produsen berita bisa saja juga merupakan konsumen media. Prof. Bagir Manan menggarisbawahi, bahwa interaksi antara media dan wartawan, sebagai produsen

informasi dengan konsumen informasi semakin tinggi, sehingga hampir terjadi kesetaraan antara produsen dengan konsumen dalam struktur produksi informasi (Kovach & Rosentiel, 2019). Selain itu, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi juga memberikan dampak pada kegiatan jurnalistik, dimana ketika teknologi komunikasi internet berkembang, dengan bekal modem dan computer, setiap orang dapat menyatakan diri “melakukan jurnalisme” (Wardani, dkk, 2024). Artinya siapapun dapat menjadi jurnalis. maka dari itu pemahaman mengenai jurnalisme pun diperbaharui.

Bill Kovach dan Tom Rosentiel mengingatkan kepada kita semua, terutama khalayak dan masyarakat awam yang mengkonsumsi berita: *How to Know, What's True in The Era of Information Overload* (Bagaimana kita mengetahui, informasi mana yang bisa dipercaya di era informasi yang melimpah? (Kovach & Rosentiel, 2019:viii). Selama ini produksi berita atau karya jurnalistik diproduksi di ruang Redaksi, yang melibatkan para jurnalis dengan struktur organisasi yang berjenjang dari reporter lapangan, redaktur atau produser hingga Pemimpin Redaksi yang semuanya menjalankan fungsi *gate-keeper* (penjaga gerbang). Mereka melakukan pemilihan informasi yang baik bagi publik, melakukan penyuntingan berdasarkan kaidah dan etika yang berlaku.

Dengan perkembangan teknologi digital yang memberi peluang bagi siapa pun dapat memproduksi “berita”, muncullah *citizen journalism* (jurnalisme warga) yang ikut berperan dalam ekosistem pers di dunia, termasuk di Indonesia. Meski jurnalis warga bukanlah wartawan, mereka ikut mengisi kekosongan saat jurnalis media mainstream belum hadir untuk merekam peristiwa. (Wardani, dkk, 2023). Hal ini merupakan sisi positif dari pengaruh teknologi digital dalam produksi berita. Bagaimana pun era digital mendorong demokratisasi. Bahkan dalam banyak kasus jurnalis warga ikut membuat laporan yang menjadi pembanding atau menyajikan data dalam perspektif yang berbeda dari media arus utama.

Di sisi lain akibat media online atau media siber yang jumlahnya begitu banyak seperti yang diasumsikan oleh Dewan Pers, maka kompetisi di antara media-media itu menjadi sangat ketat. Apalagi karakteristik media siber perlu mengedepankan kecepatan untuk menyajikan berita kepada publik. Hal ini berdampak pada kualitas mereka memproduksi berita. Bagi media siber yang profesional, mereka akan tetap menggunakan kaidah jurnalistik dan kode etik jurnalistik. Namun tidak sedikit media-media *online* memproduksi berita tidak akurat, tidak *cover both side*, tidak diverifikasi, memuat informasi serba sedikit, informasi dilebih-lebihkan alias bombastis, bahkan banyak media yang hanya *comot sana comot sini*, mengambil data orang lain tanpa melakukan peliputan ke lapangan.

Praktik-praktik memproduksi berita yang bersifat manipulatif, berita bohong, tidak memiliki referensi yang jelas, mencuri hak milik orang lain, atau “memelintir” kalimat seolah menyajikan fakta yang benar namun menyesatkan, akibatnya saat ini marak tersebar *hoax*. Menurut UNESCO berita *hoax* itu tidak tepat disebut berita palsu, karena yang didefinisikan berita sesungguhnya adalah yang

memenuhi kaidah jurnalistik dan kode etik jurnalistik. UNESCO menjelaskan ada dua istilah *hoax* yakni Disinformasi dan Misinformasi. Disinformasi adalah mengacu pada upaya sengaja --yang diatur—untuk membingungkan atau memanipulasi orang melalui pengiriman informasi bohong kepada mereka. Tindakan ini sering dikombinasikan dengan strategi komunikasi parallel dan tumpang tindih dengan taktik jahat lain, seperti peretasan atau pencurian informasi pribadi. Sementara misinformasi digunakan untuk mengacu pada informasi yang menyesatkan, yang dibuat atau disebarluaskan tanpa niat manipulatif atau jahat. (UNESCO, 2019:7-8).

