Sindoro
CENDIKIA PENDIDIKAN
ISSN: 3025-6488

Vol.3 No 11 Tahun 2024
112-123

LITERASI MEDIA UNTUK MELAWAN HOAKS

Atikah Nur'afra [1], Fadillah Manda Permata [2], Mutiara Nasjwa Maharani [3], Nabila Soemarto Putri [4], Salsaliza Nurfitri Solehah [5], Asep Rudi Nurjaman [6]

Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Kampus UPI di Cibiru, Universitas Pendidikan Indonesia
atikahnurafra@upi.edu [1], *fadillahmanda@upi.edu* [2], *mutiaranasjwa@upi.edu* [3], *nabilasp@upi.edu* [4], *salsaliza21@upi.edu* [5], *asrun85mubarak@gmail.com* [6]

Abstrak

Literasi media merupakan kemampuan bebas untuk mengakses seluruh informasi dalam berbagai bentuk media, literasi media ini tidak hanya memberikan informasi, namun mampu mengajak orang yang membacanya untuk melakukan suatu perubahan pada perilaku. Karena sikap dan perilaku saat berliterasi media adalah kunci suatu keberhasilan masyarakat khususnya kalangan mahasiswa untuk mempertahankan moral dan juga sebuah pembelajaran yang sifatnya seumur hidup. Sedangkan hoax dapat diartikan sebagai informasi yang belum atau tidak pasti akan kebenarannya, dalam pandangan Islam menyebar berita yang tidak benar hukumnya tidak diperbolehkan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data serta wawancara. Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah literasi media untuk melawan berita hoax sangatlah diperlukan agar tidak terulang kembali hal-hal yang tidak diinginkan.
Kata kunci: Literasi; Berita Hoax; Media

Abstract

Media literacy is the ability to freely access all information in various forms of media. This media literacy not only provides information, but is able to invite people who read it to make changes in behavior. Because attitudes and behavior when it comes to media literacy are the key to the success of society, especially among students, in maintaining morals and also lifelong learning. While hoaxes can be interpreted as information whose truth is not yet or is uncertain, in the Islamic view it is not permitted to spread news that is not true. This research uses qualitative methods with data collection techniques and interviews. The conclusion obtained from this research is that media literacy to fight hoax news is very necessary so that undesirable things do not happen again.
Keywords: Literacy, hoax news, media

PENDAHULUAN

Percepatan dan perkembangan dunia sudah tidak bisa dipungkiri dan dihentikan, teknologi menjadi bagian dari perkembangan dunia itu sendiri. Hingga saat ini teknologi berkembang pesat dan sampailah kita di gerbang digitalisasi. Menurut (Sugiharto, 2013) mendefinisikan digitalisasi yakni salah satu dari sekian cara untuk atau sebuah proses transformasi arsip konvensional dan macam arsip

lainnya ke dalam bentuk arsip elektronik. Digitalisasi ini sebuah transformasi memindahkan sesuatu yang konvensional menjadi elektronik, seperti yang terjadi pada zaman sekarang. Segala bentuk informasi, jasa, maupun pendidikan beralih ke dalam bentuk digital. Era ini membuat manusia berkegiatan lebih banyak di dunia maya, percepatan digitalisasi ini juga berpengaruh pada arus informasi, berbagai macam informasi dapat diakses dengan mudah di platform digital manapun. Dampak daripada percepatan arus informasi dalam digitalisasi yang tidak tertahankan, menimbulkan dampak salah satunya penyebaran hoaks, misinformasi, dan disinformasi.

Maraknya hoax ini agar tercipta sebuah opini publik, menggiring opini masyarakat ke arah yang tidak positif sehingga rentan menimbulkan keresahan hingga perpecahan, sebagai bentuk *black campaign*, penipuan, hingga ajakan untuk berbuat amalan-amalan tertentu namun belum ada dalil yang jelas (Hidayah *et al.*, 2019). Melihat hasil riset yang dilaksanakan oleh Mastel (Masyarakat Telematika Indonesia) dalam jurnal (Pakpahan, 2017) menyatakan bahwa jenis hoaks yang paling sering diterima masyarakat luas yakni isu sosial politik dan SARA (suku, agama, ras , dan antargolongan). SARA berada di posisi kedua dengan 88,6% dari jumlah responden.

Konten hoax yang paling banyak diterima adalah teks sebanyak 62,1%, sementara sisanya dalam bentuk gambar dan video sebesar 37,5 % dan 0,4 %. Hoaks yang berkaitan dengan agama sering kali menjadi sasaran penyebaran hoaks karena memiliki potensi untuk memicu emosi dan konflik di masyarakat. Hoaks yang berkaitan dengan agama seringkali digunakan untuk mempengaruhi opini publik, menciptakan ketegangan antar kelompok, atau bahkan memperkuat narasi tertentu yang mendukung kepentingan tertentu. Selain itu, agama dianggap sebagai masalah sensitif dan dapat dengan mudah menyebabkan emosi masyarakat sehingga menjadi sasaran empuk bagi oknum penyebar hoaks.

