

**LAPORAN AKHIR
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT YANG DIAJUKAN
KE LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA
MASYARAKAT**



**INTERAKSI KOMUNIKASI HOAX DI MEDIA SOSIAL
SERTA ANTISIPASINYA**

Disusun Oleh :

Ketua Tim

Sisca Aulia, S.I.Kom., M.Si. (10916001 - 0322108801)

Anggota :

Zita Retno Hapsari, S.Pd., M.Si. (10908022 - 0324047006)

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

2021

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN AKHIR PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Periode 2 /Tahun 2020

1. Judul : Interaksi Komunikasi Hoax Di Media Sosial
Serta Antisipasinya
2. Nama Mitra PKM : SMK Sumbangsih Multimedia
3. Ketua Tim PKM
- a. Nama dan gelar : Sisca Aulia, S.I.Kom., M.Si.
 - b. NIDN/NIK : 10916001/0322108801
 - c. Jabatan/gol. : Dosen Tetap
 - d. Program studi : Ilmu Komunikasi
 - e. Fakultas : Ilmu Komunikasi
 - f. Bidang keahlian : Marketing Komunikasi, Media Sosial, Periklanan
 - g. Alamat kantor : Jl. S.Parman No. 1, Jakarta Barat
 - h. Nomor HP/Telepon : 081218244449
4. Anggota Tim PKM (Dosen)
- a. Jumlah anggota : Dosen 1 orang
 - a. Nama anggota 1/Keahlian : Zita Retno Hapsari, S.Pd., M.Si NIDN 0324047006/ Keahlian: Media Massa, Jurnalistik
5. Anggota Tim PKM (Mahasiswa)
- a. Nama mahasiswa dan NIM : Mahasiswa 1 orang
Aulia Rahman/ 915170083
6. Lokasi Kegiatan Mitra
- a. Wilayah mitra : Cilandak Timur
 - b. Kabupaten/kota : Jakarta Selatan
 - c. Provinsi : DKI Jakarta
 - d. Jarak PT ke lokasi mitra : 18 kilometer
7. Luaran yang dihasilkan
- a. Luaran Wajib : Serina 2020
 - b. Luaran Tambahan : PINTAR
8. Jangka Waktu Pelaksanaan : ~~Periode 1 (Januari-Juni)~~ Periode 2 (Juli-Desember)
9. Biaya yang disetujui LPPM : Rp. 5.000.000

Jakarta, 17 Februari 2021

Menyetujui,
Ketua LPPM



Jap Tji Beng, Ph.D.

NIDN: 10381047/0323085501

Ketua Pelaksana

Sisca Aulia, S.I.Kom., M.Si
NIDN: 10916001/032210880

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
RINGKASAN	iv
PRAKATA	v
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Analisis Situasi	1
1.2 Permasalahan Mitra	4
BAB II SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN	6
2.1 Solusi Permasalahan	6
2.2 Luaran	7
BAB III METODE PELAKSANAAN	8
BAB IV HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI	12
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	14
DAFTAR PUSTAKA	15
LAMPIRAN	16

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Kepakaran Tim PKM.....	9
-----------	------------------------	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pengguna Internet Tahun 2020.....	1
Gambar 1.2	Penetrasi Pengguna Internet Tahun 2020.....	2
Gambar 1.3	Durasi Menggunakan Internet Melalui Ponsel.....	3
Gambar 1.4	Siswa Mengikuti Kegiatan Sosialisasi Melalui Zoom.....	5
Gambar 2.1	Sertifikat Pemakalah Serina 2020.....	8
Gambar 4.1	Siswa Menjawab Pertanyaan Seputar Hoax.....	9
Gambar 4.2	Materi Sosialisasi Hoax.....	13
Gambar 4.3	Sosialisasi Sanksi Menyebarkan Berita Hoax.....	13

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Persetujuan Mitra.....	16
Lampiran 2	Peta Lokasi.....	16
Lampiran 3	Materi.....	17
Lampiran 4	LoA Serina 2020.....	17
Lampiran 5	Biodata Tim PKM.....	18

RINGKASAN

Media sosial muncul dalam media baru dan selalu mendapat sambutan yang hangat dari pengguna internet. Media sosial ini memungkinkan kita untuk dapat bertukar informasi dengan semua orang yang merupakan sesama pengguna media tersebut. Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berko-munikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah ,2015). Adanya literasi media khususnya kepada remaja yang merupakan *opinion leaders* serta penerus generasi. Sebab remaja adalah *agent of change* dalam sebuah masyarakat. Hal ini dilakukan agar siswa dapat menjadi lebih pintar, bijak, dan kritis dalam menggunakan media sosial. Sehingga mereka tidak mudah terprovokasi dengan informasi palsu yang mengandung kebencian dan dapat menimbulkan perpecahan negara ini. Hal ini merupakan tugas akademisi untuk menyikapi perkembangan geopolitik yang sangat dinamis dengan membuat formula guna meningkatkan stabilitas dan perdamaian. Untuk merawat keberagaman melalui *hoax* tersebut maka literasi media akan dilakukan pada siswa SMK Sumbangsih Multimedia, Jakarta Selatan. Kegiatan literasi media siswa SMK Sumbangsih Multimedia mampu membedakan mana berita yang dapat memecah belah bangsa, mana berita yang mengandung ujaran kebencian, mana berita fakta atau yang berita *hoax*. Sehingga siswa tidak mudah meneruskan berita yang belum jelas kebenarannya atau tergiur mengikuti paham paham garis keras yang dapat memecah bangsa.

Kata Kunci : Literasi Media, hoax, media sosial, generasi muda, media baru

PRAKATA

Puji dan syukur kepada Tuhan YME atas segala berkat dan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan laporan kemajuan penelitian ini.

Kegiatan pkm ini dapat terlaksana karena bantuan dan dukungan dari banyak pihak. Oleh sebab itu, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang ikut terlibat dan telah membantu peneliti selama proses pengabdian kepada masyarakat ini berlangsung, yaitu:

1. Mitra yang bersedia bekerja sama dalam kegiatan PKM ini, SMK Sumbangsih Multimedia yaitu Kepala Sekolah, wali kelas dan siswa XII
2. LPPM UNTAR yang menyediakan dana sehingga kegiatan ini dapat terlaksana.
3. Kepada mahasiswa Fikom Untar yang telah bersedia berpartisipasi dalam kegiatan PKM ini.
4. Seluruh anggota keluarga Fakultas Ilmu Komunikasi UNTAR atas semua dukungannya.

Peneliti mengharapkan bahwa laporan ini dapat menambah wawasan pihak lain. Di akhir kata peneliti mengucapkan sekian dan terima kasih.

Jakarta, 16 Februari 2021

Sisca Aulia

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Internet melahirkan banyak manfaat, seperti menjadi sarana mencari informasi, menjadi sumber wawasan, memperluas ruang pertemanan, dan menyukseskan usaha atau bisnis yang sedang dikembangkan. Namun di sisi lain, internet juga membawa dampak buruk. Internet dapat mendekatkan yang jauh, tapi dapat menjauhkan yang dekat. Hal ini mengakibatkan kurangnya komunikasi tatap muka. Cyberbullying juga menjadi salah 1 dampak negatif dari penggunaan internet. Sudah tidak terhitung berapa banyak korban yang jatuh akibat tindakan ini. Dan yang paling penting, beredarnya berita atau informasi palsu dan salah. Atau yang lebih sering kita kenal dengan hoax.