Baik disinformasi maupun misinformasi merupakan masalah bagi masyarakat, namun disinformasi sangat bahaya karena kerap dilakukan secara teratur, didukung sumberdaya yang baik, dan diperkuat oleh teknologi otomatis. Pemasok disinformasi biasanya menargetkan pihak-pihak yang rentan atau memiliki sikap partisan yang dapat mereka manfaatkan sebagai penguat dan penyebar informasi. Penyebaran disinformasi dan misinformasi biasanya melalui aplikasi jejaring social dan pengiriman pesan.

Telah banyak dilakukan penelitian terkait disinformasi dan misinformasi. Penelitian terdahulu terkait *hoax* atau disinformasi serta misinformasi antara lain terkait Pemilihan Umum atau Pemilu. Biasanya di tahun-tahun politik suasana sedang sensitif dan ketika masyarakat memerlukan informasi tentang calon-calon pemimpin atau anggota legislatif dan partai-partai politik yang berkontestasi, saat itu masyarakat akan mudah dipengaruhi. Salah satu bentuknya adalah dengan menyebarkan informasi palsu atau tidak benar tentang calon atau partai politik, dengan tujuan ingin mempengaruhi opini publik atau memperoleh keuntungan politik. Salah satunya untuk tujuan memperburuk citra pihak-pihak tertentu atau yang dikenal dengan *bad campaign*. Selain itu *hoax* tentang hasil pemilu. Biasanya informasi palsu tentang hasil pemilu dapat menciptakan ketidakpastian dan ketegangan di masyarakat. Akibatnya dapat mempengaruhi hasil pemilu atau membuat orang-orang tidak datang ke TPS (Putra dan Patra, 2023:98).

Tentu saja akibat penyebaran *hoax* pada Pemilu memiliki dampak yang merugikan bagi masyarakat dan demokrasi secara umum, antara lain: (1). Menurunkan kualitas informasi politik, karena informasi yang diterima masyarakat adalah informasi yang tidak akurat dan tidak berdasar, sehingga akan mempengaruhi keputusan politik yang diambil oleh masyarakat. (2). Memperkuat polarisasi dan menimbulkan konflik politik di antara kelompok masyarakat yang memiliki pandangan politik yang berbeda dan menimbulkan perpecahan, seperti yang terlihat di social media ketika pemilu 2014 dan 2019. (3). Memicu ketidakpercayaan terhadap institusi dan proses demokrasi, yakni dapat membuat masyarakat kehilangan kepercayaan terhadap institusi dan proses demokrasi. Mereka mungkin merasa bahwa pemilu tidak adil atau tidak transparan, atau ketidakpercayaan kepada pihak yang berwenang. (4). Meningkatkan risiko kekerasan politik. Masyarakat yang terprovokasi oleh informasi yang tidak

benar dapat melakukan tindakan kekerasan sebagai bentuk protes atau balas dendam. (5). Meningkatkan kerentanan terhadap pengaruh asing, yang mencoba mempengaruhi hasil pemilu atau kebijakan politik (Putra dan Patra, 2023:99).

Salah satu kelompok masyarakat yang dikawatirkan menjadi target sekaligus pelaku penyebaran hoax adalah generasi *native digital*. Kelompok digital native di Indonesia, yakni generasi yang lahir dan tumbuh di era digital, merupakan populasi terbesar saat ini. Mereka bukan hanya pembuat konten media sebagai alat mengkomunikasikan pesan dan melakukan interaksi di dunia maya. Generasi digital native juga memahami bahwa media sosial bersifat konvergen, yang mampu menghubungkan satu platform media ke media lain. Oleh karena itu, aksesibilitas kepemilikan media sosial yang mereka gunakan tidak hanya pada satu akun media sosial saja, melainkan pada lebih dari satu media sosial (Hidaya dkk, 2019:8).

Dengan media sosial memberikan kebebasan seluas-luasnya bagi para pengguna untuk mengekspresikan dirinya, sikapnya, pandangan pendapatnya, atau bahkan hidupnya, maka dapat memungkinkan kebebasan itu akan digunakan secara positif atau negatif. Lebih memprihatinkan kita kerap menyaksikan banyak orang yang menggunakan media social untuk menyebarkan kebencian, provokasi dan “berita” palsu. Meski telah ada rambu-rambu dan etika yang harus dipatuhi. (Supratman dan Wahyudin, 2017: 51; Hidaya dkk, 2019:8).