Generasi Z, yang merupakan kelompok individu yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, telah tumbuh dan berkembang dalam era digital yang penuh dengan berbagai platform media sosial. Mereka terbiasa dengan teknologi dan informasi yang cepat serta mudah diakses. Namun, salah satu tantangan yang dihadapi generasi ini adalah kurangnya keterampilan literasi media, yang membuat mereka rentan terhadap manipulasi informasi yang disajikan dalam berbagai konteks, termasuk yang berkedok agama. Hal ini diperkuat oleh penelitian oleh Pratiwi dan Sari (2020) yang menyoroti bahwa generasi Z cenderung kurang kritis dalam menyaring informasi yang diterima melalui media sosial.

Dalam konteks tersebut, tujuan dari artikel ini adalah untuk menyelidiki fenomena hoax dan misinformasi yang seringkali disajikan dengan kedok agama. Hoaks dan misinformasi tersebut dapat memiliki dampak negatif yang signifikan terutama pada generasi Z yang belum memiliki keterampilan literasi media yang memadai. Dengan menyadari pentingnya hal ini, artikel ini bertujuan untuk mengusulkan strategi-strategi konkret untuk membekali generasi Z dengan keahlian

literasi media yang diperlukan agar mampu mengidentifikasi dan melawan penyebaran informasi palsu.

Sebagai agen perubahan di era informasi digital, generasi Z memiliki potensi besar untuk menjadi lebih kritis dan cerdas dalam menyikapi informasi yang mereka terima. Dengan meningkatkan literasi media mereka, diharapkan generasi Z dapat menjadi garda terdepan dalam memerangi penyebaran hoaks dan misinformasi berkedok agama. Seperti yang tertera pada ayat-ayat Al-Quran Surah Al-Hujurat ayat 6 yang menekankan pentingnya verifikasi informasi sebelum menyebarkannya. Dengan demikian, artikel ini tidak hanya memberikan pemahaman mendalam tentang tantangan yang dihadapi generasi Z dalam era digital, tetapi juga memberikan solusi konkret untuk menghadapinya.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana dampak digitalisasi dan percepatan arus informasi terhadap penyebaran hoaks, misinformasi, dan disinformasi ?
2. Apa saja jenis hoaks yang paling sering diterima oleh masyarakat luas, dan bagaimana tingkat penerimaannya?
3. Bagaimana generasi Z menghadapi tantangan kurangnya keterampilan literasi media dalam menyaring informasi yang diterima, terutama yang berkedok agama?
4. Apa saja strategi konkret yang dapat diusulkan untuk membekali generasi Z dengan keterampilan literasi media yang diperlukan agar mampu mengidentifikasi dan melawan penyebaran informasi palsu, terutama yang berkedok agama?
5. Bagaimana peran generasi Z sebagai agen perubahan dalam memerangi penyebaran hoaks dan misinformasi berkedok agama, dengan memanfaatkan ayat-ayat Al-Quran, seperti Surah Al-Hujurat ayat 6, yang menekankan pentingnya verifikasi informasi sebelum menyebarkannya?

TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dampak digitalisasi dan percepatan arus informasi terhadap penyebaran hoaks, misinformasi, dan disinformasi
2. Untuk mengetahui jenis hoaks yang paling sering diterima oleh masyarakat luas
3. Untuk mengetahui bagaimana generasi Z menghadapi tantangan kurangnya keterampilan literasi media dalam menyaring informasi yang diterima,
4. Untuk mengetahui strategi konkret yang dapat diusulkan untuk membekali generasi Z dengan keterampilan literasi media yang diperlukan agar mampu mengidentifikasi dan melawan penyebaran informasi palsu

5. Untuk mengetahui bagaimana peran generasi Z sebagai agen perubahan dalam memerangi penyebaran hoaks dan misinformasi berkedok agama, dengan memanfaatkan ayat-ayat Al-Quran, seperti Surah Al-Hujurat ayat 6, yang menekankan pentingnya verifikasi informasi sebelum menyebarkannya

METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan fokus melihat peran media digital dalam melawan hoax isu agama dan beragam jenis hoax isu berkedok agama yang beredar. Informan penelitian diperoleh menggunakan purposive sampling sebagai cara pemilihan informan sesuai dengan kedalaman pengetahuan yang dimiliki informan terkait informasi yang peneliti cari.

