

## ***SOCIAL MEDIA LITERACY AND POLITIC PARTICIPATION EARLY VOTER IN TANGERANG<sup>\*1</sup>***

Endah Murwani<sup>\*</sup>, Maria Advenita Gita Elmada  
Universitas Multimedia Nusantara  
e-Mail<sup>\*</sup>: endahmurwani@umn.ac.id

### ***Abstract***

*The background of this activity is the the decreasing of teen's interest and participation as the early voter in the political process. Social media use become the alternative that is expected to increase interactive political participation. On the other hand, the spreading of hoax through social media potentially disturb this political process. Thus, the social media literacy is needed by the early voter in order to accessing the political information in the right way. The method use in this activity is a workshop, including the technical way of using social media, knowledge about social media regulation, knowledge about the function and what's in social media, also strategy in avoiding hoax when searching for political information. The workshop was held on September 19, 2018, with 66 students of SMA Negeri 5 Tangerang as the participants. The evaluation result shows that the participants are now able to search for political information and identify which one is hoax or not.*

***Keywords:*** literacy, social media, political participation, early voter

---

<sup>1</sup> Dipresentasikan pada Konferensi Nasional PkM-CSR, Lombok, 23-25 Oktober 2018

## LITERASI MEDIA SOSIAL DAN PARTISIPASI POLITIK PEMILIH PEMULA DI TANGERANG

Endah Murwani\*, Maria Advenita Gita Elmada

Universitas Multimedia Nusantara  
e-Mail\*: endahmurwani@umn.ac.id

### Abstrak

Kegiatan ini dilatarbelakangi fenomena berkurangnya ketertarikan dan keterlibatan remaja sebagai pemilih pemula dalam proses politik. Penggunaan media sosial menjadi alternatif yang diharapkan dapat mendorong politik partisipatif yang bersifat interaktif. Di sisi lain, mewabahnya *hoax* melalui media sosial dapat mengganggu kehidupan masyarakat. Untuk itu, literasi penggunaan media sosial penting dilakukan dengan tujuan para pemilih pemula - bisa menggunakan media sosial dengan benar dalam mengakses informasi politik. Metode yang digunakan untuk kegiatan literasi ini berupa pelatihan. Materi pelatihan mencakup ketrampilan teknis penggunaan media sosial, pengetahuan tentang regulasi media sosial, pemahaman fungsi dan isi media sosial dan strategi pencarian informasi politik. Pelatihan dilaksanakan pada tanggal 19 September 2018 dengan peserta sebanyak 66 siswa SMA Negeri 5 Tangerang. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta dapat mencari informasi politik dengan benar dan dapat mengidentifikasi informasi/berita *hoax*.

**Kata kunci:** literasi, media sosial, partisipasi politik, pemilih pemula

### PENDAHULUAN

Media sosial saat ini digunakan sebagai kekuatan alternatif yang memberikan kesempatan sama kepada siapapun untuk memperoleh dan berbagi informasi mengenai fenomena yang sedang terjadi. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media interaksi sosial, akan tetapi saat ini juga digunakan sebagai *the new soft weapon of democracy* (Wired Magazine, 16 April 2013). Di berbagai Negara, media sosial digunakan untuk memenangkan pertarungan menuju kursi kepresidenan. Selain itu, media sosial digunakan untuk memfasilitasi gerakan sosial dan memberdayakan aspirasi masyarakat untuk berpartisipasi dalam kehidupan politik.

Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2016, mayoritas pengguna internet dan media sosial di Indonesia adalah pelajar SMP, SMA, dan mahasiswa. Sasaran penggunaan media sosial dalam kampanye politik adalah anak muda kelas menengah yang nota bene sebagai pemilih pemula. Oleh karena itu, media sosial menjadi alternatif yang memungkinkan anak muda untuk terlibat dalam proses politik. Hasil penelitian yang dilakukan Dimitrova dkk (2014: 96) menunjukkan bahwa penggunaan media digital memiliki korelasi positif dan signifikan terhadap partisipasi politik. Penggunaan media sosial oleh anak muda untuk terlibat dalam politik merupakan bentuk politik partisipatif (*participatory politic*) yang bersifat interaktif. Banyaknya anak muda yang bersikap apatis terhadap politik membuat pendekatan politik terhadap anak muda juga harus dilakukan dengan memahami cara berpikir mereka.