Begitu besar dampak hoax dan daya rusaknya bagi kehidupan kita secara social-budaya, politik, bahkan ekonomi. Salah satu penyebab maraknya penyebaran hoax adalah masalah literasi digital dan literasi media di dalam masyarakat, terutama jika kita bicara kelompok-kelompok rentan di masyarakat seperti kelompok *native digital*. Minimnya pemahaman warganet terhadap literasi digital menjadi faktor penentu penyebaran hoax yang merusak lingkungan komunikasi (Madrah & Mubarak, 2018; Rianto, 2019). Dalam bukunya "Digital Literacy" (1997), Paul Gilster mengemukakan bahwa literasi digital adalah kemampuan untuk memahami dan menggunakan berbagai bentuk informasi dari berbagai sumber, yang diakses melalui perangkat komputer. (Chen, Wu dan Wang, 2011; Lin, Li, Deng dan Lee, 2013).

Sementara menurut Potter (2001: 10), orang dengan tingkat literasi yang lebih rendah akan dengan mudah menerima makna yang terlihat dari informasi yang dihasilkan dan ditentukan oleh media. Dari perspektif yang terbatas, memiliki struktur pengetahuan yang lebih kecil, dangkal, dan kurang terorganisir, sehingga tidak cocok digunakan dalam proses menjelaskan makna pesan media. Pada akhirnya akan sulit bagi individu untuk memperoleh keakuratan, mengklasifikasikan, mengidentifikasi informasi, perselisihan, menjadi sadar akan konten satir dan mengembangkan visi yang lebih luas. Di sisi lain, Potter (2001: 10) menjelaskan bahwa orang dengan literasi digital yang tinggi akan secara aktif menggunakan serangkaian kemampuan menafsirkan. Orang-orang ini meletakkan pesan media dalam

struktur pengetahuan yang dibangun dengan hati-hati. Akhirnya, ia dapat menginterpretasikan pesan apa pun dari berbagai dimensi, sehingga memberikan pilihan makna yang lebih luas. Ketika tingkat literasi seseorang tinggi, dia akan tahu bagaimana memilih semua pilihan makna, dan dia memiliki kemampuan dan kendali untuk memilih makna yang paling akurat dari (kognitif, berbagai perspektif emosional, estetika dan moral) (Hidayah dkk, 2021:39).

Permasalahan literasi digital di Indonesia ini masih harus menjadi fokus pemerintah dan pihak-pihak lain untuk meningkatkan literasi masyarakat. Menurut Kominfo melalui Ditjen Aplikasi Informatika (Aptika) per Oktober 2023, baru 6,84% dari 278,69 juta jiwa di Indonesia yang sudah terliterasi digital (komdigi, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia masih perlu meningkatkan pemahaman literasi digital masyarakatnya. Adapun menurut Ditjen Aplikasi Informatika (Aptika), segmentasi peserta literasi digital adalah mencakup orang-orang di ranah pendidikan seperti siswa dan mahasiswa, pemerintahan, hingga masyarakat secara umum (komdigi, 2023).

Universitas Pamulang, melalui Pengabdian Kepada Masyarakatnya berupaya untuk memberikan kontribusi di masyarakat. Pada kegiatan PKM kali ini, upaya yang dapat kami lakukan adalah memberikan sosialisasi terkait dengan literasi digital untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat akan pentingnya literasi digital, dimana dalam hal ini sasaran kami adalah komunitas UMKM yaitu Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang yang sudah menggunakan internet untuk usaha yang mereka lakukan. Masalahnya mereka masih belum benar-benar memahami apa itu *hoax* dan bagaimana cara menghindarinya, agar lebih peka terhadap pemberitaan di media digital serta mampu memilih informasi digital untuk dijadikan materi pembelajaran, khususnya untuk berbisnis. Untuk itu kami mengupayakan kesadaran digital komunitas UMKM agar mereka lebih terliterasi sehingga mampu mengembangkan usahanya secara mandiri, dengan lebih bijak dan melek digital.

Berdasarkan permasalahan utama yang dijelaskan pada latar belakang di atas, maka solusi yang ditawarkan adalah: Sosialisasi Kode Etik Jurnalistik, Sebagai Upaya Literasi Media Memerangi Hoax Bagi Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang, Kecamatan Serpong Tangerang Selatan. Dari permasalahan di atas, maka target luaran yang ingin dicapai dengan memberikan solusi sebagai berikut:

- 1.1.1. Peserta mendapatkan sosialisasi/penyuluhan mengenai pentingnya memahami secara cepat berita yang benar dan dapat dipercaya, serta membedakannya dengan *hoax*, agar terhindar dari dampak buruk *hoax* atau disinformasi dan misinformasi.
- 1.1.2. Peserta mendapatkan sosialisasi/penyuluhan mengenai Kode Etik Jurnalistik, yang merupakan salah satu rambu untuk menyaring berita, dan mengenali *hoax* atau disinformasi atau misinformasi, sehingga dapat mengabaikan informasi *hoax*.
- 1.1.3. Mengenali media-media mana yang memproduksi *hoax* dan mana media yang memproduksi berita yang baik dan menerapkan kode etik jurnalistik.

