JURNAL ABDIMAS BELA NEGARA (JABN)
JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Penerbit: Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, UPN Veteran Jawa Timur
Gedung Technopark Lt. 2 - UPN Veteran Jawa Timur
http://jabn.upnjatim.ac.id/ email : jabn@upnjatim.ac.id

MEMBANGUN KETAHANAN DIGITAL: WEB SEMINAR UNTUK MEMBERDAYAKAN GENERASI Z MELAWAN HOAKS, PERKATAAN KEBENCIAN, DAN INTOLERANSI

Endah Siswati[1], Yefi Dyan Nofa Harumike[2], Fera Tara Batari[3], Rossyda Priyadarshini[4], Zainal Abidin Achmad[5]

[1,2,3] Universitas Islam Balitar, Blitar
[4,5] Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

Email: z.abidinachmad@upnjatim.ac.id

ABSTRAKSI

Generasi Z menghadapi tantangan dalam mengelola informasi internet serta upaya untuk meningkatkan literasi media mereka. Tingkat konsumsi internet yang tinggi dan ketergantungan mereka menunjukkan signifikansi generasi ini dalam penggunaan internet, namun, rentannya mereka terhadap informasi yang tidak terverifikasi dan berpotensi merugikan. Program web seminar yang diselenggarakan oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Balitar Blitar, bekerja sama dengan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Blitar, bertujuan untuk meningkatkan literasi media generasi Z dalam mengenali dan menanggapi hoaks, ujaran kebencian, serta pesan-pesan intoleran yang tersebar melalui media online. Evaluasi program menunjukkan pencapaian signifikan, termasuk peningkatan kognitif peserta web seminar, pembentukan pemahaman baru tentang materi yang disajikan, dan pengenalan terhadap ciri-ciri situs berita bohong beserta cara penanggulangannya. Strategi yang diajarkan meliputi mencari berita dari sumber terpercaya, membandingkan berita dari beberapa sumber, serta memeriksa keabsahan dan kredibilitas berita melalui dewanpers.or.id. Kegiatan ini menekankan pentingnya upaya kolaboratif antara lembaga pendidikan dan pemerintah dalam meningkatkan literasi media generasi Z, serta partisipasi aktif masyarakat dalam memerangi berita palsu untuk mengatasi tantangan informasi di era digital. Dengan demikian, program seperti web seminar ini menjadi salah satu solusi efektif dalam membantu generasi Z mengembangkan keterampilan kritis dan bijak dalam mengelola informasi yang mereka terima melalui internet.

Kata kunci: Literasi Media; Hoaks; Ujaran Kebencian; Intoleransi; Generasi Z

ABSTRACT

Generation Z faces challenges in managing internet information and efforts to increase their media literacy. The high level of internet consumption and their dependence show the significance of this generation in internet use; however, their

vulnerability to unverified and potentially harmful information is also significant. The web seminar program organized by the Faculty of Social and Political Sciences, Balitar Islamic University, Blitar, in collaboration with the Blitar Regency Communication and Information Service, aims to increase Generation Z's media literacy in recognizing and responding to hoaxes, hate speech, and intolerant messages that are being spread, via online media. Program evaluation shows significant achievements, including increasing the cognitive level of web seminar participants, forming a new understanding of the material presented, and recognizing the characteristics of fake news sites and how to deal with them. The strategies taught include looking for news from trusted sources, comparing news from several sources, and checking the validity and credibility of news through dewanpers.or.id. This activity emphasizes the importance of collaborative efforts between educational institutions and the government in increasing Generation Z's media literacy and active community participation in fighting fake news to overcome information challenges in the digital era. Thus, programs such as this web seminar are effective in helping Generation Z develop critical and wise skills in managing the information they receive via the Internet.

***Keywords**: Media Literacy; Hoax; Hate Speech; Intolerance; Digital Resilience*

PENDAHULUAN

Internet telah menjadi sebuah kebutuhan primer bagi masyarakat Indonesia. Masyarakat sudah sangat terikat dengan internet hingga kegiatan keseharian mulai dari makan, bekerja dan sekolah pun sangat bergantung pada internet (Febrianita & Kusnarto, 2018; Rizaldi et al., 2023). Seiring dengan perkembangan tersebut, media massa *online* dan media sosial juga telah menguasai ruang komunikasi, ekspresi, dan aktualisasi diri bagi masyarakat di seluruh dunia termasuk di Indonesia. Media sosial menjadi medium di internet yang memungkinkan penggunanya merepresentasikan diri, berinteraksi, berkomunikasi, bekerjasama, dan berbagi dengan pengguna lain, serta membentuk ikatan sosial secara virtual (Achmad, 2022; Achmad & Melani, 2022).

Data yang lain menunjukkan bahwa penggunaan internet oleh kaum milenial hingga generasi Z menunjukkan tren kenaikan. Kaum milenial adalah generasi yang lahir antara tahun 1987 hingga 1997, sedangkan Generasi Z adalah generasi yang lahir antara tahun 1998-2010. Artinya, mereka adalah generasi yang saat ini berusia antara 9–21 tahun. Menurut Data BPS Pusat jumlah Gen Z saat ini sebesar 29,23% dari total masyarakat Indonesia yang berjumlah 264 juta orang (BPS Pusat, 2020). Jumlah yang cukup besar jika dibandingkan dengan jumlah generasi milenial yang 33,75% dan Gen X yang berjumlah 25,74% (Lubna & Achmad, 2023; White, 2017).

Tingkat konsumsi internet generasi Z ini lebih tinggi dibanding generasi–generasi sebelumnya. Generasi Z menghabiskan waktu lebih dari 7 jam dalam sehari untuk mengakses internet sehingga dikategorikan sebagai *addicted user*,

sementara generasi milenial mengkonsumsi internet sekitar 4-6 jam per hari (*heavy user*) dan generasi X hanya menggunakan 1-3 jam sehari untuk mengakses internet (*medium user*). Generasi Z dengan mudah saling berinteraksi di dunia maya dan lebih terampil menggunakan berbagai aplikasi dan fitur yang tersedia. Gen Z menjadi generasi yang tidak bisa hidup tanpa internet (Malafitri et al., 2022; Zhao & Abidin, 2021).