Pada penelitian ini, sumber data diperoleh melalui wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Setelah adanya data yang diperoleh, peneliti melakukan analisis data dari Miles, Huberman, & Saldana (dalam (Kriyantono, 2006). Tahapan ini terdiri dari data collection, data display, data condensation, dan conclusion. Untuk uji validitas dan kredibilitas data, peneliti melakukan dengan metode triangulasi sumber. sedangkan ini dilakukan untuk meyakinkan bahwa data yang ditampilkan telah valid, maka peneliti memastikan data hasil wawancara sesuai dengan data yang diperoleh dari dokumen yang peneliti peroleh serta dengan observasi terhadap konten media digital yang diteliti.

KAJIAN PUSTAKA

Hoaks

Dilansir dari Oxford English Dictionary, kata '*hoax*' memiliki makna '*an act of hoaxing; a humorous or mischievous deception, usually taking the form of a fabrication of something fictitious or erroneous, told in such a…*', yang berarti 'suatu tindakan hoaks; penipuan yang lucu atau nakal, biasanya berupa rekayasa sesuatu yang fiktif atau keliru, diceritakan sedemikian rupa…'. Hoax juga dapat diartikan sebagai informasi yang belum atau tidak pasti akan kebenarannya (Rahmadhany, Safitri, Irwansyah, 2021). Hoaks atau informasi palsu dinyatakan bersifat sesat dan berbahaya karena dapat menyesatkan pemahaman manusia dengan menyebarkan informasi palsu selayaknya informasi benar (Rasywir dan Purwarianti, 2015).

Misinformasi

Misinformasi merupakan sebuah informasi yang tidak benar, bersifat keliru, atau bersifat tidak akurat. Namun ada seseorang yang menyebarkannya dan memiliki keyakinan bahwa informasi tersebut dapat dipercaya. menurut The Debunking Hanbook (2020), misinformasi ini disebarkan karena adanya suatu kesalahan tanpa adanya maksud untuk menyesatkan. Misinformasi bisa terjadi karena revolusi teknologi yang tidak diikuti oleh kesiapan dari pihak manusia, sehingga informasi yang disebarkan dianggap memiliki keakuratan yang mendekati benar, disebar tanpa diperiksa lebih lanjut akan kebenaran informasi tersebut (Rachmaniar & Lestari, 2019).

Sindoro
CENDIKIA PENDIDIKAN
ISSN: 3025-6488
Vol.3 No 11 Tahun 2024
112-123

Disinformasi

Disinformasi adalah informasi yang salah yang sengaja dibuat dan disebarkan untuk merugikan pribadi atau kelompok tertentu. Disinformasi juga dapat diartikan sebagai penyebaran informasi yang bersifat palsu atau menyimpang secara sengaja untuk membingungkan atau membohongi pembaca informasi (Fetzer, 2004, dalam Bafadhal & Santoso, 2020). Pengertian disinformasi ini berbeda dengan misinformasi. Misinformasi terjadi saat seseorang hanya ingin menyebarkan informasi, tanpa sadar dan mengetahui bahwa yang disebarkannya adalah berita bohong atau hoaks. Sedangkan disinformasi lebih bersifat dalam kesengajaan saat seseorang tersebut sadar dan mengetahui bahwa informasi yang disebarkannya adalah informasi palsu (Ireton & Posetti, 2018). Disinformasi cenderung mudah menyebar karena sifat informasi yang dibagikan cenderung lebih bombastis, mengejutkan, memainkan emosi pembacanya, dan cukup mengganggu keseimbangan keaslian berita (Grace, 2020, dalam Bafadhal & Santoso, 2020).

Literasi Media

Literasi media menurut Paul Messaris mendefinisikan bahwa literasi media sebagai pengetahuan mengenai bagaimana media berfungsi dalam masyarakat. Sedangkan literasi media menurut Aspen Media Literacy Leadership Institute adalah kemampuan untuk mengakses, meneliti, mengevaluasi, dan menciptakan media di dalam bermacam wujud yang berlian dengan kemampuan tiap-tiap individu dalam beragam tahapan aktivitas literasi media.