Namun demikian, ternyata media sosial disalahgunakan untuk menyebarkan berbagai berita bohong yang dapat menimbulkan keresahan dan membahayakan persatuan dan kesatuan bangsa. Hasil survei yang dilakukan Masyarakat Telematika Indonesia (2017) memperlihatkan bahwa saluran penyebaran

berita hoax, menunjukkan 92,40% berita hoax disebarikan melalui media sosial baik Facebook, Twitter, maupun Instagram.

Penggunaan media sosial dinilai efektif untuk penyebaran berita hoax karena data yang dilansir oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2016 memperlihatkan penetrasi pengguna internet di Indonesia telah mencapai 132,7 juta orang atau 51.1% dari total penduduk Indonesia. Dari jumlah pengguna internet tersebut, sebanyak 129,2 juta orang atau 97,4% mengakses konten media sosial. Secara rinci konten media sosial yang paling banyak dikunjungi adalah Facebook yang mencapai 54% atau 71,6 juta orang, Instagram sebesar 15% atau 19,9 juta orang, Youtube sebesar 11% atau 14.5 juta orang, Google+ sebesar 6% atau sebanyak 7.9 juta orang dan Twitter sebesar 5.5% atau 7.2 juta orang.

Meskipun pengguna internet Indonesia semakin meningkat dari tahun ke tahun, akan tetapi penelitian The World's Most Literate Nations (WMLN) tahun 2016 tentang tingkat literasi dunia, menempatkan Indonesia pada urutan 60 dari 61 negara yang disurvei. Posisi Indonesia berada satu tingkat diatas Botswana, negara kecil di benua Afrika yang berpenduduk 2,1 juta jiwa. Masyarakat yang tingkat literasinya rendah merupakan tempat yang potensial bagi perkembangan berita-berita hoax.

Hoax semakin mewabah menjelang Pemilihan Umum 2019. Kementerian Komunikasi dan Informatika mengidentifikasi 62 konten hoax yang tersebar di internet dan media sosial berkaitan dengan pemilu 2019 selama Agustus-Desember 2018. Sedangkan menurut data subdirektorat Cyber Crime Polda Metro Jaya, terdapat sekitar 300 konten media sosial menyebarkan berita hoax. Berdasarkan catatan Dewan Pers, di Indonesia terdapat sekitar 43.000 situs di Indonesia yang mengklaim sebagai portal berita. Dari jumlah tersebut, yang sudah terverifikasi sebagai situs berita resmi tidak sampai 300. Sehingga puluhan ribu situs yang berpotensi menyebarkan berita palsu di internet yang perlu diwaspadai. Konten-konten hoax tersebut sebagian besar diproduksi oleh para buzzer politik yang sering menggunakan nama-nama menyerupai media yang terverifikasi.

Untuk itu perlu dilakukan pelatihan terhadap siswa SMA sebagai pemilih pemula untuk bijak bermedia sosial, menanggapi banyaknya informasi, serta mengenal bahwa ada kategori misinformasi dan disinformasi yang harus diwaspadai dalam penggunaan media sosial. Tahun 2019 sebagai tahun politik juga harus menjadi perhatian para pemilih pemula agar dapat secara aktif dan positif menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana partisipasi politik mereka.

Permasalahannya adalah apakah siswa SMA sebagai pemilih pemula sudah melek menggunakan media sosial dengan benar dalam mengakses informasi politik dan mencegah hoax? Pertimbangan ini yang melatarbelakangi pentingnya dilakukan literasi media sosial pada siswa SMA sebagai pemilih pemula. Adapun tujuan pelatihan literasi media sosial adalah untuk: 1) Memberikan pemahaman pada siswa SMA sebagai pemilih pemula tentang pentingnya penggunaan media sosial secara sehat; 2) Memberikan pengetahuan dan ketrampilan tentang cara mendeteksi kebenaran berita/informasi politik.