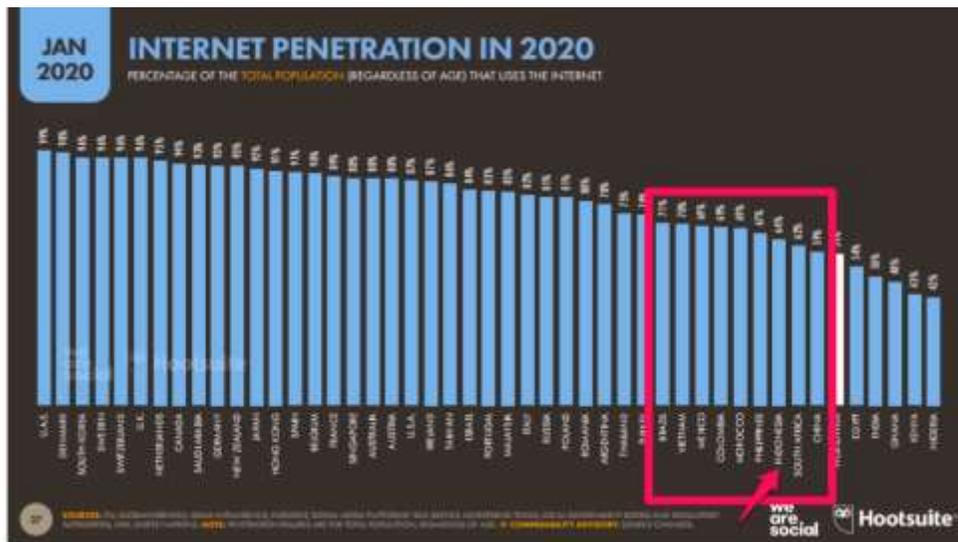
Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2020

Sumber: Hootsuite

Indonesia sebagai salah satu negara di Asia dengan populasi 272.1 juta. Separuh lebih dari populasi tersebut, sekitar 56% atau 2,42 milyar di antaranya sudah mendapatkan akses internet. Sebagian dari populasi, yakni sekitar 160 juta penduduk

telah menggunakan sosial media. Data menunjukkan hal yang menarik dari Asia Pasifik adalah, penggunaan internet di wilayah ini terus mengalami peningkatan. Meski persentase jumlah populasinya tidak banyak meningkat, pertumbuhan penetrasi internet terbilang cukup pesat. Dalam satu tahun terakhir misalnya, penetrasi internet total telah tumbuh 9,2 persen. Sementara penggunaan sosial media meningkat sebesar 9,8 persen dalam rentang Januari 2019 hingga Januari 2020.

Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi muda di antara negara-negara dunia. Berdasarkan peringkat yang ada, rata-rata penduduk Indonesia berusia 29,7 tahun. Angka ini di bawah rata-rata dunia yang berusia 30,9 tahun. Populasi yang masih cukup muda memberikan peluang bagi Indonesia untuk bisa lebih berkembang di dunia teknologi digital karena mayoritas penggunanya adalah anak-anak muda [2]. Namun, penetrasi pengguna internet di Indonesia memang terbilang masih jauh dari cakupan maksimal. Sampai tahun ini, penetrasi internet di Indonesia masih berada di angka 64 persen dengan total pengakses kira-kira sebesar 174 juta orang.



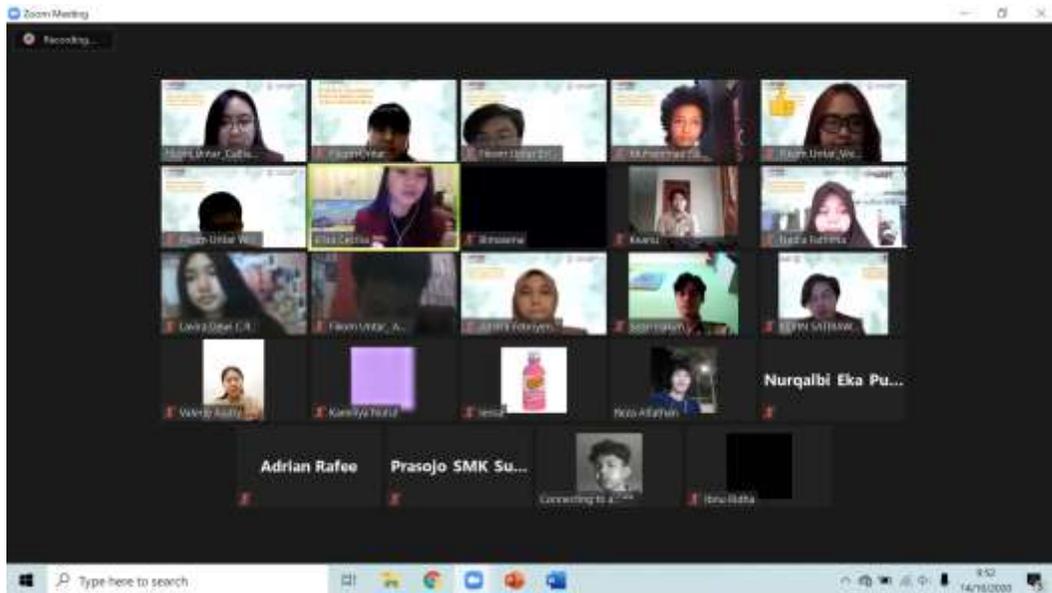
berita hoax. Misalnya menyebarkan sebuah berita hoax melalui media internet dengan menggunakan media facebook, twitter, blog, di forum dan lain-lain. Saat ini, hoax adalah kabar palsu yang sering muncul di internet dan memiliki tujuan untuk menyebarkan kepanikan dan ketakutan massal. Kegiatan yang dilakukan oleh sejumlah oknum yang tidak bertanggung jawab. Media penyebaran hoax internet pertama yang diketahui adalah via email, biasanya berisi peringatan akan hal sebuah klaim palsu. Namun, dengan semakin berkembangnya teknologi, terutama pada smartphone dan media sosial, jenis hoax di internet semakin banyak dan berbahaya.

SMK Multimedia Sumbangsih berdiri pada tahun 2012. Letak SMK Multimedia Sumbangsih yang strategis yaitu di Jl. Ampera Raya No. 3 - 4 Cilandak, Jakarta Selatan. Lokasi SMK Sumbangsih Multimedia cukup strategis, sehingga siswa berhubungan erat dengan internet dan media sosial. Terutama pada saat pandemi siswa mendapat informasi dari guru melalui whatsapp dan berhubungan erat dengan tugas multimedia sesuai peminatan siswa SMK Sumbangsih Multimedia. Pemberitaan melalui media sosial yang diinformasikan sekolah harus dikelola dengan baik dan siswa cermat dalam memahami informasi yang diperoleh.

1.2 Permasalahan Mitra

Usia remaja termasuk kelompok rentan terpengaruh penyebaran informasi ataupun ujaran kebencian dan SARA. Hal ini tentunya harus bisa diantisipasi dari pihak sekolah dengan memberikan edukasi yang baik kepada siswa SMK Sumbangsih Multimedia. Sebagai generasi muda penerus bangsa, siswa belum memahami pentingnya peran komunikasi untuk menjadi sukses dalam dunia kerja.

Mitra kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini merupakan Siswa SMK Sumbangsih Multimedia kelas XII berjumlah 30 siswa, kurang memiliki pemahaman tentang literasi media sosial dan hoax. Guru hanya mengajarkan pelajaran tentang multimedia sehingga kurangnya pemahaman akan teknik menyebarkan berita di media sosial, masih kurangnya latihan untuk membuat konten melalui media sosial. Siswa belum memiliki kesadaran akan pentingnya mempersiapkan diri dalam menghadapi tantangan globalisasi serta minat baca siswa cenderung masih rendah.