Keterikatan masyarakat termasuk gen Z pada internet merubah pola konsumsi dan penyebaran informasi dalam masyarakat (Couldry et al., 2007; Jung & Shim, 2014). Mereka secara mudah dan cepat dapat mengakses, menerima, membuat dan membagikan informasi apapun; baik informasi yang berkaitan dengan persoalan dan ilmu sosial, ekonomi, politik, hukum, budaya maupun agama. Kemudahan dan kecepatan memanfaatkan internet tersebut membuat informasi-informasi yang diunggah di media online cenderung bersifat instan, singkat, dangkal dan parsial (M. S. A. Rahman et al., 2023). Informasi di media online tidak jarang juga memuat pesan-pesan yang tidak benar (Hoaks), tidak akurat, bias, tidak berimbang, memihak, menyesatkan, menghasut, dan menyusupkan pesan-pesan ideologis yang bersifat intoleran dan radikal (Pratiwi et al., 2019; Tutiasri et al., 2019). Menilik realitas penggunaan internet oleh generasi Z yang menghabiskan banyak waktunya untuk bercengkerama dengan internet maka posisi generasi Z menjadi sangat rawan. Jika generasi ini terus diterpa informasi yang mengandung ujaran kebencian, kebohongan, serta pesan-pesan yang radikal dan intoleran dikhawatirkan akan membentuk dan mengubah pola pikir, sikap, dan perilaku yang bertentangan dengan aturan masyarakat dan hukum negara (Rianto, 2019). Dengan demikian maka diperlukan upaya-upaya supaya generasi Z mampu memilah dan memilih serta menyikapi pesan pesan yang beredar di media online dengan baik dan bijak. Pengadaan literasi media dalam bentuk web seminar Ilmu Komunikasi dengan tema "Tangkal Hoaks, Ujaran Kebencian dan Intoleransi melalui Media" bagi generasi Z ini adalah salah satu upaya untuk mencapai tujuan tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah pengabdi sebutkan, maka pengabdian ini akan memfokuskan perhatian pada: Informasi tentang fenomena, perkembangan dan efek sosial dari berita hoaks, ujaran kebencian dan intoleransi melalui media di Indonesia; Penjelasan tentang konstruski realitas media, baik media massa maupun media social dalam kaitannya dengan konstruksi berita hoaks, ujaran kebencian dan intoleransi melalui media; Pembahasan tentang pengertian, ciri-ciri, dan cara-cara menganalisis dan menangkal berita hoaks, ujaran kebencian dan intolerasi melalui media.

TINJAUAN PUSTAKA

Aktivitas literasi media, tangkal hoaks dan ujaran kebencian bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan kemampuan masyarakat dalam meneliti, menganalisis, dan mengevaluasi informasi yang mereka temukan di media, terutama internet. Aktivitas ini penting untuk memerangi hoaks, ujaran kebencian, dan intoleransi yang marak beredar di media online. Sebagai dasar teoritis pada pelaksanaan pengabdian ini antara lain: (1) Teori *Agenda Setting* yang menegaskan

bahwa media massa memiliki kemampuan untuk menentukan agenda publik dengan menonjolkan isu-isu tertentu dalam pemberitaannya (McCombs & Shaw, 1972). Hal ini dapat memengaruhi apa yang dianggap penting oleh masyarakat, termasuk generasi Z. (2) Teori *Framing* yang memaparkan bahwa media massa membingkai isu-isu tertentu dengan cara tertentu, yang dapat memengaruhi cara orang memahami dan menafsirkan isu tersebut (Entman, 1993; Fadilah et al., 2021). Hal ini dapat berdampak pada bagaimana generasi Z memandang berita hoaks, ujaran kebencian, dan intoleransi. (3) Teori *Uses and Gratifications* yang menyatakan bahwa orang menggunakan media massa untuk memenuhi berbagai kebutuhan, seperti kebutuhan informasi, hiburan, dan identitas (Katz et al., 1973; F. F. Rahman et al., 2021). Generasi Z menggunakan internet dan media sosial untuk berbagai keperluan, termasuk untuk mencari informasi, terhubung dengan orang lain, dan mengekspresikan diri.

Beberapa hal yang harus mendapatkan kewaspadaan adalah dampak informasi tanpa saringan yang tersebar di media sosial. (1) Orang-orang cenderung menghindari mengungkapkan pendapat yang mereka anggap tidak populer (Noelle-Neumann, 1974). Hal ini dapat terjadi di media sosial, di mana orang mungkin enggan untuk menantang berita hoaks, ujaran kebencian, atau intoleransi karena takut dikucilkan sebagaimana menjadi kajian dari Teori *Spiral of Silence.* (2) Orang-orang cenderung terpapar informasi yang sesuai dengan keyakinan mereka sendiri dan menghindari informasi yang bertentangan (Sunstein & Vermeule, 2009). Hal ini dapat memperkuat bias dan membuat lebih sulit untuk memerangi berita hoaks, ujaran kebencian, dan intoleransi, yang menjadi penanda Teori *Filter Bubble*. (3) Media sosial terdiri dari jaringan yang menghubungkan orang-orang (Achmad, Tranggono, et al., 2020; Cohen & Barabási, 2002). Jaringan ini dapat memfasilitasi penyebaran informasi yang cepat, termasuk informasi yang salah seperti berita hoaks.

Literasi media adalah kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan menggunakan informasi secara kritis dan bertanggung jawab (Buckingham, 2005). Generasi Z perlu memiliki literasi media yang baik untuk dapat membedakan antara fakta dan fiksi, serta untuk menghindari penyebaran informasi yang salah. Literasi media penting untuk memberdayakan masyarakat agar dapat membuat keputusan yang tepat berdasarkan informasi yang akurat dan terpercaya. Hal ini sangat penting bagi generasi Z yang menghabiskan banyak waktu di internet dan media sosial (Ehret et al., 2016).

Media massa dapat melakukannya dengan menonjolkan isu-isu tertentu dalam pemberitaannya dan mengabaikan isu-isu lainnya. Hal ini berdampak pada Generasi Z terutama tentang bagaimana generasi Z memandang dunia dan memahami berbagai isu sosial. Mereka mungkin lebih fokus pada isu-isu yang sering diberitakan oleh media massa dan kurang memperhatikan isu-isu yang tidak diberitakan. Sementara media massa dapat memainkan peran penting dalam memerangi hoaks, ujaran kebencian, dan intoleransi dengan memberikan informasi yang akurat dan berimbang tentang isu-isu tersebut. Namun, jika media massa justru menyebarkan informasi yang salah atau bias, hal ini dapat memperburuk situasi.

Media massa membingkai isu-isu tertentu dengan cara tertentu, yang dapat memengaruhi cara orang memahami dan menafsirkan isu tersebut. Media massa dapat menggunakan berbagai teknik framing, seperti pemilihan kata, gambar, dan video, untuk menyampaikan pesan tertentu kepada publik. Generasi Z mungkin terpengaruh oleh framing media massa dalam cara mereka memandang berita hoaks, ujaran kebencian, dan intoleransi. Framing yang negatif dapat membuat generasi Z lebih mudah termakan hoaks, lebih mudah terprovokasi oleh ujaran kebencian, dan lebih mudah menerima intoleransi. Media massa perlu berhati-hati dalam membingkai berita hoaks, ujaran kebencian, dan intoleransi. Framing yang bertanggung jawab dapat membantu memerangi penyebaran informasi yang salah dan berbahaya.

Orang menggunakan media massa untuk memenuhi berbagai kebutuhan, seperti kebutuhan informasi, hiburan, dan identitas. Generasi Z menggunakan internet dan media sosial untuk berbagai keperluan, termasuk untuk mencari informasi, terhubung dengan orang lain, dan mengekspresikan diri. Hal ini dapat berdampak pada bagaimana generasi Z mencari informasi tentang berita hoaks, ujaran kebencian, dan intoleransi. Mereka mungkin mencari informasi dari sumber yang mereka anggap kredibel dan terpercaya, atau dari sumber yang sesuai dengan minat dan keyakinan mereka. Media massa dan platform media sosial perlu menyediakan informasi yang akurat dan mudah diakses tentang berita hoaks, ujaran kebencian, dan intoleransi. Mereka juga perlu mendorong pengguna untuk mencari informasi dari berbagai sumber dan untuk bersikap kritis terhadap informasi yang mereka temukan.