## **METODE**

Kegiatan literasi media sosial dilakukan berdasarkan kerangka *Public Relations Planning* dari Smith (2008), dengan tahap sebagai berikut : Pertama, *Formative Research* melakukan analisis terhadap situasi, organisasi dan publik. Pada tahap ini dilakukan dengan mengidentifikasi kebutuhan untuk pelatihan literasi media sosial dalam meningkatkan partisipasi politik siswa SMA sebagai pemilih

pemula dan pencegahan hoax. Identifikasi kebutuhan ini digunakan untuk menyusun materi pelatihan literasi penggunaan media sosial dan pencegahan hoax.

Kedua, *Strategy*, menetapkan tujuan dan sasaran. Hasil dari pemetaan digunakan untuk menentukan tujuan pelatihan literasi, yaitu bijak menggunakan media sosial dalam proses partisipasi politik. Ketiga, *Tactic*, memilih taktik komunikasi, yaitu dilakukan dengan mengemas kegiatan dalam bentuk pelatihan. Keempat, *Evaluation*. Tahap evaluasi ini dilakukan untuk mengukur tingkat pemahaman dan ketrampilan dari materi pelatihan yang telah diberikan. Untuk mengukur tingkat pemahaman terhadap materi yang diberikan dalam pelatihan, dilakukan dengan memberi pertanyaan kepada para peserta pelatihan. Sedangkan untuk mengukur tingkat ketrampilan yang telah dikuasai para peserta yaitu dengan mempraktekkan cara memeriksa kebenaran informasi/berita yang diperoleh.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pelatihan literasi media sosial untuk meningkatkan partisipasi politik pemilih pemula dan pencegahan hoax dilaksanakan pada tanggal 10 Oktober 2018 bertempat di SMA Negeri 5 Tangerang. Adapun jumlah siswa yang terlibat dalam kegiatan pelatihan sebanyak 66 siswa kelas XI.

Dari identifikasi kebutuhan pelatihan literasi media sosial untuk meningkatkan partisipasi politik, maka materi pelatihan mencakup: definisi dan tujuan literasi media sosial, peran media sosial dalam komunikasi politik dan cara penggunaan media sosial dengan benar. Penyampaian materi pelatihan dilakukan oleh Dr. Endah Murwani, M.Si dan dan Maria Advenita Gita Elmada, S.I.Kom.

Pelatihan diawali dengan menggali perilaku penggunaan media sosial para peserta pelatihan. Seluruh peserta menyatakan bahwa setiap hari mereka menggunakan media sosial melalui telepon seluler dan laptop/notebook. Mayoritas siswa menyatakan rata-rata waktu menggunakan media sosial berkisar 3-4 jam/hari, bahkan beberapa siswa menggunakan waktu bermedia sosial 5-6 jam. Sedangkan media sosial yang digunakan siswa adalah instagram dan line. Namun demikian ada sebagian kecil siswa selain instagram dan line, juga menggunakan *twitter* dan *facebook*.

### **Pengertian dan Tujuan Literasi Media Sosial**

Materi pelatihan sesi pertama dimulai dengan definisi literasi media. Menurut European Commission (2009) mendefinisikan literasi media sebagai berikut: *Media literacy may be as the ability to access, analyse and evaluate the power of image, sounds, messages which we are now confronted with on a daily basis and are an important part of our contemporary culture, as well as to communicate competently in media available on a personal basis*. Literasi media adalah “Kemampuan untuk mengakses media, memahami dan mengevaluasi isi pesan media, dan membuat isi pesan media dalam berbagai konteks” (European Community, 2009).

Selanjutnya dipaparkan mengenai tujuan literasi media sebagai berikut: Pertama, tujuan perlindungan -media dipandang dapat menimbulkan dampak negatif sehingga pengguna media perlu dilindungi, Kedua, media memiliki fungsi positif sebagai salah satu sumber belajar. Kegiatan literasi media dilakukan untuk memberi pengetahuan dan keterampilan pada khalayak agar dapat mengoptimalkan isi media untuk kepentingannya. Ketiga, tujuan partisipasi -mengajak khalayak untuk mengawasi isi media dan mendorong adanya perubahan isi media yang lebih baik; memanfaatkan media sebagai sarana menyampaikan aspirasi; menggunakan media untuk mendorong perubahan sosial dan partisipasi politik. Keempat, tujuan aksi –untuk mengajak masyarakat untuk secara aktif menyampaikan aduan.