Literasi media merupakan kemampuan bebas untuk mengakses seluruh informasi dalam berbagai bentuk media, literasi media ini tidak hanya memberikan informasi, namun mampu mengajak orang yang membacanya untuk melakukan suatu perubahan pada perilaku. Karena sikap dan perilaku saat ber literasi media adalah kunci suatu keberhasilan masyarakat khususnya kalangan mahasiswa untuk mempertahankan moral dan juga sebuah pembelajaran yang sifatnya seumur hidup. Mahasiswa dituntut untuk mampu menguasai aspek ini agar mempunyai sebuah kemampuan untuk menyelesaikan suatu permasalahan secara kritis, logis, dan tidak mudah percaya akan berita *hoax* atau yang tidak terjamin kebenarannya. Dengan memiliki kemampuan dalam ber literasi media, mahasiswa dapat berinteraksi dengan berbagai informasi yang tersebar luas dan sifatnya berbeda-beda dan diharapkan mampu memahami terkait makna yang disampaikan oleh sang penulis. Jika mahasiswa sudah memiliki kemampuan tersebut, maka akan menjadi sebuah langkah awal untuk menghadapi berbagai tantangan media di era *society 5.0* ini untuk mampu melawan berbagai berita *hoax*.

Gen Z

Gen Z adalah anak-anak yang lahir pada rentang tahun 1995 - 2010 (Bencsik dll., 2016). Gen Z lahir di antara generasi milenial dan generasi alpha, yang merupakan era peralihan dengan teknologi yang semakin berkembang. Jean M. Twenge mengungkapkan bahwa Gen Z adalah generasi pertama yang tumbuh dengan *smartphone* dan media sosial, hal inilah yang mempengaruhi cara Gen Z

berinteraksi dan memahami dunia. Karena pengetahuan teknologinya, mereka mampu berpikir secara kritis dan strategis. Hal ini dapat menjadi sebuah kekuatan yang dominan dalam membentuk masyarakat dan ekonomi di masa depan karena memiliki sebuah potensi besar untuk menciptakan banyak perubahan berkat adanya sebuah perkembangan teknologi dalam menghadapi berbagai isu-isu yang beredar di media sosial khususnya isu terkait berita *hoax*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Besarnya pengaruh digitalisasi pada kehidupan saat ini, digitalisasi saat ini sangatlah mempengaruhi cara masyarakat dalam memperoleh serta menyebarkan informasi yang diberikan. Digitalisasi dapat memberikan dampak positif yaitu komunikasi yang sudah menjadi bagian dalam kehidupan sehari-hari, kini komunikasi bisa dilakukan di berbagai platform media sosial contohnya, instagram, twitter, facebook, whatsapp, dan lain-lain. Platform tersebut merupakan sebuah perwujudan efisiensi, dari kegiatan konvensional dimana komunikasi itu membutuhkan sebuah usaha terutama pada jarak jauh kini dimanapun dan kapanpun, komunikasi tidak akan ada batasnya berkat platform tersebut.

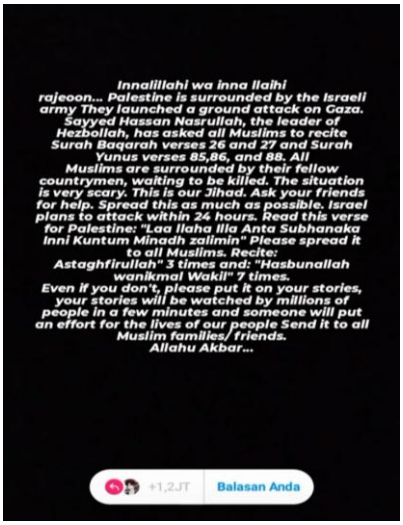
Namun seringkali platform tersebut menjadi sarana untuk penyebaran informasi hoaks, disinformasi, dan misinformasi. Karena informasi yang ada pada platform tersebut dapat menyebar secara luas dan cepat, menimbulkan beberapa dampak seperti menggiring opini masyarakat ke arah yang tidak positif sehingga rentan menimbulkan keresahan hingga perpecahan, sebagai bentuk *black campaign*, penipuan, hingga ajakan untuk berbuat amalan-amalan tertentu namun belum ada dalil yang jelas (Hidayah *et al.,* 2019). Juga sama halnya seperti yang dikatakan Sudibyo (2019), konsumsi digital ini mengindikasikan bahwa banyaknya generasi muda kurang bersosialisasi, terlibat dalam perundingan di media sosial, hingga penyebaran hoaks. Sebagian pihak menggunakan platform media sosial bukan untuk memperluas pemikiran, namun hanya untuk sarana menunjukkan sesuatu secara berlebih. Inilah salah satu dampak negatif dari digitalisasi yang harus adanya tindakan agar tidak terjadi secara terus menerus.

Generasi Z tentunya mendapat peranan yang amat besar dalam mengatasi persoalan hoax karena kemahirannya dalam berteknologi dan generasi Z ini cenderung mudah mengakses berbagai informasi serta menyebarkannya. Selain itu juga generasi Z ini memiliki kearifan di media sosial yang mereka cenderung banyak menghabiskan waktunya di berbagai platform juga generasi Z ini memiliki kreatifitas yang tinggi dan peduli akan kebenaran, dengan kreativitas tersebut dapat dijadikan inovasi baru dalam sebuah konten edukasi digital untuk mengatasi hoax.