Sebagian besar orang cenderung menghindari untuk mengungkap pendapat yang dianggap tidak populer. Hal ini dapat terjadi di media sosial, di mana orang mungkin enggan untuk menantang berita hoaks, ujaran kebencian, atau intoleransi karena takut dikucilkan oleh teman, pengikut, atau komunitas online mereka. Generasi Z yang aktif di media sosial mungkin lebih rentan terhadap tekanan sosial ini. Mereka mungkin lebih memilih untuk tidak berbicara tentang berita hoaks, ujaran kebencian, dan intoleransi karena takut dihujani komentar negatif atau bahkan di-bully. Penting untuk menciptakan lingkungan di media sosial yang aman dan suportif bagi orang-orang untuk berbicara tentang berita hoaks, ujaran kebencian, dan intoleransi. Platform media sosial perlu memiliki kebijakan yang jelas untuk melawan cyberbullying dan ujaran kebencian, dan mereka perlu memberikan dukungan kepada pengguna yang mengalami pelecehan online.

Generasi Z yang menghabiskan banyak waktu di media sosial mungkin terjebak dalam filter bubble dan hanya terpapar informasi dari sumber yang sejalan dengan pandangan mereka. Hal ini dapat membuat mereka lebih mudah termakan hoaks dan lebih sulit untuk memahami perspektif yang berbeda.

METODOLOGI

Maraknya penyebaran informasi hoaks, ujaran kebencian, dan intoleransi di era digital, khususnya di media sosial, menjadi keprihatinan banyak pihak. Generasi Z, sebagai pengguna media sosial terbesar di Indonesia, rentan terpapar informasi

hoaks, ujaran kebencian, dan intoleransi yang dapat berdampak negatif bagi mereka dan masyarakat luas. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran Generasi Z tentang bahaya informasi tersebut. Kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan kerjasama antara FISIP UNISBA Blitar dengan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Blitar. Pengadaan program literasi berbasis web seminar ini dilakukan sebagai upaya menumbuhkan pengetahuan dan kesadaran bahaya informasi hoaks, ujaran kebencian dan intoleransi dalam masyarakat, khususnya pada generasi Z. Beberapa harapan yang menjadi target pengadaan web seminar ini adalah agar generasi Z yang merupakan penyumbang penggunaan sosial media terbesar di Indonesia lebih sadar akan bahaya bahaya informasi hoaks, ujaran kebencian dan intoleransi dalam masyarakat. Dengan adanya pengetahuan dan kesadaran tersebut, diharapkan generasi Z dapat membantu pemerintah untuk mencegah penyebaran informasi tersebut.

Model penyampaian seminar ini dilakukan secara online sehingga dapat mencangkup area yang luas. Sebelumnya, panitia membuka pendaftaran peserta Web seminar dari seluruh penjuru Indonesia dengan beberapa syarat tertentu. peserta yang telah terdaftar diminta untuk mengisi *pre test* seputar pengetahuan dan pemahaman Generasi Z tentang literasi media, hoaks, ujaran kebencian, dan intoleransi. Kemudian para peserta mengisi *post test* setelah Web seminar selesai dipaparkan guna melihat peningkatan pengetahuan dan pemahaman peserta tentang materi Web seminar. Pemberian pre-test dan post-test merupakan mekanisme pengukuran tingkat pemahaman khalayak untuk program inovasi sosial (Achmad, Mardliyah, et al., 2020; Mas'udah et al., 2022). Ketika acara berlangsung, pertama, materi seminar disampaikan oleh kedua pemateri bersangkutan. Kedua, dibuka termin tanya jawab antara pemateri dan para peserta Web seminar yang dilakukan dengan cara mengirimkan pertanyaan melalui *whatsapp* dan obrolan *zoom.* Ketiga, materi yang telah dibahas sebelumnya, disebarluaskan kepada peserta untuk menciptakan pemahaman lebih mandalam tentang seminar.

Pada akhir kegiatan, tim pelaksana pengabdian melakukan evaluasi tentang efektivitas program literasi berbasis web seminar dalam meningkatkan pengetahuan dan kesadaran Generasi Z tentang bahaya informasi hoaks, ujaran kebencian, dan intoleransi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan tujuan dari pelaksanaan Web seminar bertajuk Tangkal Hoaks, Ujaran Kebencian dan Intoleransi bagi Generasi Z, maka hasil yang dicapai dari Web seminar ini adalah: (1) Meningkatnya tingkat pengetahuan peserta Web seminar yang diketahui dari naiknya skor *post test* yang dilakukan setelah Web seminar dilangsungkan yang dibandingkan dengan skor *pre test* yang dilakukan panitia sebelum peserta mengikuti Web seminar; (2) Adanya pemahaman dari para peserta yang ditunjukan dari banyaknya *feedback* peserta kepada pemateri berupa pertanyaan yang berkaitan dengan materi Web seminar; (3) Mengenali beberapa ciri situs berita bohong sekaligus cara penanggulangannya.

Ciri-ciri situs berita bohong antara lain: (1) Judul ditulis secara provokatif dan tidak selalu menggambarkan isi berita. (2) Penyebar berita hoaks dipastikan tidak terdaftar pada data Dewan Pers sebagai institusi media resmi di Indonesia. (3) Berita hoaks biasanya menggunakan foto yang provokatif.

Cara untuk mengantisipasi berita hoaks adalah mencari berita serupa dari sumber yang berbeda yang utamanya dicari dari sumber yang lebih terpercaya kemudian membandingkan berita tersebut. Untuk mengecek keabsahan dan kredibilitas berita, masyarakat bisa mencari alamat situs yang menyebarkan berita di dewanpers.or.id. Berita hoaks didominasi dengan opini penulis dari pada fakta yang ada. Semakin banyak fakta yang termuat di dalam berita, semakin besar pula tingkat kredibilitas berita tersebut. Cara termudah untuk mengecek kebenarannya adalah dengan menyeret foto ke *Google* Images dan mencocokan gambar dengan keterangan peristiwanya. Untuk meminimalisir terprovokasinya diri kita dengan berita hoaks, bergabung dengan komunitas yang memerangi berita palsu merupakan salah satu solusi yang cukup efektif.

Web seminar bertajuk Tangkal Hoaks, Ujaran Kebencian dan Intoleransi melalui Media menitikberatkan pembahasan pada penangkalan penyebaran informasi palsu atau hoaks. Hal ini perlu mendapatkan perhatian lebih karena informasi palsu atau hoaks adalah sumber adanya ujaran kebencian dan intoleransi. Ketika penyakit dibasmi dari akarnya, maka percabangannya pun akan ikut menghilang dengan sendirinya.

Web seminar ini menghadirkan dua narasumber utama yaitu Eko Susanto, ST, M.Si., Kepala Dinas Kominfo Kabupaten Blitar, dan Dr. Endah Siswati, S.I.P., M.S.W., dosen Universitas Islam Balitar Blitar, Doktor alumni Universitas Airlangga. Bertindak sebagai moderator adalah dosen Ilmu Komunikasi UNISBA Blitar, Yefi Dian Nofa Harumike, S.I.Kom, M.I.Kom. yang merupakan alumnus terbaik UNISBA Blitar tahun 2012 yang berhasil mendapatkan beasiswa Magister di Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Sebagai penulis tamu pada artikel ini adalah Dr. Ir. Rossyda Priyadarshini, MP. memberi kontribusi pada penguatan metodologi dan Dr. Zainal Abidin Achmad, S.Sos., M.Si., M.Ed. berkontribusi pada latar belakang dan tinjauan pustaka. Sedangkan Fera Tara Batari, S.Sos. berperan sebagai kontributor data sekaligus author. Web seminar ini diikuti oleh 86 peserta dari berbagai institusi dan universitas di Indonesia baik negeri maupun swasta.