## **Peran Media Sosial dalam Komunikasi Politik**

Sesi kedua memaparkan tentang jenis media sosial, fungsi dan perannya dalam proses komunikasi politik. Media sosial termasuk dalam kategori *collective participatory media* (Mc Quail, 2000 : 127) yang mana para penggunanya bisa mudah untuk berpartisipasi, berkolaborasi, berbagi ide-informasi-pengalaman, mengembangkan pertemanan dan membangun komunitas.

Secara garis besarnya, Kaplan & Haenlein (2010) mengklasifikasikan media sosial menjadi 6 jenis yaitu : 1) *collaborative projects* (contohnya *wikipedia*); 2) *blogs and microblogs* (contoh *blog dan twitter*); 3) *content communities* (contoh *YouTube dan DailyMotion*); 4) *social networking sites* (contohnya *Facebook*); 5) *virtual game worlds* (contoh *World of Warcraft*) dan 6) *virtual social worlds* (contohnya *SecondLife*)

Menurut McMillian (2002) media sosial menjadi pilihan bagi partai politik dan para politisi dengan tujuan : 1) Meningkatkan interaktivitas atau komunikasi dua arah yang terjadi antara organisasi dengan publiknya; 2) Mampu menjangkau area yang lebih luas; 3) Mampu menyebarkan pesan tanpa melalui proses *gatekeeping* layaknya media massa. Melalui media sosial, partai politik dan politisi sebagai aktor politik perlu memperhatikan citra yang akan dibangunnya. Untuk itu, Kelly (2008) menyatakan bahwa identitas yang jelas akan menjadi pembeda dengan yang lain, seperti logo, nama, simbol maupun slogan. Penggunaan media sebagai identitas harus meliputi sisi kreatif yang kuat, mampu menyampaikan informasi secara mendalam dan interaktif, mampu merangkul dan dekat dengan audiens, serta pesan dapat diterima dengan beragam cara.

Pengelolaan media sosial secara *up to date* dan menjaga komunikasi secara konsisten dengan menggunakan struktur percakapan yang sedang berkembang dalam lingkungan masyarakat menentukan proses pencitraan melalui media sosial (Lipiainen & Karjaluo, 2012). Untuk itu konsistensi menjadi kata kunci yang perlu dipahami seluruh pihak. Selain itu politisi juga menghadapi tantangan lain terkait penggunaan media sosial sebagai upaya pembentukan *image* menampilkan pribadi sesuai dengan harapan masyarakat (Guervitch, *et.al.*, 2009)

## **Cara Penggunaan Media Sosial dengan Benar**

Pada sesi terakhir pelatihan literasi media sosial dipaparkan tentang hoax, jenis-jenis hoax dan diajarkan cara untuk mengidentifikasi suatu informasi/berita hoax. Istilah Hoax –menurut Lynda Walsh dalam buku ‘Sins Against Science’ merupakan istilah dalam Bahasa Inggris yang masuk sejak era industri, yang diperkirakan pertama kali muncul pada tahun 1808. Asal kata hoax diyakini ada sejak ratusan tahun sebelumnya, yakni ‘hocus’ dari mantra ‘hocus pocus’, frasa yang sering disebut oleh pesulap atau penyihir sebagai mantra untuk menyatakan semua yang dilakukannya benar atau nyata. Popularitas hoax di kalangan pengguna internet mulai menanjak setelah film *The Hoax* tahun 2006 yang mengisahkan tentang skandal pembohongan atau penipuan terbesar di Amerika Serikat. Pemakaian kata hoax juga makin populer dengan berkembangnya media sosial, yang berimbas pada masifnya peredaran informasi. Semua kabar yang diragukan kebenarannya dianggap sebagai kabar hoax.