Hasil observasi yang kami temukan baru-baru ini yakni fenomena dimana adanya fitur instagram *story broadcast* yang sering digunakan oleh generasi Z, pada bulan maret 2023 tersebarnya pesan yang berisikan kondisi Gaza Palestina dan doa-doa, diisukan bahwa informasi tersebut berasal dari tokoh syiah Hasan Nasrallah.

Sindoro
CENDIKIA PENDIDIKAN
ISSN: 3025-6488
Vol.3 No 11 Tahun 2024
112-123

Pesan yang disampaikan memang tidak ada indikasi negatif, namun Hasan mengklarifikasi bahwa ia tidak pernah menyampaikan informasi semacam itu terutama informasi bahwa *Gaza surrounded by Israeeli army.* Dilansir dari sumber berita Lombok Post, adanya klarifikasi Hasan mengatakan bahwa pekerjaan tersebut bukan berasal dari syiah melainkan adanya pihak lain. *Story broadcast* ini telah dibagikan oleh 1,2 juta pengguna instagram, dimana sebagian besar pengguna adalah generasi Z. Munculnya karakter FOMO (*Fear of Missing Out*) pada Gen Z di fenomena ini menandakan mereka tidak menelusuri terlebih dahulu kebenaran berita tersebut, karena banyak pengguna yang membagikan dan viral, Gen Z tidak ingin tertinggal dan ikut membagikannya. Padahal isu seperti ini harus ditelusuri terlebih dahulu, karena termasuk konten sensitif yang berkaitan dengan kemanusiaan dan golongan agama tertentu yang bisa menimbulkan perpecahan hingga penggiringan opini publik.



Generasi Z sering disebut sebagai generasi "digital native" atau "digital immigrant". Hal ini berarti bahwa mereka telah meningkatkan keterampilan literasi media, tetapi mungkin tidak secara efektif. Mereka lebih mendukung media sosial dan media digital, tetapi tidak sempurna dalam menggunakan literasi media untuk menyaring informasi yang relevan dan tepat. Generasi Z juga disebut sebagai generasi "memiliki keinginan untuk mengetahui semuanya, tetapi tidak memiliki waktu". Hal ini berarti bahwa mereka memiliki keinginan untuk memahami informasi yang diterima, tetapi tidak sempurna dalam menggunakan literasi media untuk mengerti informasi yang relevan dan tepat. Mereka sering menggunakan media sosial untuk mendapatkan informasi, tetapi tidak sempurna dalam mengerti informasi yang diterima.

Sebuah studi yang dilakukan oleh Timothy K. Warnick mengungkapkan bahwa generasi Z memiliki keterampilan literasi media yang rendah, yang membuatnya susah untuk menyaring informasi yang relevan dan benar. Studi ini juga menunjukkan bahwa generasi Z memiliki keterampilan yang lebih baik dalam menggunakan teknologi untuk mengumpulkan informasi daripada sumber-sumber yang dapat dipercaya.

Tantangan kurangnya keterampilan literasi media dalam menyaring informasi dari media berkedok agama adalah salah satu tantangan yang sering ditemui oleh generasi Z. Informasi dari media berkedok agama biasanya berupa konten yang tidak dikonfirmasi oleh sumber yang terpercaya, yang dapat menyebabkan informasi yang tidak tepat atau tidak benar. Misalnya, ketika informasi mengenai pandemi COVID-19 banyak disebarkan melalui media sosial, generasi Z seringkali tidak tahu apakah informasi tersebut benar atau tidak. Ini dapat menyebabkan kekurangan keterampilan literasi media dalam menyaring informasi yang diterima.

Sebagai contoh tambahan, studi yang dilakukan oleh Universitas Kebangsaan Malaysia pada tahun 2018 mengenai literasi media dan keadilan agama di Malaysia menunjukkan bahwa generasi Z memiliki keterampilan literasi media yang lebih rendah daripada generasi lain, seperti generasi X dan generasi Y. Hal ini dapat disebabkan oleh faktor-faktor seperti kekurangan waktu, kekurangan pengalaman dalam penggunaan media, dan kekurangan pendidikan yang mencakup literasi media.

Pada umumnya, literasi media merupakan kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengkomunikasikan isi pesan melalui suatu media massa. Mengakses berarti setiap individu memiliki kemampuan untuk mengumpulkan informasi yang dapat digunakan secara efektif. Menganalisa berarti setiap individu tersebut mampu menjelaskan bentuk-bentuk pesan, struktur, dampak dan lain sebagainya. Mengevaluasi, artinya setiap individu mampu menghubungkan pesan dari media dengan pengalamannya sendiri. Mengkomunikasikan berarti mampu menjelaskan kepada orang lain tentang arti pesan yang diterima. Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa literasi media merupakan proses yang harus dilatih secara terus-menerus dan berkelanjutan karena kemampuan dalam literasi media tidak hanya melibatkan kemampuan kognitif atau pengetahuan, namun juga kepekaan emosi, estetika, dan moral.