Gambar 1.4 Siswa Mengikuti Kegiatan Sosialisasi Melalui Zoom

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Kegiatan penyuluhan tentang penggunaan media sosial dan pemberitaan hoax masih kurang sehingga sekolah meminta Tim Untar untuk mengadakan kegiatan acara. Pihak sekolah membutuhkan bantuan untuk meningkatkan kesadaran para siswa terutama di saat pandemi kegiatan belajar dilakukan secara daring sehingga informasi yang diperoleh juga perlu diverifikasi. Hal ini merujuk visi misi terwujudnya SMK Sumbangsih sebagai pusat pendidikan dan latihan di bidang multimedia, agar menghasilkan sumber daya manusia yang mampu bersaing dalam pasar global dengan dilandasi Imtaq yang handal.

BAB II

SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN

2.1 Solusi Permasalahan

Berdasarkan analisis situasi dan permasalahan yang dimiliki oleh mitra, tim pengusul PKM memberikan solusi dalam bentuk pelaksanaan kegiatan PKM dengan tema “Komunikasi Hoax Di Media Sosial Pada Generasi Millennial”. Kegiatan PKM tersebut meliputi sebagai berikut:

- Pemaparan materi tentang penyebaran dan ciri-ciri berita hoax
- Memilih berita di media sosial dengan cermat
- Sosialisasi kepada siswa untuk menggunakan media sosial dengan efektif serta tidak menyebarkan berita hoax
- Dampak menyebarkan berita hoax serta sanksi

Kegiatan sosialisasi dilakukan sebagai bentuk antisipasi penyebaran hoax pada generasi millennial terutama melalui media sosial. Konten di media sosial berupa ujaran kebencian, unsur SARA, ataupun *cyberbullying*. Kegiatan sosialisasi sendiri pada umumnya tidak sekedar “menjelaskan” atau “memberitahu” tetapi mengedukasi siswa SMK Sumbangsih Multimedia. Suatu kegiatan sosialisasi mengandung maksud dan tujuan tertentu sehingga informasi yang disampaikan harus mudah dimengerti, dipahami dan diterapkan oleh semua pihak yang terlibat dalam sosialisasi.

Kegiatan sosialisasi kepada siswa yang didampingi guru merupakan solusi yang strategis. Akan tetapi sangat diperlukan sebuah strategi sosialisasi yang efektif dalam pelaksanaan tersebut. Karakteristik pribadi atau kepribadian yang dimiliki oleh setiap individu berbeda-beda di dalam sebuah masyarakat dalam menerima aspek pembelajaran melalui sosialisasi. Kemampuan setiap individu secara kepribadian akan berbeda pada penyampaian aspek pembelajaran secara menyeluruh atau secara parsial.

Salah satu strategi dalam melakukan sosialisasi adalah dengan menggunakan strategi kooperatif. Sosialisasi dengan strategi kooperatif berarti terdapat unsur kerja sama untuk mencapai suatu tujuan bersama. Sosialisasi dengan strategi kooperatif memanfaatkan kelompok-kelompok kecil yang memungkinkan peserta untuk belajar satu sama lain ataupun diantara kelompok, dimana dalam prosesnya terdapat struktur dorongan dan tugas yang bersifat kooperatif. Kerja sama yang diharapkan muncul dengan adanya sosialisasi di lokasi mitra adalah siswa dan guru SMK Sumbangsih Multimedia

Secara praktis, langkah-langkah dalam melangsungkan strategi sosialisasi kooperatif ini dapat dijelaskan secara operasional sebagai berikut:

- Langkah pertama adalah dengan menyusun rencana program sosialisasi secara komprehensif
- Langkah kedua adalah perancangan lembar observasi dalam aplikasi sosialisasi, yang mana akan digunakan untuk mengobservasi kegiatan sosialisasi tersebut
- Langkah ketiga adalah pengarahan dan bimbingan terhadap mitra baik secara individual maupun kelompok, untuk memahami materi sosialisasi yang dibagikan
- Langkah keempat adalah kesempatan untuk para siswa untuk memahami berita benar dengan berita hoax serta mengantisipasinya.

Sebagai pendukung untuk meningkatkan keberhasilan dari kegiatan sosialisasi tersebut, juga dilakukan membuat konten di media sosial dengan memanfaatkan media poster.

2.2 Luaran

No	Jenis Luaran	Keterangan
Luaran Wajib		

1	Publikasi Ilmiah Serina	Publish Proceeding
Luaran Tambahan		
1	PINTAR	Sudah Submit dan Revisi

Luaran Wajib



Luaran Tambahan

Luaran Tambahan "PENTAR"

LITERASI KOMUNIKASI MEDIA SOSIAL MELAWAN HOAX

Sisca Aulia, S.I.Kom., M.Si.*, Zita Retno Hapsari, S.S., M.Si.*, Aulia Rachman
(915170083)**

*Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara

**Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara

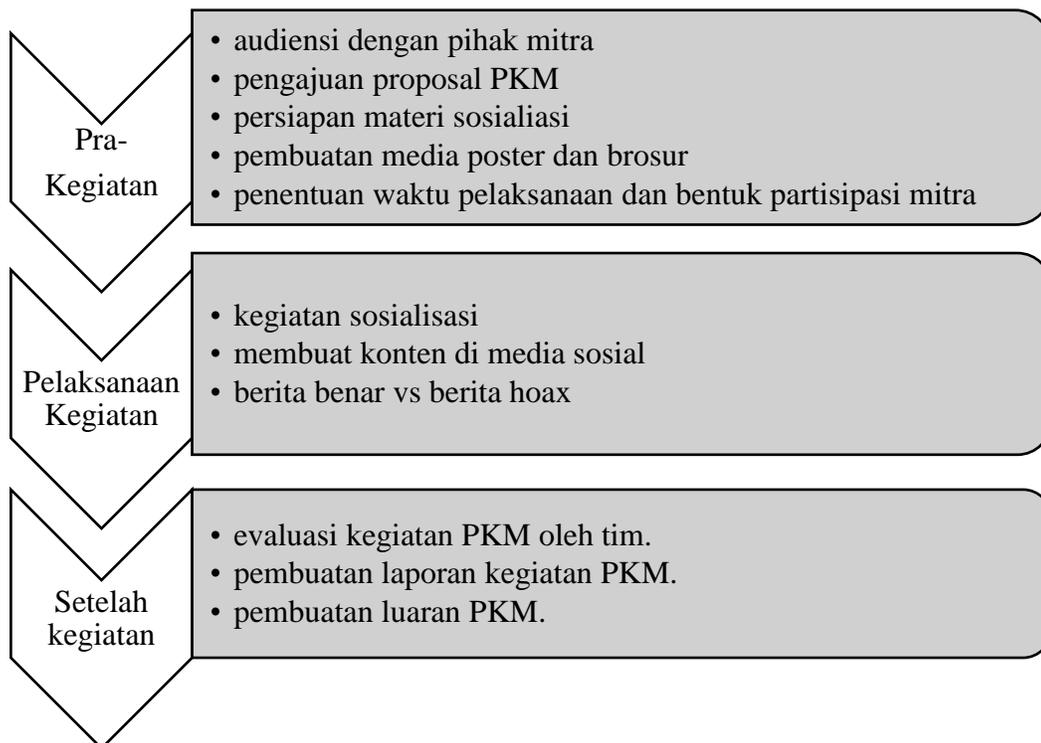
Perkembangan teknologi informasi di Indonesia mengalami kemajuan yang cukup pesat. Terutama setelah wabah covid-19, semua elemen diharapkan menggunakan teknologi internet untuk melakukan berbagai aktifitas. Mulai dari sekolah, rumah atau bekerja dari rumah, memerlukan sumber informasi sesuai dengan kebutuhan individu. Inovasi teknologi juga berpengaruh terhadap media dan konten informasi tersebut.