Mengacu pada tujuan di atas, maka dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan tema “Sosialisasi Kode Etik Jurnalistik, Sebagai Upaya Literasi Media Memerangi Hoax, Bagi Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang, Kecamatan Serpong Tangerang Selatan” ini membuat semua anggota komunitas mengambil manfaat:

- 1.4.1. Mendapatkan pengetahuan tentang bahaya hoax dan pentingnya memiliki kemampuan mengenali berita yang baik dan dapat dipercaya agar terhindar dari dampak buruk hoax.
- 1.4.2. Dengan memiliki pengetahuan tentang hoax dan dapat mengambil keputusan menghindari hoax, maka komunitas Taman Jajan Permata Pamulang sebagai bagian dari masyarakat, menjadi pelopor menciptakan gerakan melawan hoax.
- 1.4.3. Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang dapat memperkenalkan pengetahuan memahami berita yang baik dan menolak hoax kepada anggota masyarakat yang lain, sehingga meningkatkan literasi media di kalangan masyarakat luas.

METODE

Sosialisasi dan penyuluhan Kode Etik Jurnalistik Sebagai Upaya Literasi Media Memerangi Hoax Bagi Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang, Kecamatan Serpong, Tangerang Selatan., diawali dengan pemaparan materi dengan ceramah yang didukung data-data hasil penelitian dan studi dokumen lain, juga *group discussion* di mana peserta berdiskusi diantara mereka dan juga dengan narasumber, sebagai simulasi untuk mengidentifikasi berbagai jenis berita apakah merupakan *hoax* atau tidak.

Langkah selanjutnya mentoring yaitu dengan praktik seperti konsultasi sekaligus mempraktikkan bagaimana mencari berita-berita dan informasi yang sesuai dengan kode etik jurnalistik di media, baik media konvensional maupun media *online* dengan memanfaatkan beberapa sumber media seperti koran, tayangan televisi, serta media-media *online*. Dan yang terakhir adalah *workshop* yaitu mengaplikasikan segala teori dan praktik yang telah didapatkan dengan mempraktikkan *Copy Writing* dengan membuat tulisan yang dapat dipublikasikan oleh peserta di internet atau sosial media masing-masing, dengan berpedoman pada kaidah jurnalistik dan kode etik jurnalistik. Melalui latihan *copy writing* dihasilkan peningkatan pengetahuan dan *skill* tentang bagaimana memahami sekaligus mampu menangkal *hoax*.

Untuk susunan kegiatannya, dapat dilihat pada tabel berikut:

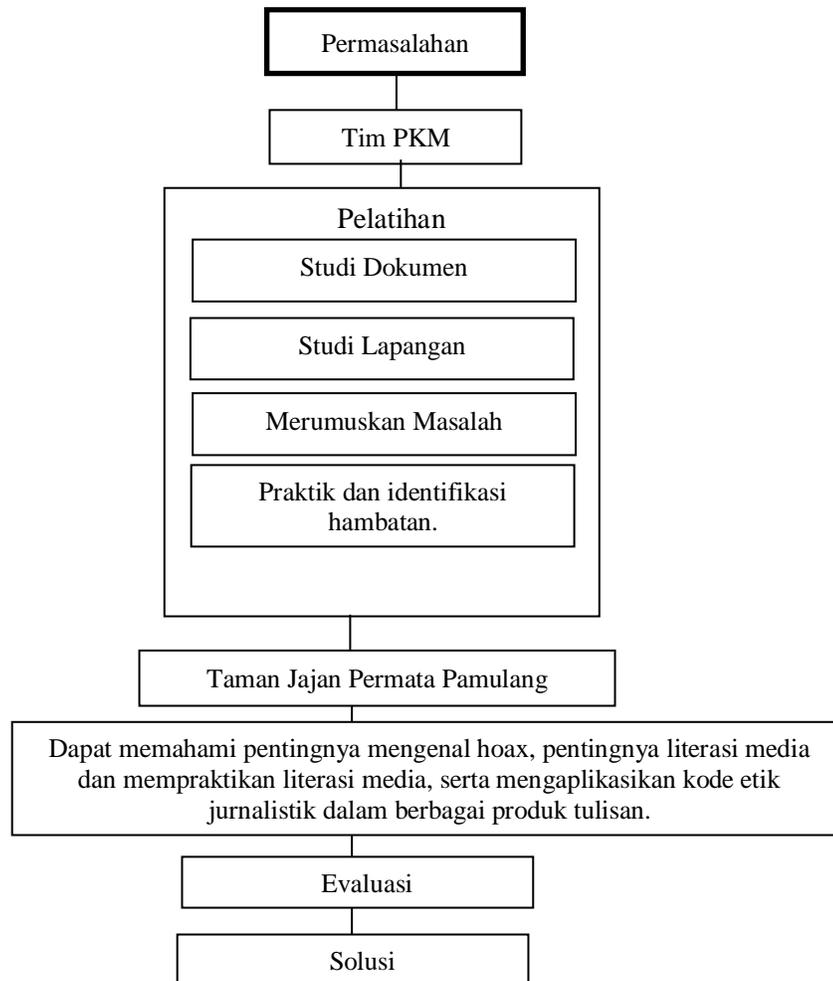
Tabel 1.1. Susunan Kegiatan

No	Hari	Materi	Narasumber	Waktu
1	Pertama	Pembukaan	Ratna Komala, S.Sos., M.Si.	09.00 – 09.10 WIB
2		Sambutan 1, Pengelola Taman Jajan Permata Pamulang		09.10 – 09.25 WIB
3		Sambutan 2, Perwakilan UMKM Taman Jajan Permata Pamulang		09.25 – 09.40 WIB

4		Penyampaian materi Memperkenalkan Hoax, Literasi Media, serta Kode Etik Jurnalistik.	Annisa Ratu, S.I.Kom., M.I.Kom.	09.40 – 10.40 WIB
5		Penyampaian materi tentang <i>Copy Writing</i> (penulisan narasi berita dan narasi informasi)	Ratna Komala, S.Sos., M.Si.	10.40 – 12.00 WIB
6		Forum Group Discussion / Sesi tanya jawab dan diskusi permasalahan seputar mengidentifikasi berita, menanggapi berita, hingga <i>copy writing</i> .	1. Ratna Komala, S.Sos., M.Si. 2. Annisa Ratu, S.I.Kom., M.I.Kom.	13.00 – 14.30 WIB
7	Kedua	Penyampaian materi dan praktik (mentoring) mencari berita-berita dan informasi yang sesuai dengan kode etik jurnalistik di media konvensional maupun media <i>online</i> .	Ratna Komala, S.Sos., M.Si.	09.00 – 10.00 WIB
8		<i>Workshop Copy Writing</i> dengan membuat tulisan apapun yang bisa dipublikasikan oleh peserta di internet atau sosial media masing-masing dengan berpedoman pada materi-materi yang telah disampaikan yaitu materi cara menulis dan materi kode etik jurnalistik.	Ratna Komala, S.Sos., M.Si.	11.00 – 12.00 WIB
12	Ketiga	Evaluasi hasil workshop.	1. Ratna Komala, S.Sos., M.Si. 2. Annisa Ratu, S.I.Kom., M.I.Kom.	09.00 – 11.00 WIB
13		Doa dan Penutup	Ratna Komala, S.Sos., M.Si.	11.00 – 11.30 WIB

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM), tim pengabdian menyusun alur proses pemecahan masalah yang dihadapi khalayak sasaran sebagai berikut:

Bagan 1.1. Bagan Alur Pemecahan Masalah



Sumber: Diolah oleh Penulis

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk menjawab rumusan masalah dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dengan fokus pada Sosialisasi Kode Etik Jurnalistik, Sebagai Upaya Literasi Media Memerangi Hoax Bagi Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang, Kecamatan Serpong Tangerang Selatan, ditemukan bahwa :