Analisis, Akses, Evaluasi dan Penciptaan Berita. Menurut Potter, pada bukunya adalah "Media Literacy 5th Edition". London: Publikasi SAGE, di sini. Dalam bukunya, Potter mengkategorikan literasi media ke dalam tujuh kompetensi literasi media. Keterampilan pertama adalah analisis. Orang dapat memilih untuk tidak meneliti informasi sampai mereka menerimanya, atau mereka dapat memilih untuk mencari informasi yang relevan secara hati-hati dan menyeluruh (Sabrina, 2019). Tantangan literasi dalam mengatasi penyebaran berita hoax sangatlah besar dan kompleks. Salah satu tantangannya adalah, tingginya jumlah informasi yang beredar di media sosial dan internet, sehingga membuat masyarakat sulit untuk memilah mana informasi yang benar dan mana yang tidak. Selain itu, kurangnya pemahaman masyarakat tentang cara memverifikasi kebenaran sebuah berita juga menjadi tantangan yang signifikan.

Banyak orang cenderung percaya begitu saja pada berita yang mereka baca tanpa melakukan pengecekan lebih lanjut. Selain itu, adanya kelompok kelompok atau individu yang sengaja menyebarkan berita hoax untuk kepentingan tertentu juga menjadi tantangan dalam mengatasi penyebaran berita hoax. Mereka menggunakan teknik-teknik manipulasi informasi dan menyebarkan berita palsu dengan tujuan untuk mempengaruhi opini publik atau menciptakan kekacauan. Tantangan lainnya adalah kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya literasi media dan literasi digital. Banyak orang masih belum memahami betapa pentingnya untuk kritis terhadap informasi yang mereka terima, serta bagaimana cara mengidentifikasi berita hoax. Selain itu, kurangnya regulasi yang jelas terkait dengan penyebaran berita hoax juga menjadi tantangan dalam mengatasi masalah ini. Keterbatasan akses masyarakat

terhadap informasi yang valid dan akurat juga menjadi salah satu tantangan dalam mengatasi penyebaran berita hoax (Mardjianto et al., 2022).

Strategi digunakan sebagai perencanaan (strategy as a plan) untuk semakin memperjelas arah yang ditempuh organisasi secara rasional dalam mewujudkan tujuan-tujuan jangka panjangnya. Strategi dalam penelitian ini dimaksudkan sebagai suatu rencana yang disusun untuk memanfaatkan semaksimal mungkin segala sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan yang diinginkan, khususnya dalam hal ketercapaian program literasi media. Strategi memiliki peranan yang sangat penting bagi semua orang, karena strategi memberikan arah tindakan, dan cara bagaimana tindakan tersebut harus dilakukan agar tujuan yang diinginkan tercapai. Strategi berperan dalam memberikan acuan (strategy as a pattern) yang berkenaan dengan penilaian konsistensi ataupun inkonsistensi perilaku serta tindakan yang dilakukan. Oleh karena itu media massa merupakan komponen kunci yang memiliki peran untuk terus memberikan suatu berita yang memang benar pernyataannya agar masyarakat tidak dengan mudah percaya dengan berita hoax di bidang literasi media. Dengan adanya banyak platform yang dapat digunakan untuk menyebarkan edukasi terhadap masyarakat tentang memverifikasi keaslian informasi yang didapat ataupun yang sedang dibaca, dengan cara memeriksa situs website dan melihat latar belakang dari penulis tersebut. Pemberlakuan edukasi kepada masyarakat sangat penting. Perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan literasi digital agar dapat lebih cerdas dalam memilah informasi. Pelatihan dan kampanye edukasi tentang cara mengidentifikasi berita palsu, mengecek sumber informasi, dan memahami karakteristik berita hoax dapat membantu mengurangi penyebaran informasi yang tidak benar. Dengan banyaknya platform tersebut orang lain juga bisa memberikan sebuah konten yang berisikan tentang cara memilah informasi dan bagaimana cara berliterasi yang benar serta tepat. Karena tidak sedikit masih banyak masyarakat yang termakan berita palsu terutama generasi z, karena masih kurangnya edukasi yang diberikan dan pemahaman-pemahaman tentang keaslian suatu berita.