Indonesia merupakan salah satu negara di Asia Tenggara dengan populasi 272.1 juta. Separuh lebih tersebut, atau sekitar 56% atau 2,42 milyar sudah mendapatkan akses internet. Sebagian dari populasi, yakni sekitar 160 juta penduduk telah menggunakan sosial media. Data dari Asia Pasifik menunjukkan bahwa penggunaan internet di wilayah ini terus mengalami

BAB III

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan ini menjelaskan cara atau metode yang digunakan dalam proses keseluruhan kegiatan PKM, mulai dari tahapan pra-kegiatan, pelaksanaan, sampai kepada paska kegiatan. Bagian ini diperuntukkan untuk menjadi panduan bagi tim PKM dalam melaksanakan kegiatan PKM, serta melakukan transfer dari solusi yang ditawarkan oleh tim kepada mitra. Berikut adalah bagan alir kegiatan PKM yang menjelaskan tahapan dalam metode pelaksanaan kegiatan:



Gambar 3.1 Tahapan Kegiatan PKM

Kegiatan PKM ini dibagi ke dalam tiga tahap besar, yaitu sebelum kegiatan atau pra-kegiatan, pelaksanaan kegiatan, dan setelah kegiatan. Tahapan pra-kegiatan dimulai dengan melakukan audiensi dengan pihak mitra, audiensi dilakukan untuk meminta persetujuan dalam bentuk surat pernyataan yang juga menjadi syarat untuk diajukannya hibah internal PKM dari Untar, dalam audiensi dengan mitra juga dilakukan diskusi dan analisis mengenai situasi yang dimiliki oleh mitra dan permasalahan yang dihadapi. Berdasarkan hasil analisis dan diskusi tersebut, tim kemudian mengajukan solusi kepada pihak mitra sebagai jawaban atas permasalahan yang dimilikinya. Hasil audiensi tersebut kemudian dituliskan dalam bentuk proposal kegiatan PKM, yang mencakup analisis masalah, solusi dan luaran, metode pelaksanaan, serta anggaran yang dibutuhkan. Proposal tersebut kemudian diajukan untuk mendapatkan dana hibah internal PKM dari Untar. Pada tahap ini tim juga sudah mulai mempersiapkan materi dan peralatan yang dibutuhkan dalam kegiatan PKM ini. Pada tahap ini juga dicari kesepakatan antara tim dan mitra mengenai waktu pelaksanaan dari kegiatan PKM sekaligus bentuk partisipasi mitra dalam kegiatan PKM tersebut.

Tahap kedua merupakan tahap pelaksanaan. Pada tahap ini dilakukan kegiatan sosialisasi kepada siswa SMK Sumbangsih Multimedia sebagai bentuk sosialisasi informasi berita benar dan berita hoax. Kegiatan sosialisasi ini melalui zoom pada tanggal 14 Oktober 2020. Tahap pelaksanaan ini akan dibantu oleh tim mahasiswa dari Fikom Untar.

Tahap ketiga merupakan tahap pasca kegiatan yang mencakup evaluasi kegiatan, pembuatan laporan PKM serta pembuatan luaran atas kegiatan PKM. Evaluasi dilakukan dengan diskusi antara tim dan pihak mitra untuk melihat keberhasilan dari kegiatan PKM. Setelah itu, kegiatan dan hasil evaluasi disusun dalam bentuk laporan sebagai bentuk pertanggungjawaban tim kepada pemberi dana hibah PKM. Kegiatan terakhir dalam tahap ini melakukan publikasi dari kegiatan PKM, seperti telah dituliskan dalam bagian solusi dan luaran di bab 2. Sebagai bentuk kerjasama dan persetujuan dalam kegiatan ini, mitra yang dalam hal ini adalah SMK Sumbangsih Multimedia memberikan partisipasi dalam beberapa bentuk. Pertama,

pemberian surat persetujuan sebagai mitra. Keduadari mitra memberitahukan kepada siswa untuk berpartisipasi kegiatan ini..

Pembahasan dalam metode pelaksanaan ini juga mencakup penjelasan dari kepakaran atau keahlian yang dimiliki seluruh anggota tim yang terlibat dalam kegiatan PKM. Berikut adalah tabel uraian kepakaran tim beserta tugasnya dalam kegiatan PKM ini.

Tabel 3.1 Kepakaran Tim PKM

Nama	Kepakaran	Tugas
Sisca Aulia, S.I.Kom., M.Si.	Marketing Komunikasi, komunikasi digital, Periklanan	Materi sosialisasi, audiensi dengan pihak mitra, pembuatan proposal dan anggaran, dan publikasi Serina
Zita Retno Hapsari, S.Pd., M.Si.	Media massa, <i>public relations</i> , komunikasi organisasi	Audiensi dengan pihak mitra dan materi sosialisasi, dan koordinasi dengan mahasiswa.

BAB IV

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Kegiatan PKM dilaksanakan pada tanggal 14 Oktober 2020. Pelaksanaan kegiatan PKM ini juga dibantu oleh tim mahasiswa dari Fikom Untar. Kegiatan ini dilakukan satu kali dengan durasi 2.5 jam melalui zoom. Kegiatan pertama yang diawali dengan pembukaan dan kata sambutan dari Kepala Sekolah Sumbangsih Multimedia oleh Dra. Luky Djeniwaty. Dilanjutkan ice breaking, tim Untar kenalan dengan siswa SMK Sumbangsih Multimedia supaya siswa tidak terlalu tegang. Tim PKM melakukan beberapa permainan seperti tebak-tebakan dengan topik sederhana, siswa yang bisa menjawab dengan benar diberikan hadiah uang elektronik.

Acara dilanjutkan pemaparan materi sosialisasi tentang penyebaran berita benar dan berita hoax di media sosial, kemudian diberikan contoh tayangan video tentang penyebaran hoax di Indonesia. Setelah sosialisasi diadakan permainan seputar materi yang dipaparkan oleh Tim Untar.



Gambar 4.1 Siswa diberikan pertanyaan seputar hoax



Gambar 4.2 Materi yang diberikan kepada siswa tentang berita hoax

Sebelum acara ini ditutup, siswa dijelaskan tentang sanksi menyebarkan berita hoax.

Penyebar *hoax* di media sosial atau internet akan dijerat dengan pasal 28 ayat 1 dan 2 UU ITE, yang berbunyi bahwa *setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik (ayat 1) dan setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA) dengan hukuman paling lama enam tahun dan denda 1 miliar (ayat 2).*

Selain pasal 28 ayat 1 dan 2, ada juga pasal 14 yang berbunyi bahwa *barangsiapa, dengan menyiarakan berita atau pemberitahuan bohong, dengan sengaja menerbitkan keonaran di kalangan rakyat, dihukum dengan hukuman penjara setinggi-tingginya sepuluh tahun.* Serta pasal 15 yang berbunyi bahwa *barangsiapa menyiarakan suatu berita atau mengeluarkan pemberitahuan yang dapat menerbitkan keonaran di kalangan rakyat, sedangkan ia patut dapat menyangka bahwa berita atau pemberitahuan itu adalah bohong, dihukum dengan penjara setinggi-tingginya tiga tahun.*



Gambar 4.3 Sanksi penyebar *hoax* di Media Sosial

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan umum yang dapat diperoleh melalui kegiatan PKM ini adalah kegiatan ini dapat menjadi sarana menjalin kerja sama dengan pihak mitra dan Untar, sehingga tidak menutup kemungkinan untuk dilaksanakannya kegiatan PKM lanjutan kedepannya. Kegiatan ini juga melibatkan mahasiswa Fikom Untar sehingga memberikan peluang kepada mahasiswa untuk dapat memahami makna dari kegiatan PKM.