Kepala Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Blitar, Eko Susanto, ST, M.Si., sebagai pemateri pertama dalam acara web seminar ini menjelaskan bahwa hoaks adalah manipulasi berita yang sengaja dilakukan dan bertujuan untuk memberikan pengakuan atau pemahaman yang salah. Hoaks bisa berupa email, pesan *broadcast* atau pun sms. Hoaks merupakan pesan yang diawali dengan kata-kata sugestif dan heboh. Contohnya seperti "Bukan Hoaks, tsunami bakal melanda." Biasanya hoaks juga akan mencatut nama ilmuwan atau lembaga internasional seperti, "NASA mengatakan asteroid raksasa akan menghantam bumi." Berita hoaks terdengar mustahil sehingga sering disertai dengan penelitian palsu. Sebagai contoh seperti dalam kalimat ini, "Penelitian Kaspersky Lab menyatakan *WhatsApp* disusupi virus pencurian dari China." Kalimat hoaks banyak

JURNAL ABDIMAS BELA NEGARA (JABN)
JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Penerbit: Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, UPN Veteran Jawa Timur
Gedung Technopark Lt. 2 - UPN Veteran Jawa Timur
http://jabn.upnjatim.ac.id/ email : jabn@upnjatim.ac.id

ditulis menggunakan huruf kapital dan tanda seru, "Badai Matahari Raksasa menghantam bumi BERBAHAYA BAGI MANUSIA!"

Beberapa bentuk dan saluran hoaks saat ini antara lain dapat dilakukan melalui media sosial, aplikasi *chatting,* situs web, televisi, media cetak, email dan radio. Dari semua saluran tersebut, sosial media menduduki posisi pertama sebagai saluran yang menyumbangkan penyebaran berita hoaks tertinggi.

Gambar 1. Rating Saluran Informasi Hoaks (Sumber: Diskominfo Kabupaten Blitar)

Eko Susanto juga memaparkan ciri dan cara penangkalan berita bohong antara lain:

1. Judul ditulis secara provokatif dan tidak selalu menggambarkan isi berita.cara untuk mengantisipasi berita seperti ini adalah mencari berita serupa dari sumber yang berbeda yang utamanya dicari dari sumber yang lebih terpercaya kemudian membandingkan berita tersebut.
2. Penyebar berita hoaks telah dipastikan tidak terdaftar pada data Dewan Pers sebagai institusi media resmi di Indonesia. Untuk itu, jika ragu tentang kredibilitas berita, cari alamat situs yang menyebarkan berita di dewanpers.or.id untuk mengecek apakah berita tersebut telah memenuhi kaidah jurnalistik.
3. Berita hoaks didominasi dengan opini penulis dari pada fakta yang ada. Semakin banyak fakta yang termuat di dalam berita, semakin besar pula tingkat kredibilitas berita tersebut.
4. Berita hoaks bisaanya menggunakan foto yang provokatif. Cara termudah untuk mengecek kebenarannya adalah dengan menyeret foto ke Google Images dan mencocokan gambar dengan keterangan peristiwanya.
5. Untuk meminimalisir terprovokasinya diri kita dengan berita hoaks, bergabung dengan komunitas yang memerangi berita palsu merupakan salah satu solusi yang cukup efektif.

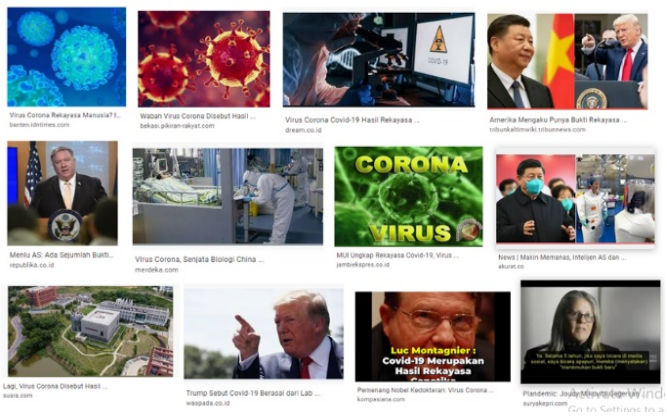
Kementerian Komunikasi dan Informasi aktif membentuk beberapa program yang bertujuan untuk melawan berita hoaks. Program-program ini, seperti Mafindo (Masyarakat Anti Fitnah Indonesia), BASINAS (Badan Cyber Nasional), dan Satgas Anti Hoaks, adalah inisiatif yang digalakkan. Mafindo, sebagai contoh, didirikan pada tanggal 19 September 2016 dengan Surat Keputusan Pendirian

JURNAL ABDIMAS BELA NEGARA (JABN)
JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Penerbit: Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, UPN Veteran Jawa Timur
Gedung Technopark Lt. 2 - UPN Veteran Jawa Timur
http://jabn.upnjatim.ac.id/ email : jabn@upnjatim.ac.id

Perkumpulan Nomor AHU-0078919.AH.01.07TAHUN2016 oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia. Mafindo memiliki sejumlah program, di antaranya gerakan Turn Back Hoax, yang merupakan suatu program untuk memberikan sosialisasi secara langsung kepada netizen yang dianggap sebagai influencer di dunia maya, dengan tujuan memberikan pemahaman taktis dalam menangkal hoaks.

Gambar 2. Logo Program Turn Back Hoax (Sumber: Diskominfo Kabupaten Blitar)

Dr. Endah Siswati, S.I.P., M.S.W., dosen Universitas Islam Balitar Blitar, sebagai pemateri kedua menonjolkan kekuatan bukti fisik hasil konstruksi media terhadap kebenaran suatu informasi. Menurut Endah Siswati dalam materinya, masyarakat tidak dapat memberikan kepercayaan penuh terhadap media sumber berita. Alasan paling krusial dari pernyataan ini adalah media memiliki kepentingan masing-masing dalam menciptakan dan menyebarkan suatu informasi. Dalam ilmu komunikasi hal ini bisa dikenal sebagai teori konstruksi realitas media. Konstruksi realitas media adalah fakta yang diciptakan oleh media berdasarkan subjektivitas media itu sendiri. Subjektivitas tersebut dapat berupa visi, misi, tujuan dan kebutuhan media yang membuatnya. Media tidak melakukan pemalsuan fakta, namun berusaha mengarahkan audiens kepada fakta yang telah dipilih media untuk ditunjukan kepada audiens sehingga dapat membentuk opini massa sesuai yang diinginkan oleh media. Contoh dari suatu realitas dapat dibentuk bisa dilihat dari gambar 3.