Generasi Z memiliki potensi besar sebagai agen perubahan dalam memerangi penyebaran hoaks dan misinformasi berkedok agama. Mereka adalah generasi yang terhubung secara digital dan terbiasa dengan teknologi informasi. Dalam konteks ini, memanfaatkan ayat-ayat Al-Qur'an seperti Surat Al-Hujurat ayat 6, yang menekankan pentingnya verifikasi informasi sebelum menyebarkannya, dapat menjadi alat yang sangat efektif. Generasi Z dapat memanfaatkan platform media sosial dan pendekatan yang kreatif untuk menyebarkan informasi tentang pentingnya verifikasi informasi, terutama yang berhubungan dengan konteks agama. Mereka dapat menggunakan ayat-ayat Al-Qur'an seperti Surat Al-Hujurat ayat 6 sebagai dasar untuk membimbing orang lain tentang pentingnya memeriksa kebenaran informasi sebelum menyebarkannya.

Generasi Z dapat dilatih untuk menjadi lebih kritis terhadap informasi yang mereka konsumsi, terutama yang berkaitan dengan agama. Mereka bisa belajar untuk menganalisis konten dengan cermat, memeriksa sumbernya, dan memastikan bahwa

informasi yang mereka terima sesuai dengan nilai-nilai agama dan kebenaran yang diamanatkan dalam Al-Qur'an. Lalu dengan keahlian teknologi yang mereka miliki, generasi Z dapat memanfaatkan alat-alat digital untuk mendeteksi dan melawan penyebaran hoaks dan misinformasi. Mereka bisa belajar untuk menggunakan algoritma pencarian, situs *fact-checking*, dan platform media sosial untuk menyebarluaskan informasi yang benar dan memerangi konten yang salah.

Generasi Z dapat menjadi advokat untuk kebenaran dan integritas informasi. Mereka dapat mengorganisir kampanye-kampanye online dan offline untuk meningkatkan kesadaran tentang bahaya hoaks dan misinformasi berkedok agama, serta mengajak orang lain untuk bergabung dalam gerakan ini. Generasi Z dapat bekerja sama dengan generasi sebelumnya, termasuk tokoh agama dan pemimpin masyarakat, untuk memperkuat pesan tentang pentingnya verifikasi informasi dalam konteks agama. Kolaborasi ini dapat memperluas jangkauan dan dampak dari upaya memerangi penyebaran hoaks dan misinformasi. Dengan memanfaatkan ayat-ayat Al-Qur'an seperti Surat Al-Hujurat ayat 6 sebagai landasan moral dan spiritual, generasi Z memiliki potensi besar untuk menjadi agen perubahan yang efektif dalam memerangi penyebaran hoaks dan misinformasi berkedok agama, serta membangun masyarakat yang lebih sadar akan kebenaran dan integritas informasi.

SIMPULAN

Digitalisasi telah mengubah kehidupan sehari-hari dengan mendigitalkan aktivitas konvensional. Meskipun hal ini membuat komunikasi melalui media sosial seperti Instagram dan Twitter menjadi lebih efisien, hal ini juga memiliki dampak negatif, seperti penyebaran berita palsu dan manipulasi opini. Generasi Z sangat rentan terhadap informasi yang belum terverifikasi dan menunjukkan kurangnya kemampuan untuk mengkritisi konten yang dibagikan. Generasi Z, juga dikenal sebagai "digital native" atau "digital immigrant", sering kali kurang memiliki keterampilan literasi media, mempengaruhi kemampuan mereka dalam menyaring informasi relevan. Studi menunjukkan bahwa generasi Z memiliki tingkat literasi media yang lebih rendah, kemungkinan disebabkan oleh faktor-faktor seperti kekurangan waktu dan pendidikan yang kurang mendalam. Generasi Z dapat memainkan peran penting sebagai agen perubahan dalam memerangi penyebaran hoaks dan misinformasi berkedok agama dengan memanfaatkan ayat-ayat Al-Qur'an seperti Surat Al-Hujurat ayat 6 untuk meningkatkan kesadaran, kritikalitas, dan advokasi terhadap verifikasi informasi.

Sindoro
CENDIKIA PENDIDIKAN
ISSN: 3025-6488
Vol.3 No 11 Tahun 2024
112-123

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Razak, N. (2018). Literasi Media dan Keadilan Agama di Malaysia: Satu Studi Kes. Jurnal Ilmu Pengetahuan Islam, 11(2), 17-24.

Bawaslu Republik Indonesia. (2019). Selayang Pandang Disinformasi di Media Sosial. KATEGORI, L. MEMETAKAN PESAN HOAKS BERITA COVID-19 DI INDONESIA.

Bencsik, A., Horváth-Csikós, G., & Juhász, T. 2016. Y and Z Generations at

Fahmi Rizal, dkk. (2021). "Hoax Literacy among Generation Z in Facing Religious Hoaxes in Social Media: A Study of University Students in Indonesia." Journal of Indonesia Islam, 15(1), 91-118.