Kegiatan PKM ini juga membantu memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai berita hoax di media sosial, terutama di masa pandemi sekarang ini siswa berhubungan erat dengan media sosial. Sosialisasi kegiatan ini diharapkan membuat siswa SMK Sumbangsih lebih cermat dalam menyebarkan berita melalui media sosial.

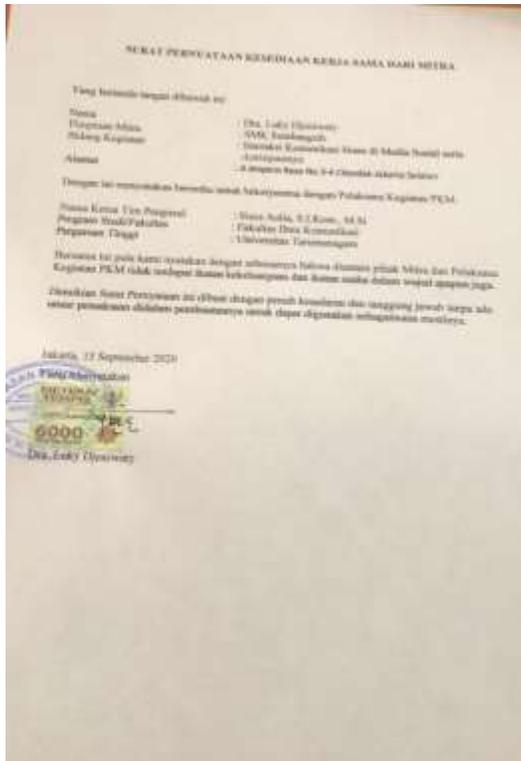
DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. A. Pradana, C. Casman, and N. Nur'aini, "Pengaruh Kebijakan Social Distancing pada Wabah COVID-19 terhadap Kelompok Rentan di Indonesia," *J. Kebijak. Kesehat. Indones. JKKI*, vol. 9, no. 2, pp. 61–67, Jun. 2020.
- [2] Ali, Mukti . 2018 . Antara Komunikasi, Budaya, dan hoax *di Media social dan Media Massa* . Yogyakarta : Trust media publishing , ASKOPIS press
- [3] W. A. F. Dewi, "Dampak COVID-19 terhadap Implementasi Pembelajaran Daring di Sekolah Dasar," *EDUKATIF J. ILMU Pendidik.*, vol. 2, no. 1, pp.

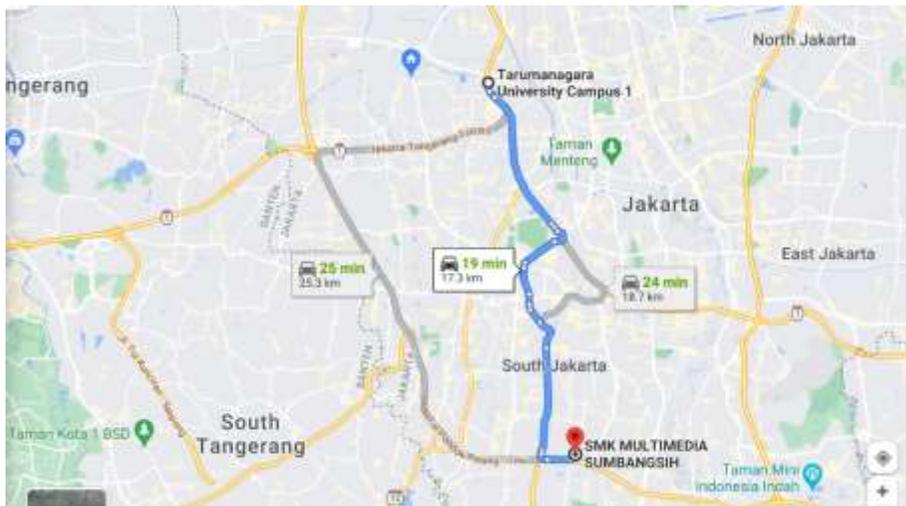
55–61, Apr. 2020.

- [5] S. Syafrida and R. Hartati, “Bersama Melawan Virus Covid 19 di Indonesia,” *SALAM J. Sos. dan Budaya Syar-i*, vol. 7, no. 6, pp. 495–508, Apr. 2020.
- [6] “Peta Sebaran Satgas Penanganan COVID-19,” Oct-2020. [Online]. Available: <https://covid19.go.id/peta-sebaran>. [Accessed: 03-Oct-2020].
- [7] “Morgan Stanley: Indonesia Tertinggal dalam Penanganan Corona - Bisnis Tempo.co,” *Tempo Online*, 12-May-2020.
- [8] A. I. Almuttaqi, “Kekacauan Respons terhadap COVID-19 di Indonesia,” Mar. 2020.
- [9] Banyumurti, Indriyatno. 2018. Mengenal Hoaks. Banyumurti.net (<https://literasidigital.id/books/mengenal-hoaks/>)
- [10] _____ . Antisipasi Hoaks. Banyumurti.net (<https://literasidigital.id/books/antisipasi-hoaks/>)

Lampiran 1. Surat Pernyataan Kesiapan Mitra Kerja Sama



Lampiran 2. Peta dari Universitas Tarumanagara ke SMK Sumbangsih Multimedia



Lampiran 3. Materi

Komunikasi Hoax Di Media Sosial Pada Generasi Millennial

Sisca Aulia, S.I.Kom., M.Si

SMK Sumbangsih
14 Oktober 2020

Apa ciri generasi internet?

Saling terhubung (connected) pengguna media digital, rentang perhatian mereka, responsive, gaya komunikasi yang lebih terbuka.

Kaum muda dan media baru saling memengaruhi dalam produksi dan konsumsi, dari kultur media dan kultur kaum muda.



Apa kata Tapscott tentang generasi internet



Freedom — menegaskan konsep kebebasan yang dilakukan kaum muda dalam media baru, baik membuka identitas atau merahasiakannya tanpa dipertanyakan oleh siapapun;

Customization — kaum muda adalah konsumen yang aktif, yakni mencari dan memperoleh apa yang dikehendaki, sekaligus apa yang diinginkannya dan tahu dimana mencarinya;

Scrutinizer (detil) — kaum muda bersikap kritis untuk melakukan seleksi atas fiksi dan fakta informasi, sekaligus antara yang nyata dan bersifat absurd;



Integrity — kaum muda dalam media baru mempunyai komitmen terhadap kejujuran, kesadaran, transparansi dan bertanggungjawab, sehingga menolak stereotipe buruk yang disandangkan kaum muda dalam dimensi offline

Collaboration — menolak anggapan bahwa kaum muda dan media baru hidup soliter, sebaliknya mereka berjejaring menggunakan berbagai media sosial, bahkan mereka menciptakan kolaborasi untuk kepentingan tertentu yang bisa jadi tidak mungkin dilakukan dalam dimensi offline

Entertainment — kaum muda dan media baru memungkinkan untuk mendapatkan kesenangan dan mencari kesenangan yang dibutuhkan seperti hiburan dan informasi yang dibutuhkan



Speed — kaum muda dan media baru menciptakan respons cepat dan budaya instan, mengingat kecepatan yang disajikan media baru yang di dukung infrastruktur yang memadai menghasilkan quick respond dan real time communication;

Innovation — kaum muda dan media baru sebagai pencetus ide dan temuan baru untuk saat ini dan masa datang, bahkan mereka dalam kesehariannya sangat terlekat dan tertanam pada perkembangan teknologi informasi (techno-literate).