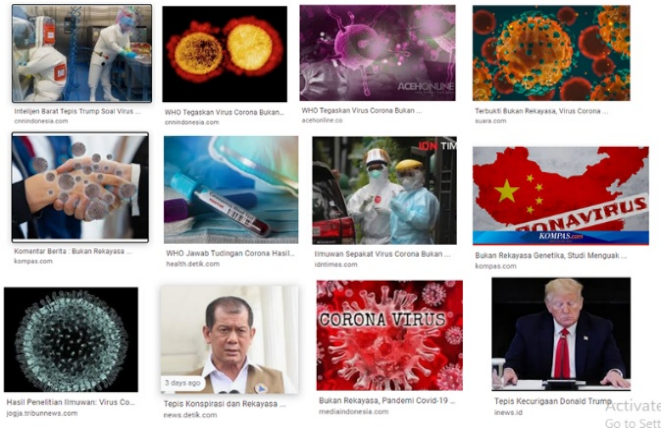


Gambar 3. Kabar hoaks tentang Virus Corona (Sumber: *Materi Web seminar*)

JURNAL ABDIMAS BELA NEGARA (JABN)
JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Penerbit: Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, UPN Veteran Jawa Timur
Gedung Technopark Lt. 2 - UPN Veteran Jawa Timur
http://jabn.upnjatim.ac.id/ email : jabn@upnjatim.ac.id

Gambar 3 adalah contoh topik yang pernah menjadi bahan pembicaraan publik yakni Corona Virus. Sebagian topik ini merupakan fakta dan sebagian lagi merupakan *isu*. *Isu* merupakan segala topik yang banyak dibicarakan masyarakat namun belum tentu kebenarannya. Pada Gambar 3 dapat dilihat bahwa media berusaha menciptakan opini publik bahwasannya Corona merupakan hasil rekayasa biologi pemerintah China. Beberapa teori konspirasi menyebutkan virus ini sengaja dibuat untuk memusnahkan generasi tua di China, memusnahkan umat muslim di China, senjata biologis yang akan digunakan untuk memusnahkan tentara Amerika Serikat serta salah satu cara untuk memperkaya diri guna mendapatkan modal untuk menciptakan senjata perang.

Namun semua teori konspirasi tersebut dibantah bahwa Corona merupakan virus alami yang perlu kerja sama seluruh masyarakat internasional untuk menanggulanginya. Dalam satu topik berita, media dapat menciptakan dua opini massa berbeda. Jika masyarakat bersifat pasif karena kualitas pengetahuan mereka sehingga sangat mudah mempercayai segala informasi yang dibawa media, bukan tidak mungkin jika masyarakat akan mengalami kebingungan serta perpecahan akibat perbedaan pendapat dan persepsi (gambar 4).



Gambar 4. Fakta berisi Bantahan Hoaks tentang Virus Corona
(Sumber: Materi Web seminar)

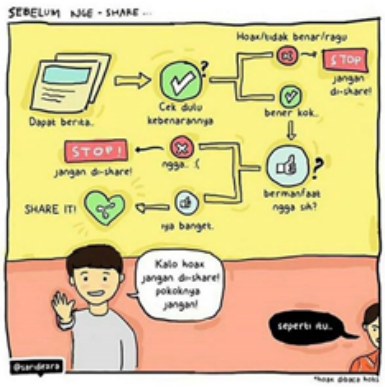
Konstruksi realitas terbentuk melalui tiga tahapan yakni persiapan materi, penyebaran konstruksi dan pembentukan konstruksi. Persiapan materi dilakukan dengan cara penelusuran informasi yang telah ada atau memang sengaja untuk diadakan demi kepentingan atau visi dan misi dari instansi pembuat berita tersebut. Dewasa ini, media tidak lagi bersifat netral, namun selalu memiliki *background* tokoh-tokoh politik yang mampu mengontrol jalannya media sehingga pemberitaan yang keluar dari suatu media juga disesuaikan dengan tokoh tersebut. setelah suatu informasi telah ditetapkan, tahap selanjutnya adalah menyebarkan informasi tersebut ke berbagai situs atau portal berita baik media konvensional seperti televisi, radio dan koran atau melalui media modern seperti media sosial. Informasi yang disebarkan tersebut akan diulang-ulang atau dikurang-tambahi isinya sesuai kebutuhan yang lama kelamaan akan menciptakan konstruksi realitas dalam pemikiran audiens.

Selain konstruksi realitas media, dalam konstruksi media juga terdapat konstruksi citra. Media sangat berperan dalam membentuk citra dari sesuatu yang dikonstruksikannya. Dalam konstruksi realitas media, terdapat istilah *pseudo reality* yang berarti konstruksi citra memang sengaja dibentuk untuk menciptakan gambaran palsu melalui manipulasi fotografi, pencahayaan, taktik dan rekayasa lain yang dapat memunculkan realitas tertentu. Audiens digiring untuk memperhatikan apa yang disajikan dalam layar. Sebagai contoh, beberapa media stasiun televisi mencitrakan Presiden Joko Widodo sebagai pemimpin yang merakyat dan peka terhadap keadaan rakyatnya karena latar belakang kehidupannya yang berasal dari keluarga "wong cilik". Tidak sama dengan stasiun televisi yang lain, mereka memberitakan sisi Presiden Joko Widodo sebagai presiden yang memilih memperkerjakan WNA dari pada warganya sendiri untuk menyelesaikan beberapa proyek pembangunan infrastruktur. Semua informasi yang diberikan media tersebut adalah fakta namun dilihat dari sisi yang berbeda. Hal ini pastinya akan mempengaruhi citra dari Presiden Joko Widodo itu sendiri.

Konstruksi media memiliki beberapa efek yakni efek kognitif, afektif dan konotatif. Efek kognitif yaitu suatu akibat yang timbul pada diri komunikan yang bersifat informatif bagi diri komunikan tersebut. Efek kognitif dapat membantu khalayak mempelajari informasi yang dibutuhkannya serta dapa mengembangkan keterampilannya. Efek afektif merupakan lanjutan dari efek kognitif dimana komunikan akan mendapatkan efek emosional dari informasi yang didapatkannya. Efek konotatif merupakan perwujudan efek afektif yang ditunjukan melalui perilaku komunikan terhadap informasi yang didapatkannya. Jika komunikan yang mendapatkan infromasi tersebut adalah masyarakat yang berpengetahuan tinggi, maka efek ideal media massa akan sangat mudah terbentuk. Efek ideal itu antara lain *knowing the good, loving the good and doing the good.* Pada kenyataannya tidak semua masyarakat di Indonesia memiliki pengetahuan yang tinggi. Seringkali realitas yang ditampilkan media massa merupakan realitas yang diseleksi (agenda setting) yang bisa, timpang dan tidak benar membuat kebingungan dan meningkatkan kesalahpahaman.

Media memiliki efek yang kuat dalam pembentukan opini public. Media juga mampu membentuk kesan penting sehingga suatu informasi dapat menjadi isu dominan dan berkembang sehingga banyak diperhatikan khalayak. Semakin tersebar opini yang dominan tersebut maka semakin senyap opini yang bertentangan dengan opini mayoritas *(spiral of silence)*. Oleh karena begitu kuatnya kekuatan media, yang bisa dilakukan khalayak agar tidak terprovokasi berita tidak benar adalah melakukan kegiatan *saring sebelum sharing* (gambar 5).