- 1) Tingkat Pemahaman para anggota Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang, Kecamatan Serpong Tangerang Selatan tentang hoax masih belum optimal. Padahal di era penggunaan teknologi internet serta sosial media, sangat penting untuk memahami dan memerangi hoax demi terciptanya iklim di internet yang sehat serta dapat memberikan rasa aman dan nyaman dalam menggunakan internet dan media sosial. Teknologi internet dan media sosial dapat berperan penting dalam meningkatkan usaha UMKM di Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang karena dapat digunakan untuk berbagai kepentingan terutama untuk meriset inspirasi kreativitas bisnis yang dapat diadopsi oleh anggota Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang, membuat konten-konten di media sosial untuk memasarkan produknya, dan lainnya, dimana hal ini harus dibarengi juga dengan kemampuan literasi di internet terutama mengenali hoax dan memerangi hoax.
- 2) Banyaknya berita dan konten-konten hoax di internet dan media sosial secara khusus menciptakan iklim yang kurang positif bagi berbagai kegiatan anggota Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang untuk belajar berbisnis, sehingga ini menjadikan para anggota Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang sering sekali teralihihkan perhatiannya pada berita-berita yang menghebohkan atau berlebihan padahal belum tentu benar. Ditambah lagi banyak konten-konten hoax mengenai dunia bisnis sehingga menjadi tantangan sendiri bagi para anggota Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang untuk belajar berbisnis lebih dalam di internet, hingga mencari inspirasi pembuatan konten dan proses pembuatan konten itu sendiri. Dengan demikian, melalui upaya literasi di internet dengan dipandu oleh Kode Etik Jurnalistik, anggota Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang dapat meningkatkan pemahaman segala bentuk berita dan konten-konten di internet sehingga lebih mudah menyaring informasi yang benar dan bermanfaat untuk pengembangan pengetahuan mereka serta pengembangan usaha mereka.
- 3) Kurangnya pengetahuan tentang media-media mana saja yang memuat konten hoax dan tidak. Para anggota Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang masih belum sepenuhnya menyadari

persebaran hoax di internet serta media-media mana saja yang memuat konten-konten hoax beserta ciri-ciri konten hoax. Para anggota Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang harus dapat memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi untuk mencari sumber informasi cara bagaimana meningkatkan usaha mereka serta berbagai informasi secara umum untuk kepentingan pengetahuan dan kehidupan mereka sehari-hari, dengan cara diberikan berbagai contoh berita di dari internet, serta dibantu menganalisis berita-berita tersebut dengan membandingkannya satu sama lain, serta memberikan pemahaman untuk keharusan memeriksa dan senantiasa membandingkan berbagai berita di internet untuk mendapatkan berbagai sudut pandang dan pembandingan untuk mengetahui mana berita yang mengandung unsur hoax atau bahkan hoax secara keseluruhan.

Lalu bagaimana sosialisasi Kode Etik Jurnalistik dapat meningkatkan pemahaman anggota Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang dalam mengakses berbagai informasi di internet:

- 1) Pendekatan Kontekstual: Strategi komunikasi dapat menyediakan pendekatan yang lebih kontekstual dan relevan bagi anggota Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang. Dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi ke dalam pencarian berbagai informasi dan pengetahuan di kehidupan sehari-hari serta dalam upaya meningkatkan usaha mereka melalui berbagai teknologi di internet dan media sosial.
- 2) Pengalaman Langsung: Melalui pengalaman langsung dengan menerapkan praktik mempelajari berbagai contoh berita, informasi di internet dan media sosial, anggota Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana memanfaatkan internet dan sosial media dapat mempengaruhi pengetahuan mereka secara umum dan segala pengetahuan dan inspirasi untuk bisnis mereka secara khusus. Ditambah praktik cara menggunakan aplikasi Fact Checking untuk membantu mereka memeriksa fakta informasi dan berita yang mereka dapatkan. Pengalaman praktis ini dapat membantu mereka menginternalisasi konsep-konsep yang dipelajari dengan lebih baik.
- 3) Partisipasi Aktif: Strategi komunikasi yang baik dapat mendorong partisipasi aktif para anggota Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang dalam mempelajari berbagai contoh informasi, berita, dan konten-konten di internet agar dapat mempraktikkannya secara mandiri di kehidupan sehari-hari mereka. Melalui praktik pencarian informasi yang benar dan bebas hoax di internet berdasarkan materi yang sudah mereka pelajari, anggota Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang dapat terlibat secara langsung dalam pencarian pengetahuan dan upaya pengelolaan usaha mereka sendiri dengan pemanfaatan internet.