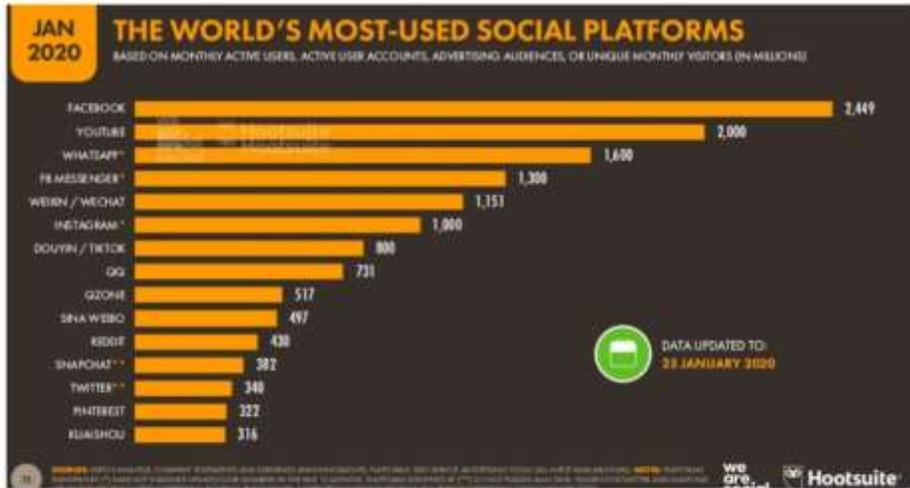
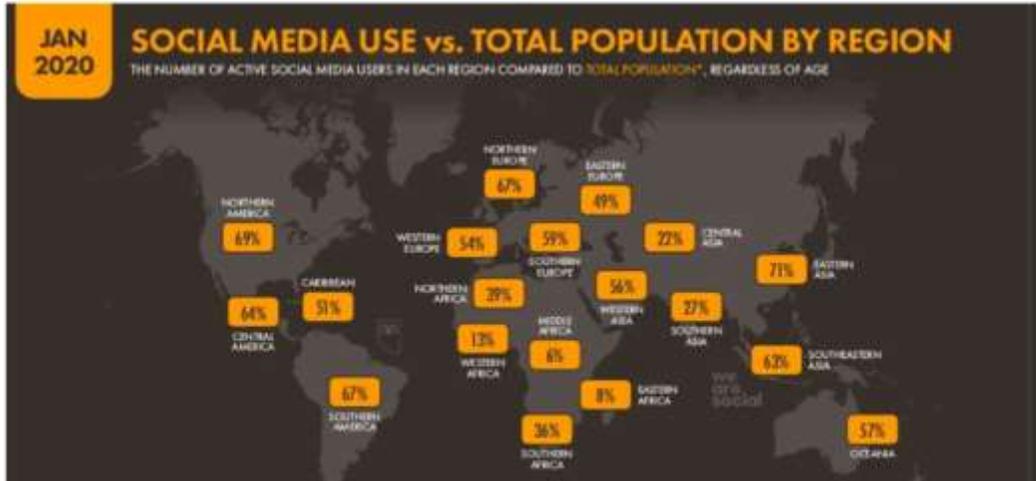
Media Sosial

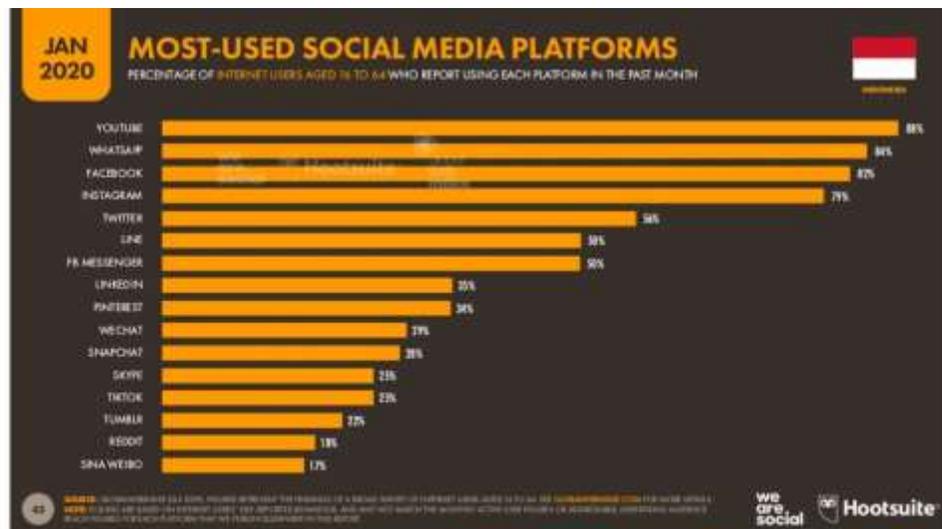
Media Sosial mengacu pada aktivitas, praktik, dan perilaku di antara yang berkumpul secara online untuk berbagi informasi, pengetahuan, opini dengan memanfaatkan media percakapan.

Media percakapan ini merupakan aplikasi berbasis web yang memungkinkan seseorang menciptakan dan menyebarkan konten dengan mudah, baik konten berupa video, kata-kata, gambar, maupun audio

(Safko & Brake, The Social Media Bible)







Jenis- Jenis Layanan Media Sosial

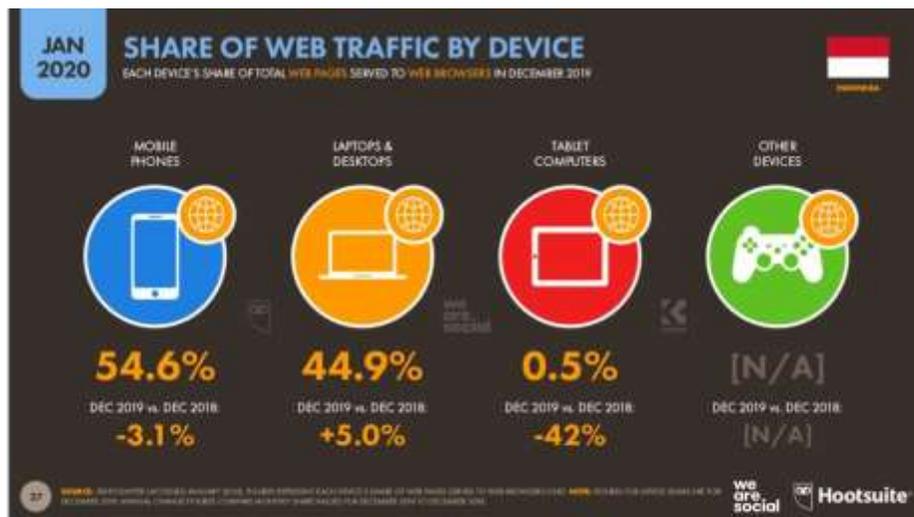
1. Layanan Blog (Blogspot, WordPress, dll)
2. Layanan Jejaring Sosial (Facebook, Lindkedin, dll)
3. Layanan blog mikri (Twitter, dll)
4. Layanan berbagi media (Instagram, Flickr, dll)
5. Layanan Forum (Kaskus, Quora, dll)
6. Layanan Kolaborasi (Wikipedia, dll)





MEDIA SOSIAL adalah ENGAGEMENT

- *Communication* (mengirimkan pesan)
- *Collaboration* (mengajak customer untuk berdiskusi atau menciptakan sesuatu)
- *Education* (memperkenalkan sesuatu kepada pembeli)
- *Entertainment* (membuat customer terhibur)



Literasi Media

- James W. Potter mendefinisikan literasi media sebagai satu perspektif seseorang secara aktif guna memberdayakan dirinya sendiri dalam menafsirkan sebuah pesan-pesan yang diterima serta cara mengantisipasinya (Potter, 2005:22).
- Literasi media merupakan pendidikan yang mengajari khalayak media agar memiliki kemampuan dalam menganalisis pesan media serta memahami bahwa semua informasi atau pesan yang disampaikan harus disaring terlebih dahulu.