Selanjutnya dipaparkan jenis-jenis informasi hoax sebagai berikut: 1) *Fake news* -berita bohong. Berita ini bertujuan untuk memalsukan atau memasukkan ketidakbenaran dalam suatu berita; 2) *Clickbait*- tautan jebakan. Jenis tautan yang diletakkan secara strategis di dalam suatu situs dengan tujuan untuk menarik orang masuk ke situs lainnya. Konten di dalam tautan ini sesuai fakta namun judulnya dibuat berlebihan atau dipasang gambar yang menarik untuk memancing pembaca; 3)

*Confirmation bias* - bias konfirmasi, yaitu kecenderungan untuk menginterpretasikan kejadian yang baru terjadi sebagai bukti dari kepercayaan yang sudah ada; 4) *Misinformation* -informasi yang salah atau tidak akurat, terutama yang ditujukan untuk menipu; 5) *Satire* -sebuah tulisan yang menggunakan humor, ironi, hal yang dibesar-besarkan untuk mengomentari kejadian yang sedang hangat; 6) *Post-truth*: Pasca-kebenaran- kejadian di mana emosi lebih berperan daripada fakta untuk membentuk opini public; 7) *Propaganda* - aktifitas menyebar luaskan informasi, fakta, argumen, gosip, setengah-kebenaran, atau bahkan kebohongan untuk mempengaruhi opini public.

Peserta kemudian diberikan gambaran terkait bagaimana iklim media sosial saat ini, terutama fakta bahwa isi Media Sosial menurut data Kementerian Koordinator Bidang Politik, Hukum dan Keamanan: 90,30% berita bohong, 21,60% Informasi bersifat menghasut, 59% informasi tidak akurat. Serta kenyataan bahwa konten negatif ini berdampak pada persepsi masyarakat. Penelitian yang dilakukan LIPI menunjukkan 86% mahasiswa dari lima perguruan tinggi ternama di Pulau Jawa menolak ideologi Pancasila.

Ciri-ciri hoax dikenalkan kepada peserta untuk kemudian memberikan gambaran kepada peserta serta menuntun mereka sebelum akhirnya bisa mengidentifikasi hoax. Ciri hoax yang dimaksud adalah: (1) menciptakan kecemasan, kebencian, permusuhan, dll., (2) sumber tidak jelas dan tidak ada yang bisa dimintai tanggung jawab atau klarifikasi, (3) pesan sepihak, menyerang, dan tidak netral atau berat sebelah, (4) mencatut nama tokoh berpengaruh atau pakai nama mirip media terkenal, (5) memanfaatkan fanatisme atas nama ideologi, agama, suara rakyat, (6) judul dan pengantarnya provokatif dan tidak cocok dengan isinya, (7) memberi penjurukan, (8) minta supaya dishare atau diviralkan, (9) menggunakan argumen dan data yang sangat teknis supaya Nampak ilmiah dan dipercaya, (10) artikel yang ditulis biasanya menyembunyikan fakta dan data serta memelintir pernyataan narasumbernya, (11) berita ini biasanya ditulis oleh media abal-abal. Media yang tidak jelas alamat dan susunan redaksi, (7) manipulasi foto dan keterangannya. Foto-foto yang digunakan biasanya sudah lama dan berasal dari kejadian di tempat lain dan keterangannya juga dimanipulasi. Pelaku juga dapat mengubah latar dan foto sebuah peristiwa dengan mengandalkan kecanggihan piranti pengolah gambar dan keterampilannya.

Bagian terakhir, diajarkan cara untuk mengidentifikasi suatu informasi/berita hoax, yaitu sebagai berikut: Pertama, memperhatikan judul. Peserta pelatihan diajarkan cara untuk mengantisipasi judul provokatif. Apabila menjumpai berita dengan judul provokatif, peserta pelatihan diminta mencari referensi berupa berita serupa dari situs online resmi, kemudian dibandingkan isinya, apakah sama atau berbeda. Pada bagian ini, diberikan contoh judul-judul provokatif: 1) “Ketik Amin Untuk Doakan kesehatan Ibu anda. Bagikan anda rezekinya selalu bertambah”; 2) “Coba ketik angka 1 di kolom komentar untuk melihat gambar bergerak”; 3) “Heboh anak ini bisa mindahin Bulan ke rumah minion, Sebarkan agar seluruh dunia waspada”.