- 4) Pendekatan dosen dan praktisi: Strategi komunikasi sering kali mendorong pendekatan komunitas dalam meningkatkan literasi media di internet dan media sosial. Melalui kerjasama dengan para dosen dan praktisi yang berpengalaman di bidang jurnalistik, Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang dapat belajar dan memahami literasi media dengan lebih baik, serta membantu mereka memanfaatkan internet dengan tujuan yang positif seperti meningkatkan bisnis mereka.
- 5) Dengan mengadopsi pendekatan ini, pelaku anggota Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang dapat lebih memaksimalkan pemanfaatan internet sebagai sumber pengetahuan dan sumber inspirasi untuk meningkatkan bisnis mereka secara positif, sehingga mereka semakin termotivasi untuk bersaing dan sukses dalam bisnisnya secara sehat.

Kesimpulan

Berikut adalah kesimpulan upaya memerangi hoax dengan panduan kode etik jurnalistik bagi Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang, Kecamatan Serpong, Tangerang Selatan:

Tingkat Pemahaman para anggota Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang tentang literasi media dan kode etik jurnalistik:

1. Tingkat pemahaman para anggota Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang tentang literasi media dan kode etik jurnalistik cenderung bervariasi, tergantung pada berbagai faktor seperti latar belakang pendidikan, kesadaran tentang pentingnya literasi media dan memerangi informasi hoax di internet demi meningkatnya pengetahuan sehari-hari maupun pengetahuan seputar bisnis.
2. Berbagai sumber berita di internet dan sosial media memainkan peran penting dalam meningkatkan pengetahuan sehari-hari maupun pengetahuan seputar bisnis para anggota Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang. Menggunakan media sosial, website, dan *platform* lainnya untuk mendapatkan informasi tentang berbagai hal dan tentang bisnis mereka. Dukungan yang berkelanjutan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, swasta, dan komunitas, sangat penting untuk peningkatan literasi media masyarakat, terutama komunitas-komunitas yang positif seperti Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang.

Banyaknya berita dan konten-konten hoax di internet dan media sosial secara khusus menciptakan iklim yang kurang positif bagi berbagai kegiatan anggota Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang di internet untuk belajar berbisnis, sehingga ini menjadikan para anggota Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang sering sekali teralihkan perhatiannya pada berita-berita yang menghebohkan atau berlebihan padahal belum tentu benar, ditambah lagi banyaknya konten-konten hoax mengenai dunia bisnis yang menjadi tantangan sendiri bagi para anggota Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang untuk belajar berbisnis:

1. Banyaknya berita dan konten hoax di internet dan media sosial khususnya menciptakan iklim yang kurang positif bagi berbagai kegiatan para kegiatan anggota Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang dalam rangka menggali pengetahuan dan belajar berbisnis dari internet, untuk itu peningkatan kesadaran akan pentingnya mengakses berita yang benar sangat diperlukan, peningkatan daya berpikir untuk selalu kritis dalam menerima berbagai informasi juga sangat didorong dalam sosialisasi ini.
2. Berbagai contoh berita hoax dan berita benar dipaparkan dalam sosialisasi ini dalam rangka memperkenalkan ciri-ciri berita hoax dan berita benar agar para anggota Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang mampu membedakan berita-berita hoax dan berita-berita benar untuk menciptakan kemampuan dan kemandirian dalam penggalian informasi yang benar.

Kurangnya pengetahuan tentang media-media mana saja yang memuat konten hoax dan tidak membuat para anggota Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang mudah mempercayai apa saja yang ada di media daring dan media sosial:

1. Kurangnya pengetahuan tentang media-media mana saja yang memuat konten hoax dan tidak membuat anggota Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang selalu percaya dengan informasi dan berita yang dipaparkan di internet, sehingga sikap mereka yang selalu percaya dan kurang skeptis inilah yang membuat mereka tidak terlalu peduli media-media mana saja yang bisa diandalkan dan tidak, sehingga mereka kurang aktif ketika terpapar berbagai informasi dan cenderung menerimanya begitu saja.
2. Para anggota Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang diperkenalkan dengan berbagai contoh media-media yang baik maupun media-media yang sering kali memuat informasi dan berita kontroversial dan sekedar menciptakan kehobohan, mereka juga diperkenalkan dengan berbagai contoh informasi dan berita yang benar dan yang hoax. Selain itu, mereka juga boleh menggunakan aplikasi Fact Checking untuk membantu mereka memeriksa fakta dari informasi dan berita. Sehingga dari sinilah diharapkan tercipta kemandirian dalam mencari informasi yang benar untuk kehidupan mereka sehari-hari serta peningkatan pengetahuan mengenai bisnis mereka.