7 kegiatan literasi media menurut James W. Potter dalam buku berjudul Media Literacy

1. *Analyze*/Menganalisa
2. *Evaluate*/Menilai
3. Grouping/Pengelompokkan
4. *Induction*/Induksi
5. *Deduction*/Deduksi
6. Synthesis/Sintesis
7. Abstracting/abstrak



6 Langkah mendeteksi berita hoax

1. Melakukan kroscek judul berita
2. Melihat alamat situs *web*
3. Melakukan pengecekan fakta
4. Melakukan pengecekan terhadap foto berita
5. Mengikuti *fanpage* anti-*hoax*
6. Melaporkan konten yang negatif



Penyebarnya di media sosial atau internet akan dijera dengan pasal 28 ayat 1 dan 2 UU ITE, yang berbunyi bahwa *setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik (ayat 1) dan setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA) dengan hukuman paling lama enam tahun dan denda 1 miliar (ayat 2).*

Selain pasal 28 ayat 1 dan 2, ada juga pasal 14 yang berbunyi bahwa *barangsiapa, dengan menyiarkan berita atau pemberitahuan bohong, dengan sengaja menerbitkan keonaran di kalangan rakyat, dihukum dengan hukuman penjara setinggi-tingginya sepuluh tahun.* Serta pasal 15 yang berbunyi bahwa *barangsiapa menyiarkan suatu berita atau mengeluarkan pemberitahuan yang dapat menerbitkan keonaran di kalangan rakyat, sedangkan ia patut dapat menyangka bahwa berita atau pemberitahuan itu adalah bohong, dihukum dengan penjara setinggi-tingginya tiga tahun.*





UNTAR untuk INDONESIA



Lampiran 4 LoA Serina 2020

No : 108-L-Serina/Untar/XI/2020
Perihal : Penerimaan Artikel
Lampiran : Form Penilaian dan Form Registrasi

Yth. Bapak/ Ibu Sisca Aulia
Universitas Tarumanagara

Dengan hormat,

Bersama ini kami informasikan bahwa makalah Bapak/Ibu dengan judul: "LITERASI KOMUNIKASI DIGITAL MENGHADAPI HOAX" dengan ID Artikel: 025-PKM

Dinyatakan: **Diterima di Prosiding dengan Revisi**

Berdasarkan hasil penilaian komite ilmiah, artikel Bapak/Ibu direkomendasikan untuk dipublikasikan ke **PROSIDING**. Revisi makalah diunggah langsung ke serina@untar.ac.id dengan subjek **NO.ID-REVISI-NAMA PENULIS PERTAMA** paling lambat tanggal **1 Desember 2020**.

Berikut kami lampirkan form penilaian dari Komite Ilmiah beserta dengan form registrasi. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu dapat segera melakukan **registrasi paling lambat tanggal 30 November 2020**.

Selanjutnya kami mengundang Bapak/Ibu hadir dan berpartisipasi untuk mempresentasikan artikel dalam acara Serina Untar 2020 pada tanggal 2 Desember 2020 yang dilaksanakan secara daring. Atas keikutsertaan dan perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami,
Ketua Panitia Serina Untar 2020



Lampiran 5

CURRICULUM VITAE

Data Pribadi

Nama : Sisca Aulia
Tempat dan Tgl Lahir : Jakarta, 22 Oktober 1988
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat Rumah : Petojo Binatu gg II no.15B
Jakarta Pusat
No. HP : 081218244449
Email : siscaa@fikom.untar.ac.id

Riwayat Pendidikan

Tahun	Jenjang	Perguruan Tinggi	Jurusan	Peminatan
2007	S-1	Universitas Tarumanagara	Ilmu Komunikasi	Periklanan
2013	S-2	Universitas Indonesia	Ilmu Komunikasi	Marketing Komunikasi

Pengalaman Non Akademik

Tahun	Kegiatan
2012	Menyiapkan unit PR Universitas Tarumanagara
2013-2015	Kepala Bidang Internal, Protokoler, dan <i>Event Organizer</i>
2014	Tim Editor Majalah T-Magz Volume 1
2014	Tim Editor Majalah T-Magz Volume 2
2015	Tim Editor Majalah T-Magz Volume 3

Penelitian

Tahun	Judul Penelitian
2011	Proses Pembuatan Keputusan Konsumen <i>Red Mango</i> Melalui Twitter
2013	<i>Research Consumer Insight 7-Eleven</i>
2015	Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap Kepuasan dan <i>Word of Mouth</i> Di perguruan Tinggi Swasta
2018	Komunikasi Bisnis Agregator Di Era Digital

Pengabdian Kepada Masyarakat

Tahun	Kegiatan
2014	Taman Cerdas Anak (TCA) Dewan Perwakilan Mahasiswa sebagai Mentor

Artikel, Jurnal, Procciding

Tahun	Judul	Lembaga Penyelenggara
2011	Proses Pembuatan Keputusan Konsumen <i>Red Mango</i> Melalui Twitter	Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanagara
2012	Seminar Nasional Ilmu Komunikasi 2012	FISIP Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
2015	Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap Kepuasan dan <i>Word of Mouth</i> Di perguruan Tinggi Swasta	Lembaga Penelitian Universitas Trisakti
2017	The 1 st Communication , Culture & Tourism Conference (CCTC) 2017	ASPIKOM Wilayah Riau
2019	Komunikasi Kontemporer Dan Masyarakat (KNKH 2019) “Pengaruh Brand Image dan Word of Mouth Terhadap Loyalitas Konsumen Go-Jek”	Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara
	Proceedings of the Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2019) “Communication Technology as Support for Online Transportation (Case Study of GO-JEK in Indonesia)” https://www.atlantis-press.com/proceedings/ticash-19/125940648	Universitas Tarumanagara
2020	Proceedings of the 2nd Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2020) “Asia TV Web Public Relations Strategy In Building Brand Image (Case Study of Megakiss Esports)” https://www.atlantis-press.com/proceedings/ticash-20/125948198	Universitas Tarumanagara
	Konferensi Nasional Komunikasi Humanis 2020 “Pengaruh Influencer dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian”	Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara
	<u>Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital</u> https://journal.untar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/9829	Jurnal Komunikasi