Kedua, peserta pelatihan diajarkan untuk mencermati alamat situs dengan mengecek nama domain dari penyedia berita. Apabila berita berasal dari situs yang belum terverifikasi sebagai institusi pers resmi - misalnya menggunakan domain blog, maka informasinya bisa dinyatakan meragukan. Domain dengan akhiran .id, .gov, .ac.id., .edu. lebih terpercaya dibandingkan dengan domain abal-abal seperti WordPress.com, Blogspot.com, .XYZ dan sejenis.

Ketiga, peserta pelatihan diajarkan untuk mengecek dari mana sumber informasi/berita tersebut berasal. Apakah informasi/berita tersebut dari institusi resmi seperti KPK atau Polri? Sebaiknya peserta jangan langsung percaya pada informasi yang berasal dari penggiat ormas, tokoh politik, atau pengamat. Peserta diminta untuk memperhatikan keberimbangan sumber berita. Jika hanya ada satu

sumber, kita tidak bisa mendapatkan gambaran yang utuh. Bila bersumber dari media, pengguna internet dapat membuka situs resmi dewanpers.or.id untuk melihat nama media yang terdaftar di organisasi pers tersebut.

Keempat, peserta pelatihan diajarkan untuk memeriksa fakta dengan menggunakan google news untuk mengetahui apakah judul berita tersebut ada di Google News.

Kelima, peserta pelatihan diajarkan untuk mengecek keaslian foto yang ada dalam berita tersebut. Caranya dengan memanfaatkan mesin pencari Google: *drag-and-drop* ke kolom pencarian *Google Images*. Hasil pencarian akan menyajikan gambar-gambar serupa yang terdapat di internet sehingga bisa dibandingkan. Contoh foto yang dimanipulasi: Jembatan Somang yang dikabarkan bengkok dengan menyebarkan foto manipulasi di media sosial

Keenam, peserta pelatihan diminta bergabung dalam kelompok diskusi anti-hoax. Di Facebook terdapat sejumlah fanpage dan grup diskusi anti hoax, misalnya Forum Anti Fitnah, Hasut, dan Hoax (FAFHH), Fanpage & Group Indonesian Hoax Buster, Fanpage Indonesian Hoaxes, dan Grup Sekoci. Forum Anti Fitnah, Hasut, dan Hoax (FAFHH), Fanpage & Group Indonesian Hoax Buster, Fanpage Indonesian Hoaxes, dan Gp Sekoci. Dengan bergabung dalam kelompok-kelompok diskusi ini, kita bisa ikut bertanya apakah suatu informasi merupakan hoax atau bukan, sekaligus melihat klarifikasi yang sudah diberikan oleh orang lain. Semua anggota bisa ikut berkontribusi sehingga grup berfungsi layaknya *crowdsourcing* yang memanfaatkan tenaga banyak orang

Dalam pelatihan juga diberikan bagaimana cara melaporkan berita yang meragukan. melalui sarana yang tersedia di masing-masing media. Untuk Facebook, cara melaporkan hoax dengan menggunakan fitur Report Status dan kategorikan informasi hoax sebagai *hatespeech/ harrasment/rude/threatening*, atau kategori lain yang sesuai. Untuk Google, caranya dengan menggunakan fitur *feedback* untuk melaporkan situs dari hasil pencarian apabila mengandung informasi palsu. Sedangkan, twitter memiliki fitur Report Tweet untuk melaporkan kicauan yang bernada negative.