JURNAL ABDIMAS BELA NEGARA (JABN)
JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Penerbit: Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, UPN Veteran Jawa Timur
Gedung Technopark Lt. 2 - UPN Veteran Jawa Timur
http://jabn.upnjatim.ac.id/ email : jabn@upnjatim.ac.id



Gambar 5. Ilustrasi gerakan Saring Sebelum *Sharing* (Sumber: Materi Web seminar)

Gambar 5 menggambarkan ilustrasi tata cara penangkalan informasi hoaks yang ada di dunia maya. Ketika khalayak mendapatkan berita, maka sebaiknya berita tersebutdicek terlebih dahulu kebenarannya. Jika terbukti hoaks, maka hentikan informasi tersebut di media sosial kita saja. Namun jika berita tersebut terbukti benar, maka timbang terlebih dahulu apakah berita tersebut akan bermanfaat bagiorang lain atau tidak. Jika tidak memiliki manfaat dan malah menimbulkan kerugian bagi pihak lain, lebih baik tidak perlu dibagikan.

Cara menimbang apakah suatu berita telah memenuhi syarat pantas dibagikan atau tidak adalah dengan menganalisis berita melalui kelengkapan kaidah penulisan berita yakni 5W + 1H *(what, where, when, why, who and how)*. Jika berita tersebut telah mengandung unsur 5W+1H langkah selanjutnya adalah menimbang rasionalitas isi berita, netralitas media sebagai sumber informasinya, nuansa kalimatnya serta apakah berita tersebut mengandung intoleransi SARA. Jika telah melalui beberapa unsur penimbang dan terbukti sesuai atau aman, maka berita tersebut boleh untuk disebarluaskan. Hoaks tidak selamanya memiliki tujuan buruk. terdapat jenis hoaks yang isi informasinya palsu, namun memiliki tujuan pembuatan yang baik dan disebut dengan hoaks putih. Namun, ada baiknya kita lebih selektif dan tidak turut ikut menyebarluaskan hoaks putih tersebut. Alasan terbesarnya adalah jika informasi salah yang terkandung dalam hoaks putih diamini oleh banyak orang dengan cara ikut serta melakukan penyebaran, boleh jadi informasi salah tersebut akan dianggap benar dan menimbulkan kesalahpahaman.

Web seminar ini memberikan kuesioner yang wajib diisi peserta berupa *pre-test* dan *post-test.* Pemberian *pre-test* dan *post-test* bukanlah sebuah kegiatan tanpa tujuan, melainkan difungsikan sebagai tolok ukur kesuksesan penyampaian materi bertajuk penangkalan hoaks, ujaran kebencian dan intoleransi melalui media yang diadakan dalam web seminar ini. Tolok ukur kesuksesan ini dapat dilihat dari perbandingan total skor kognitif yang didapatkan para peserta web seminar saat mengisi *pre-test* dan *post-test. Pre-test* dan *post-test* yang disiapkan pengabdi dibuat sama dan berisikan tentang pandangan umum tentang materi. Jawaban dari *pre-test* dan *post-test* dibuat mutlak dan tidak multitafsir sehingga tingkat pemahaman peserta web seminar sebelum dan sesudah mendapatkan materi dapat

JURNAL ABDIMAS BELA NEGARA (JABN)
JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Penerbit: Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, UPN Veteran Jawa Timur
Gedung Technopark Lt. 2 - UPN Veteran Jawa Timur
http://jabn.upnjatim.ac.id/ email : jabn@upnjatim.ac.id

dibandingkan dan diukur. Setiap jawaban peserta yang benar atau sesuai dengan kunci jawaban diberi nilai 3, jawaban salah diberi nilai 2 dan jawaban tidak tahu diberi nilai 1. Dengan demikian nilai atau skor tertinggi untuk pre-test dan post-test adalah 36, sedangkan skor atau nilai terendah adalah 12.

Tabel 1. Perbandingan Nilai Total *Pre Test* dan *Post Test*

TOTAL	Pre Test	Post Test	Keterangan
Total Nilai	2315	1688	-
Total Kuesioner Terisi	77	54	-
Rata-Rata Nilai Peserta	30.06	31,26	NAIK

Sumber: Data nilai Pre-test dan Post-Test

Pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa total nilai *pre test* dari 77 peserta adalah 2315. Dengan demikian maka rata-rata nilai pre-test peserta web seminar adalah 30,06. Merujuk pada rentang nilai pemahaman materi web seminar di bawah ini, maka dapat dikatakan bahwa pemahaman peserta atas materi web seminar rata-rata tergolong baik. Dengan kata lain mayoritas peserta setidaknya telah mengetahui informasi tentang konstruksi realitas media, fenomena hoaks atau berita palsu, ujaran kebencian dan intoleransi melalui media.

Tabel 2. Rentang Nilai Pemahaman Materi Web Seminar

Rentang Nilai	Keterangan
1 – 12	Pemahaan sangat buruk.
13 – 24	Pemahaman buruk.
19 – 24	Pemahaman materi cukup baik.
25 – 30	Pemahaman materi baik.
31 – 36	Pemahaman materi sangat baik.

Sumber: Data nilai Pre-test dan Post-Test

Selanjutnya, dari Tabel 2 dapat diketahui bahwa jumlah peserta yang melakukan pengisian *post-test* berjumlah 54 orang. Total nilai post-test peserta sebesar 1688. Dengan demikian rata-rata nilai post-test peserta adalah 31,26. Terjadi kenaikan nilai sebesar 1,2 poin. Merujuk pada rentang nilai pemahaman atas materi web seminar maka rata-rata pemahaman peserta terhadap materi web seminar mengalami peningkatan setelah dilakukan proses sosialisasi, yaitu dari kategori pemahaman baik menjadi sangat baik. Sebanyak 32 peserta mendapatkan kenaikan nilai. Sebanyak 11 peserta nilainya tetap, sedang 11 peserta nilainya turun. Factor penyebab penurunan nilai adalah peserta menjawab pertanyaan *post test* sekadar untuk memenuhi syarat penerimaan e-sertifikat sehingga mengisi kuesioner secara asal saja atau tidak diisi seluruhnya.

Aktivitas literasi media ini membantu menciptakan ruang yang aman bagi orang-orang untuk berbicara tentang hoaks dan ujaran kebencian. Hal ini dapat dilakukan dengan mengadakan diskusi online atau offline, menyediakan platform

untuk melaporkan hoaks dan ujaran kebencian, dan memberikan edukasi tentang pentingnya berbicara menentang informasi yang salah dan berbahaya.

Apabila menjumpai kondisi media massa memiliki pengaruh yang kuat terhadap audienssnya, maka pada konteks literasi media, orang mungkin terpengaruh oleh hoaks dan ujaran kebencian yang mereka temukan di media. Aktivitas literasi media dapat membantu mengatasi pengaruh negatif media massa dengan mengajarkan orang-orang untuk berpikir kritis terhadap informasi yang mereka temukan. Hal ini dapat dilakukan dengan mengajarkan orang-orang untuk meneliti sumber informasi, mengidentifikasi bias, dan memverifikasi fakta.

Media massa membangun realitas sosial melalui interaksi dan komunikasi antar individu. Hal ini dapat terjadi dalam konteks literasi media, di mana orang-orang dapat membantu membangun realitas sosial yang positif dengan menyebarkan informasi yang akurat dan konstruktif. Aktivitas literasi media dapat membantu membangun realitas sosial yang positif dengan mendorong orang-orang untuk menyebarkan informasi yang akurat, berimbang, dan tidak diskriminatif. Hal ini dapat dilakukan dengan mengadakan kampanye edukasi tentang bahaya hoaks dan ujaran kebencian, serta mendorong orang-orang untuk berbagi cerita positif dan inspiratif.