Kesimpulannya, bahwa untuk menghadapi tantangan maraknya berbagai informasi hoax, komunitas-komunitas masyarakat, seperti Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang memerlukan dukungan berupa edukasi, pendampingan, akses teknologi, dan kolaborasi dengan berbagai pihak untuk meningkatkan kesadaran literasi media dan kemampuan literasi media yang baik sehingga bisa menciptakan masyarakat yang aktif dan kritis dalam kehidupan sehari-hari.

Saran

Dalam meningkatkan literasi Masyarakat khususnya para anggota Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan:

1. Pelatihan Rutin: Adakan pelatihan rutin untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan literasi media khususnya media daring dan media sosial.
2. Optimalisasi penggunaan internet dan media sosial: Dorong masyarakat khususnya anggota Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang untuk aktif menggunakan media sosial, dan mengakses media daring dalam rangka menggali pengetahuan untuk keperluan sehari-hari dan untuk meningkatkan bisnis mereka, secara kritis, dan dapat dibantu juga dengan aplikasi pemeriksaan fakta yaitu aplikasi Fact Checking.
3. Mentoring dan Konsultasi: Sediakan program mentoring dan konsultasi untuk membantu anggota Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang melatih literasi media.
4. Kolaborasi dengan Berbagai Pihak: Fasilitasi kerjasama antara pemerintah, swasta, dan komunitas untuk menyediakan dukungan berkelanjutan dalam bentuk edukasi, pendampingan, dan akses teknologi untuk meningkatkan literasi media di kalangan Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang.

Dengan menerapkan saran-saran ini, Komunitas Taman Jajan Permata Pamulang dapat meningkatkan literasi media khususnya media daring dan media sosial dalam rangka peningkatan pengetahuan sehari-hari serta peningkatan pencarian pengetahuan tentang bisnis mereka di internet secara kritis dan bijak

DAFTAR PUSTAKA

- Dewan Pers. Buku Saku Wartawan. (2023). Edisi ke-18. Jakarta: Dewan Pers.
- Herlina, Dyna. (2019). Literasi Media: Teori dan Fasilitasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Hidaya, Nurul Hidayat, Qalby, Nurul, Alaydrus, Sakiyah Syech Alaydrus, Darmayanti, Alviana, Putri, Putri Salsabila. (2019). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Penyebaran Hoax Oleh Digital Native*. Makassar: ReserachGate.
- Ireton, Cherilyn dan Posetti, Julie. (2019). *Jurnalisme “Berita Palsu” dan Disformasi*. Paris: UNESCO.
- Komala, Ratna.(2020). *Literasi Digital Untuk Perlindungan Data Privasi: Dibalik Kemudahan Belanja Daring*. Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP). Vol. 6, No. 4 November 2022. e-ISSN: 2656-6753, p-ISSN: 2598-9944 DOI: 10.36312/jisip.v6i4.3527/http://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JISIP/index
- Kovach, Bill dan Rosentiel, Tom. (2003). *Sembilan Elemen Jurnalisme. Apa yang Seharusnya Diketahui Wartawan dan yang Diharapkan Publik*. Yayasan Pantau, Institut Studi Arus Informasi dan Kedutaan Besar amerika Serikat di Jakarta.
- Kovach, Bill dan Rosentiel, Tom. (2019). *Blur. Bagaimana Mengetahui Kebenaran di Era Banjir Informasi*. Jakarta: Dewan Pers.
- Littlejohn, Stephen W., Karen A. Foss, John G. Oetzel. (2017). *Theories of Human Communications* (Eleventh Edition). Illinois: Waveland Press.
- Putra, Febriansyah dan Patra, Haldi. (2023). *Analisis Hoax pada Pemilu: Tinjauan dari Perspektif Pendidikan Politik*. Naradidik: Journal of Education & Pedagogy Volume 2 Nomor 1 2023, pp 95-102 ISSN: 2827-864X (Online) – 2827-9670 (Print) DOI: <https://doi.org/10.24036/nara.v2i1.119>
- Hidayat, Nurul., Widyaningrum, Nrangwesthi dan Sarjito. (2021). *Literasi Digital Dan Bela Negara : Sebuah Upaya Untuk Mencegah Hoax Dalam Sistem Pertahanan Negara*. Makassar: ResearchGate.
- Wardani, Surti., Komala, Ratna., Kurniawan, Herik. (2024). *Analisis Pengetahuan Komunikasi Massa Terhadap Minat Jurnalisme Warga Pada Siswa Smk Pertiwi Pondok Cabe Kota Tangerang Selatan*. Jurnal Penelitian Media Komunikasi, Universitas Pamulang, Volume 1, No. 2, Juni 2024.