Gumgum, G., Justito, A., & Nunik, M. (2017). Literasi Media: Cerdas Menggunakan Media Sosial Dalam Menanggulangi Berita Palsu (Hoax) Oleh Siswa Sma. Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(1), 35–40. https://doi.org/1410-5675

Hamzah, R. E., & Putri, C. E. (2020). Mengenal dan Mengantisipasi Hoax di Media Sosial pada Kalangan Pelajar. Jurnal Abdi MOESTOPO, Vol. 3, No(01), 9–12. https://journal.moestopo.ac.id/index.php/abdimoestopo/article/viewFile/1361/683

Hamzah, R. E., & Putri, C. E. (2020). Mengenal dan Mengantisipasi Hoax di Media Sosial pada Kalangan Pelajar. Abdi Moestopo: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat, 3(01), 9-12.

Hidaya, N., Qalby, N., Alaydrus, S. S., Darmayanti, A., & Salsabila, A. P. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Penyebaran Hoax Oleh Digital Native. *Makassar: Universitas Muslim Indonesia*.

Ireton, C., & Posetti, J. (2018). Journalism, fake news & disinformation: handbook for journalism education and training. Unesco Publishing. https://www.oed.com/search/dictionary/?scope=Entries&q=hoax

Lombok Post (2024, 14 Maret). Template Soal Palestina dan Hasan Nasrallah Ramaikan Instagram, Netizen: Isinya Hoax. Diakses pada 20 Maret 2024. https://lombokpost.jawapos.com/aneka/1504439311/template-soal-palestina-dan-hasan-nasrallah-ramaikan-instagram-netizen-isinya-hoax

M. Afif Najib, dkk. (2020). "The Role of Young Muslims in Combating Hoaxes and Hate Speech in Social Media." dalam Proceeding International Conference on Islamic Social Sciences and Humanities (ICISSH), 2020.

M. Irfan Syauqi Beik. (2021). "Generasi Z dalam Menyikapi Hoaks dan Informasi Palsu (Fake News) di Era Digital." Jurnal Sosial Humaniora, 14(1), 71-80.

Mardjianto, F. L. D., Wedhaswary, I. D., Monggilo, Z. M. Z., Ningtyas, I., & Budiarto, M. N. (2022). LITERASI DIGITAL MODUL Disusun oleh: Aliansi Jurnalis Independen

2022.https://aji.or.id/upload/article_doc/MODUL_Literasi_Digital_untuk_Perguruan_Tinggicompressed.pdf

Muhammad Ghufron Mukti. (2020). "Hoax di Media Sosial Perspektif Al-Qur'an." Jurnal Rihlah: Jurnal Pendidikan Islam, 1(1), 94-113.

Nurudin. (2007). Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Pakpahan, R. (2017). Analisis Fenomena Hoax Di Berbagai Media Sosial Dan Cara Menanggulangi Hoax. *Konferensi Nasional Ilmu Sosial dan Teknologi*, *1*(1).

Pratiwi, F., & Sari, N. (2020). Kurangnya Keterampilan Literasi Media dalam Kontekst Generasi Z: Studi Kasus Di Antara Generasi Z dan Media Sosial. Jurnal Komunikasi, 1(1), 1–12. [1][3].

Rahmadhany, A., Safitri, A. A., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena penyebaran hoax dan hate speech pada media sosial. Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis, 3(1), 30-43.

Rahmaniar, A. W., & Lestari, M. T. (2019). Strategi Komunikasi Dalam Sosialisasi Literasi Digital Melalui Media Sosial Instagram Kementerian Komunikasi dan Informatika. *eProceedings of Management*, *6*(1).

Sabrina, A. R. (2019). Literasi Digital Sebagai Upaya Preventif Menanggulangi Hoax. Communicare : Journal of Communication Studies, 5(2), 31. https://doi.org/10.37535/101005220183

Sri Sukasih, N. S. (2015). Literasi Media Berbasis Pendidikan Karakter bagi Mahasiswa PGSD UNNES. Jurnal Penelitian Pendidikan Vol. 32 Nomor 2 Tahun 2015 , 163-168.

Sudibyo, A. (2019). *Jagat digital: pembebasan dan penguasaan*. Kepustakaan populer gramedia.

Sugiharto, D. (2013). Penyelamatan informasi dokumen/arsip di era teknologi digital. *Baca: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*, 31(1), 51-64.

Warnick, T. K. (2013). The role of religious literacy in the digital age. Journal of Religion and Media, 7(1), 1-16.

Workplaces. Journal of Competitiveness, 8 No.3.