Internet menyediakan platform yang ideal untuk menyebarkan informasi, baik yang akurat maupun yang salah. Hal ini dapat terjadi dalam konteks literasi media, di mana orang-orang perlu berhati-hati dalam mencari dan menyebarkan informasi di internet. Aktivitas literasi media dapat membantu orang-orang untuk mencari dan menyebarkan informasi yang akurat di internet. Hal ini dapat dilakukan dengan mengajarkan orang-orang untuk menggunakan mesin pencari secara efektif, mengevaluasi sumber informasi, dan memverifikasi fakta.

Media sosial adalah salah satu platform online yang paling populer untuk menyebarkan informasi. Hal ini dapat terjadi dalam konteks literasi media, di mana orang-orang perlu berhati-hati dalam menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi. Aktivitas literasi media dapat membantu orang-orang untuk menggunakan media sosial secara bertanggung jawab. Hal ini dapat dilakukan dengan mengajarkan orang-orang untuk berpikir kritis terhadap informasi yang mereka temukan di media sosial, memverifikasi fakta sebelum membagikan informasi, dan menghindari menyebarkan informasi yang salah atau berbahaya.

Generasi Z adalah generasi yang paling aktif menggunakan internet dan media sosial. Hal ini membuat mereka menjadi target utama penyebaran hoaks dan ujaran kebencian. Aktivitas literasi media sangat penting untuk generasi Z, karena mereka perlu memiliki kemampuan untuk mencari dan menyebarkan informasi yang akurat di era digital. Aktivitas literasi media untuk generasi Z dapat dilakukan dengan menggunakan pendekatan yang menarik dan interaktif, seperti menggunakan media sosial, video game, dan platform online lainnya.

Pilihan aktivitas literasi melalui Web seminar berdasarkan alasan bahwa Web Seminar adalah platform online yang ideal untuk mengadakan kegiatan literasi media. Hal ini karena web seminar dapat menjangkau banyak orang dari berbagai tempat. Web seminar dapat digunakan untuk mengadakan berbagai kegiatan literasi

media, seperti seminar, diskusi, pelatihan, dan workshop. Web seminar juga dapat digunakan untuk menyebarkan informasi tentang bahaya hoaks dan ujaran kebencian, serta untuk memberikan tips dan trik untuk mencari dan menyebarkan informasi yang akurat.

Pengabdian kepada Masyarakat ini relevan dengan isu maraknya penyebaran informasi hoaks, ujaran kebencian, dan intoleransi di era digital, khususnya di media sosial, yang berdampak negatif bagi Generasi Z dan masyarakat luas. Tujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran Generasi Z tentang bahaya informasi tersebut, sejalan dengan upaya pemerintah untuk memerangi penyebarannya.

Target untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran Generasi Z tentang bahaya hoaks, ujaran kebencian, dan intoleransi, memiliki kejelasan arah dan terukur. Namun target agar Generasi Z dapat membantu pemerintah mencegah penyebaran informasi tersebut merupakan tujuan yang ambisius namun *achievable* dengan pelaksanaan yang matang dan efektif.

Model kegiatan web seminar yang dilakukan secara online tepat untuk menjangkau Generasi Z. Pembukaan pendaftaran peserta dengan syarat tertentu dan penyebaran materi setelah web seminar dapat meningkatkan partisipasi dan pemahaman peserta. Penggunaan pre-test dan post-test untuk mengukur pengetahuan dan pemahaman peserta sebelum dan setelah web seminar merupakan metode yang efektif untuk mengevaluasi efektivitas program. Tanya jawab dan penyebaran materi setelah web seminar juga dapat membantu meningkatkan pemahaman peserta. Evaluasi efektivitas program literasi berbasis web seminar pada akhir kegiatan penting untuk mengetahui tingkat keberhasilan program dan memberikan masukan untuk perbaikan di masa depan.

Metodologi pengabdian kepada masyarakat ini memiliki beberapa kelebihan, yaitu: (1) Relevan dengan isu aktual: Menyasar pada isu yang menjadi perhatian banyak pihak dan memiliki dampak negatif bagi masyarakat. (2) Tujuan yang jelas dan terukur: Memberikan arah yang jelas bagi pelaksanaan program dan memudahkan evaluasi. (3) Model kegiatan yang efektif: Memanfaatkan teknologi untuk menjangkau target audiensce yang luas dan meningkatkan partisipasi. (4) Metode pengumpulan data yang tepat: Memberikan informasi yang valid dan akurat tentang efektivitas program. (5) Evaluasi efektivitas: Memungkinkan perbaikan dan pengembangan program di masa depan.

Kekurangan metodologi PKM ini antara lain: (1) Target yang ambisius: Membantu pemerintah mencegah penyebaran informasi hoaks, ujaran kebencian, dan intoleransi merupakan target yang ambisius dan memerlukan upaya yang berkelanjutan. (2) Evaluasi jangka pendek: Evaluasi efektivitas program hanya dilakukan pada akhir kegiatan, sehingga tidak diketahui dampak jangka panjang program. (3) Keterbatasan jangkauan: Meskipun dilakukan secara online, web seminar mungkin tidak dapat menjangkau semua Generasi Z di Indonesia.

KESIMPULAN

Web seminar bertajuk Tangkal Hoaks, Ujaran Kebencian dan Intoleransi melalui Media, menitikberatkan pembahasan pada penangkalan penyebaran informasi palsu atau hoaks. Hal ini perlu mendapatkan perhatian lebih karena informasi palsu atau hoaks adalah sumber adanya ujaran kebencian dan intoleransi. Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini memiliki potensi untuk meningkatkan kesadaran Generasi Z tentang bahaya hoaks, ujaran kebencian, dan intoleransi. Serta dapat memberikan dampak yang lebih signifikan dan berkelanjutan dalam memerangi penyebaran informasi negatif di era digital.

Saran dari hasil pelaksanaan kegiatan antara lain: (1) Perlunya memperluas jangkauan program dengan menjelajahi kerjasama dengan organisasi lain untuk menjangkau Generasi Z di daerah-daerah terpencil. (2) Perlunya melakukan evaluasi jangka Panjang dengan cara mengikuti perkembangan pengetahuan dan pemahaman peserta tentang bahaya hoaks, ujaran kebencian, dan intoleransi setelah web seminar. (3) Perlunya mengembangkan materi web seminar dengan memperbarui materi web seminar secara berkala dengan informasi terbaru tentang hoaks, ujaran kebencian, dan intoleransi. (4) Perlunya melibatkan Generasi Z dalam pelaksanaan program, karena dapat memberikan kesempatan bagi Generasi Z untuk terlibat dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program.

UCAPAN TERIMA KASIH

Para penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Blitar, atas dukungannya pada pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini. Terima kasih khusus kepada para reviewer Jurnal Abdimas Bela Negara LPPM UPN Veteran Jawa Timur yang telah memberikan koreksi untuk perbaikan artikel ini.

BIODATA

Endah Siswati adalah dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Islam Balitar Blitar, Indonesia. Email: endah.soepeno71@gmail.com.