Peserta pelatihan diminta untuk mengadukan ke Kementerian Komunikasi dan Informatika dengan melayangkan e-mail ke alamat [aduankonten@mail.kominfo.go.id](mailto:aduankonten@mail.kominfo.go.id). Bila menemui konten-konten negative. Demikian pula gerakan antihoax seperti Masyarakat Indonesia Anti Hoax juga menyediakan laman untuk menampung aduan hoax dari netizen yaitu [data.turnbackhoax.id](http://data.turnbackhoax.id). TurnBackHoax sekaligus berfungsi sebagai database berisi referensi berita hoax

Evaluasi atas materi pelatihan yang diberikan dilakukan setiap akhir sesi dengan menanyakan kepada peserta terkait materi yang disampaikan, apakah mereka mengerti apa yang telah disampaikan oleh pemateri. Selain itu, peserta juga diminta untuk mempraktikkan materi pelatihan dengan mencobanya langsung di handphone atau laptop yang mereka miliki. Hal ini dilakukan guna memastikan peserta betul memahami dan mengerti, serta mampu mempraktikkan hal terkait literasi media, mencari informasi politik lewat media sosial, serta melakukan cek fakta atas informasi yang mereka temukan di media sosial. Hasilnya, para peserta cukup mumpuni dalam melakukan hal-hal tersebut, dan mereka memiliki kemampuan yang baik untuk dapat mengidentifikasi mana berita yang mengandung informasi yang positif serta fakta yang akurat.

## **SIMPULAN DAN IMPLIKASI**

Simpulan yang dapat ditarik dari hasil kegiatan ini adalah literasi di media sosial penting dilakukan mengingat media sosial merupakan media yang berpotensi besar untuk penyebaran kampanye negatif.

Hasil evaluasi pelatihan menunjukkan bahwa para siswa memperoleh manfaat tentang bagaimana cara untuk menggunakan media sosial dengan benar terkait dengan kampanye pemilu.

Rekomendasi dari simpulan diatas mengerucutkan untuk meningkatkan gerakan literasi media sosial. Para siswa yang tahun 2019 ini sudah memiliki hak untuk berpartisipasi dalam Pemilu diminta untuk menerapkan pada diri mereka masing-masing bagaimana menggunakan media sosial secara sehat.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Rektor dan Direktur LPPM Universitas Multimedia Nusantara, yang telah membiayai program pengabdian masyarakat internal.

### DAFTAR REFERENSI

- Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (2016). Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia, Survey 2016.
- Dedi Rianto Rahadi (2017). *Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax di Media Sosial*, Jurnal Manajemen & Kewirausahaan, Vol 5 no 1, 2017, hal 58-70
- Jasmina Arsenijević, Milica Andevski (2016). *New Media Literacy With in the Context of Socio Demographic Characteristics*, Procedia Technology, Volume 22, 2016, Pages 1142-1151
- Kaplan, A dan Haenlein, M. 2010. *Users of the World, unite! The Challenges and Opportunities of Social Media” Business Horizons 53*. Pages 59-68.
- Masyarakat Telematika Indonesia (2017). *Hasil Survei Mastel Tentang Wabah Hoax Nasional*.
- McQuail, Denis. 2000. *Mass Communication Theory*, London-Thousand Oaks-New Delhi, Sage Publications
- Natista Andarningtyas (2017). *Apa itu Hoax*. <http://www.antaranews.com/berita/605171/apa-itu-hoax>
- Oik Yusuf (2017). *Begini Cara Mengidentifikasi Berita Hoax di Internet*.  
<http://tekno.kompas.com/read/2017/01/09/12430037/begini.cara.mengidentifikasi.berita.hoax.di.internet>
- Respati, S. (2017). *Mengapa Banyak Orang Mudah Percaya Berita “Hoax”?* *Kompas.com*. Retrieved from <http://nasional.kompas.com/read/2017/01/23/18181951/mengapa.banyak.orang.mudah.percaya.berita.hoax>.
- Vibriza Juliswara (2017). *Mengembangkan Model Literasi Media yang Berkebhinnekaan dalam Menganalisis Informasi Berita Palsu (Hoax) di Media Sosial*, Jurnal Pemikiran Sosiologi Volume 4 No. 2 , Agustus 2017

## LAMPIRAN FOTO-FOTO KEGIATAN



Literasi media sosial dan partisipasi politik pemilih pemula di Tangerang



Literasi media sosial dan partisipasi politik pemilih pemula di Tangerang