Peserta, Pembicara, Panitia dalam Konferensi/ Seminar/ Lokakarya/ Simposium

Tahun	Judul Kegiatan	Penyelenggara	Sebagai
2012	Konvensi Nasional Humas Indonesia 2012	Perhumas	Peserta
	Seminar Nasional Ilmu Komunikasi 2012	FISIP Universitas Sultan Ageng Tirtayasa	Peserta
	Seminar Nasional Ilmu Komunikasi 2012	FISIP Universitas Sultan Ageng Tirtayasa	Pemakalah
2013	International Conference on Entrepreneurship and Business Management 2013	Universitas Tarumanagara	Peserta
	International Conference on Entrepreneurship and Business Management 2013	Universitas Tarumanagara	Panitia
	Seminar "Update management of Low Back Pain: Basic to Advance"	Fakultas Kedokteran Universitas Tarumanagara	Peserta
	Pelatihan Nasional: "Pengendalian Proyek Konstruksi dan Aplikasi <i>System Dynamics</i> "	Universitas Tarumanagara dan Universitas Warmadewa	Peserta
	Seminar Nasional Kewirausahaan & Inovasi Bisnis III	Universitas Tarumanagara	Peserta
	Wisuda ke-61 Universitas Tarumanagara	Universitas Tarumanagara	Panitia
	Wisuda ke-62 Universitas Tarumanagara	Universitas Tarumanagara	Panitia
2014	Rapat Kerja Universitas 2014	Universitas Tarumanagara	Panitia
	Kontes Robot Indonesia regional 1	Universitas Tarumanagara	Panitia
	Perayaan Imlek 2565	Universitas Tarumanagara	Panitia
	Wisuda ke-63 Universitas Tarumanagara	Universitas Tarumanagara	Panitia
	Wisuda ke-64 Universitas Tarumanagara	Universitas Tarumanagara	Panitia
	Seminar " <i>Urban Poor Housing The River Basins in Jakarta – A Strategic Design and Planning for 2025</i> "	Fakultas Teknik Universitas Tarumanagara	Peserta
	HUT Universitas Tarumanagara ke-55	Universitas Tarumanagara	Panitia
	International Conference on Entrepreneurship and Business Management 2014	Universitas Tarumanagara	Panitia

	International Conference on Entrepreneurship and Business Management 2014	Universitas Tarumanagara	Peserta
	“Education Seminar” Current Trends in Curriculum Development	Learning Resources Centre Tarumanagara University	Peserta
	Perayaan Natal Tahun 2014	Universitas Tarumanagara	Panitia
2015	International Conference on Entrepreneurship and Business Management 2015	Universitas Tarumanagara	Panitia
	Seminar Nasional Cendekiawan 2015	Lembaga Penelitian Universitas Trisakti	Peserta
	Seminar Nasional Cendekiawan 2015	Lembaga Penelitian Universitas Trisakti	Pemakalah
2018	Seminar Nasional Konferensi Nasional Komunikasi Humanis 2018	Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara	Pemakalah
	Tim QS Rating 2019	Universitas Tarumanagara	Tim Pendukung
2019	Seminar Nasional Konferensi Nasional Komunikasi Humanis 2019	Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara	Pemakalah
	Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences & Humanities (<i>TICASH</i>)	Universitas Tarumanagara	Pemakalah
	Tim Verifikasi dan Penerbitan Surat Keterangan Pendamping Ijasah (SKPI)	Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara	Koordinator
2020	Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences & Humanities (<i>TICASH</i>)	Universitas Tarumanagara	Pemakalah
	Tim Verifikasi dan Penerbitan Surat Keterangan Pendamping Ijasah (SKPI)	Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara	Koordinator
	Serina Untar 2020	Universitas Tarumanagara	Pemakalah & Moderator
	Konferensi Nasional Komunikasi Humanis	Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara	Pemakalah & Moderator

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Zita Retno Hapsari
Tempat dan Tanggal Lahir : Yogyakarta, 24 April 1970
Status Perkawinan : Menikah
Jabatan Fungsional Akademik :
Alamat Kantor : Universitas Tarumanagara
Jln. S. Parman No 1, Grogol, Jakarta Barat

Telp Kantor : (021) 56960586
Alamat Rumah : Citra Raya Blok I 17/35 Cikupa ,Tangerang
Hp. : 0811893815
Email : zitah@fikom.untar.ac.id

A. PENDIDIKAN FORMAL

Jenjang	Perguruan Tinggi	Jurusan/Bidang
S1	Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta	PBI, FKIP
S2	Universitas Indonesia	Komunikasi Pollitik

B. PENDALAMAN KERJA

1. Pengalaman Mengajar
Mata Kuliah yang diampu:
 - a. Produksi Televisi
 - b. Publik Opini dan Propaganda
 - c. Jurnalistik Televisi

C. PENGALAMAN PENELITIAN

No	Tahun	Judul Penelitian
1	2017	Budaya dan Komunikasi Organisasi Pada Stasiun Televisi di Indonesia (Fenomenologi Pemaknaan Para Jurnalis Terhadap Organisasinya di Tiga Stasiun Televisi Swasta)
2	2018	Pemanfaatan Media Sosial di Televisi
3	2018	Digital Marketing pada Komunikasi Pariwisata Kota Ambon: Upaya Menciptakan Engagement Antara Pengelola Kawasan Wisata dengan Pengunjung Melalui Media Sosial

D. PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

No	Tahun	Jenis>Nama Kegiatan
1	2019	Pengelolaan Media sebagai Sarana Promosi Warung Bakso Mahkota

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, Januari 2021



AULIA RACHMAN

PERSONAL

Name : Aulia Rachman
 Birthday : 08 Mei 1999
 Address : Jl. Tegol Parang Utara 4 no 34
 Phone : 089512242239
 Email : auliar08@gmail.com

SKILLS

COMMUNICATION ██████████
 CREATIVITY ██████████
 TEAMWORK ██████████
 ORGANIZATION ██████████
 LEADERSHIP ██████████
 TEAMPLAYER ██████████

SOFTWARE

PHOTOSHOP ██████████
 ILLUSTRATOR ██████████
 PREMIER ██████████
 MS OFFICE ██████████
 EFFECT ██████████
 CANVA ██████████

SOCIAL

auliarachmann_

@TlgrAI_247

Aulia Rachman

Education

2005-2011 SDN TEGAL PARANG 01 PAGI	2014-2017 SMK SUMBANGSIH MULTIMEDIA
2011-2014 SMPN 247 JAKARTA SELATAN	2017 UNIVERSITAS TARUMANAGARA

Experience

- 2014 - 2017
OSIS SMK SUMBANGSIH
(ANGGOTA DIVISI KESEHATAN JASMANI)
(KETUA DIVISI KESEHATAN JASMANI)
- 2017
PT FAM (FAJAR ANUGRAH MEDIA)
- 2017 - 2018
BEM FIKOM UNTAR
ANGGOTA DIVISI MEDIA INFORMASI
ANGGOTA DIVISI PUBLIKASI DAN DOKUMENTASI FIKOM EXPO
ANGGOTA LATIHAN KEPEMIMPINAN BEM BEM FIKOM UNTAR
ANGGOTA KETUA DIVISI FUTSAL PIALA FIKOM
MC CHARITY
ANGGOTA DIKSAR INTERNAL BEM FIKOM
- 2018 - 2019
BEM FIKOM UNTAR
WAKIL MEDIA INFORMASI
WAKIL PIALA FIKOM
DIVISI ANGGOTA ACARA FIKOM EXPO 2019
- 2019-2020
MAHKAMAH MAHASISWA UNTAR
ANGGOTA DIVISI HUMAS
ANGGOTA DIVISI PUBLIKASI DAN DOKUMENTASI JUDICATIVE VISIT
ANGGOTA ACARA STUBAN

HOBBIES



TRAVEL



SPORT