Yefi Dyan Nofa Harumike adalah dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Islam Balitar Blitar, Jawa Timur, Indonesia. Email: yeanfake@gmail.com.

Fera Tara Batari adalah alumni Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Islam Balitar Blitar, Indonesia. Email: feratarabatariakbar123@gmail.com.

Rossyda Priyadharsini adalah dosen Program Studi Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya, Indonesia. Email: rossyda_p@upnjatim.ac.id.

Zainal Abidin Achmad adalah dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya, Indonesia. Email: z.abidinachmad@upnjatim.ac.id.

REFERENSI

Achmad, Z. A. (2022). Pemberdayaan Kampung Opak Gambir Melalui Media Sosial Instagram dan Web Design. In *Bunga Rampai Bela Negara dalam Berbagai Perspektif* (pp. 13–30).

Achmad, Z. A., Mardliyah, S., Siswati, E., Luawo, S. R., & Wahyudi, A. (2020). Menumbuhkan Upaya Diversifikasi Usaha Melalui Penguatan Ketrampilan Pada Komunitas Koperasi Wanita Nelayan Di Gresik. *Jurnal Abdimas Bela Negara*, *1*(2), 1–14. https://doi.org/10.33005/jabn.v1i2.18

Achmad, Z. A., & Melani, E. R. (2022). Perancangan Konten Media Sosial untuk Branding Kampung Tenun Ikat Bandar Kidul Kota Kediri. *Abdi-Mesin: Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknik Mesin*, *2*(2), 16–33. https://doi.org/10.33005/ABDI-MESIN.V2I2.53

Achmad, Z. A., Tranggono, D., Siswati, E., & Habibi, M. M. (2020). *Peran Radio Jodhipati 106,1 FM Nganjuk dalam Pelestarian Budaya Jawa*. Putra Media Nusantara. https://id1lib.org/book/17793487/aad3f0

BPS Pusat. (2020). Jumlah Penduduk Indonesia menurut Generasi (Sensus 2020). In *BPS*. BPS Indonesia. https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2

Buckingham, D. (2005). The Media Literacy of Children and Young People: A Review of the Literature. In *Ofcom* (Issue January). Ofcom. http://www.ofcom.org.uk/advice/media_literacy/medlitpub/medlitpubrss/mI_children

Cohen, E. A., & Barabási, A.-L. (2002). Linked: The New Science of Networks. *Foreign Affairs*, *81*(5), 204. https://doi.org/10.2307/20033300

Couldry, N., Livingstone, S., & Markham, T. (2007). *Media consumption and public engagement. Beyond the presumption of attention.* Palgrave MacMillan.

Ehret, C., Hollett, T., & Jocius, R. (2016). The matter of new media making: An intra-action analysis of adolescents making a digital book trailer. *Journal of Literacy Research*, *48*(3), 346–377. https://doi.org/10.1177/1086296X16665323

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, *43*(4), 51–58. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x

Fadilah, U. N., Haris, A. M., & Achmad, Z. A. (2021). Framing media online cnnindonesia.com dan detik.com mengenai kebijakan transisi di DKI Jakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *3*(2), 1–17.

Febrianita, R., & Kusnarto. (2018). The Internet Addiction: Challlenges to Conflict Settlement in Family Communication. *Dinamika Administrasi: Jurnal Ilmu Administrasi Dan Manajemen*, *1*(1), 70–79.

Jung, S., & Shim, D. (2014). Social distribution: K-pop fan practices in Indonesia and the "Gangnam Style" phenomenon. *International Journal of Cultural Studies*, *17*(5), 485–501. https://doi.org/10.1177/1367877913505173

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. *The Public Opinion Quarterly*, *37*(4), 509–523. https://www.jstor.org/stable/2747851

Lubna, P. N. C., & Achmad, Z. A. (2023). Toxic Positivity Content Uploads on Instagram in Encouraging the Growth of Hustle Culture Gen Z. *JOSAR (Journal of Students Academic Research)*, *9*(1), 73–86. https://doi.org/10.35457/JOSAR.V9I1.2730

Malafitri, N., Zuhri, S., & Achmad, Z. A. (2022). Analisis Resepsi Generasi Z Surabaya Terhadap Standar Kecantikan pada Laki-Laki dalam Iklan MS Glow for Men. *Representamen*, *8*(1), 40–55. http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/representamen/article/view/6346

Mas'udah, K. W., Rosida, D. F., Achmad, Z. A., Anita, N. D., Muruah, I., & Aini, Z. A. N. (2022). Pendampingan Penggunaan Platform Digital untuk Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM Desa Kebondalem. *Jurnal Abdimas Patikala*, *1*(1), 428–436.

McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, *36*(2), 176–187. http://www.jstor.org/stable/2747787

Noelle-Neumann, E. (1974). The Spiral of Silence a Theory of Public Opinion. *Journal of Communication*, *24*(2), 43–51. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1974.tb00367.x

Pratiwi, A., Nurul, E., & Asyarotin, K. (2019). Implementasi literasi budaya dan kewargaan sebagai solusi disinformasi pada generasi millennial di Indonesia. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, *7*(1), 65–80. https://doi.org/10.24198/jkip.v7i1.20066

Rahman, F. F., Tranggono, D., & Achmad, Z. A. (2021). Instagram account @surabaya as a Trusted Source of Information for Surabaya Students. *JOSAR: Journal of Students Academic Research*, *7*(1), 58–71. https://ejournal.unisbablitar.ac.id/index.php/josar/article/view/1534

Rahman, M. S. A., Dewi, S. P., Ningtyas, L. S., Samosir, F. L., Herviani, A. E., & Achmad, Z. A. (2023). Kredibilitas Informasi di Era Post-Truth Dikalahkan Kecepatan Informasi: Pengabaian Undang Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. *Jejaring Administrasi Publik*, *14*(2), 151–173. https://doi.org/10.20473/jap.v14i2.46677

Rianto, P. (2019). Literasi Digital Dan Etika Media Sosial Di Era Post-Truth. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *8*(2), 24. https://doi.org/10.14710/interaksi.8.2.24-35

Rizaldi, M. F., Akrom, A. A., Imron, M. A., Hanif, F., & Achmad, Z. A. (2023). Pengenalan website sebagai pengembangan profil pondok pesantren maqis al-hamidy 4. *KARYA UNGGUL-Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *3*(3), 53–61.

Sunstein, C. R., & Vermeule, A. (2009). Symposium on conspiracy theories:

Conspiracy theories: Causes and cures. *Journal of Political Philosophy*, *17*(2), 202–227. https://doi.org/10.1111/j.1467-9760.2008.00325.x

Tutiasri, R. P., Kusuma, A., & Sumardjijati, S. (2019). Perilaku Remaja dalam Penyebaran Hoax di Grup WhatsApp. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *2*(1). https://doi.org/10.33005/jkom.v2i1.36

White, J. E. (2017). *Meet Generation Z: understanding and reaching the new post-Christian world*. Baker Books.

Zhao, X. A., & Abidin, C. (2021). Tiktok's 'fox eye' trend and everyday activism: gen z agency in an audiovisual narrative case study. *#AoIR2020: AoIR Selected Papers of Internet Research*. https://doi.org/10.5210/spir.v2021i0.12267