
EFEK MEDIA ONLINE DUTA DAMAI SUMUT UNTUK MENCEGAH HOAX DI KALANGAN PELAJAR SMA 2 MUHAMMADIYAH MEDAN

Oleh

Astri Handayani

Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Emil: astrihandayani0821@gmail.com

Article History:

Received: 09-09-2023

Revised: 20-09-2023

Accepted: 05-10-2023

Keywords:

Ambassador of Peace, Social Media, Radical

Abstract: *Duta Damai is a community formed by the National Counterterrorism Agency (BNPT) since 2016 which is filled with young generations who are more productive in utilizing technology to carry out positive activities. The BNPT considers that there is a need for a preventive measure to equip students or youth so that they are not contaminated by solicitations or seductions that divide the nation, from unity to unity and with full awareness also seeing today's conditions that on average every child has a gadget. Duta Damai Sumut under the auspices of the BNPT has succeeded in providing positive content through social media that can be accessed easily by teenagers and even all groups. Related to this, researchers chose SMA 2 Muhammadiyah Medan as the object of research. Regarding the solution to the rampant hoaxes in the country, researchers are interested in glancing at the North Sumatra Peace Ambassadors. The results of a temporary search by researchers, Duta Damai Sumut have made a lot of use of online media in preventing hoaxes. According to Duta Damai Sumut, starting from online media or cyberspace, indoctrination from radical sites began to intensify and focus on trust among children who then began to look for groups that agreed with him*

PENDAHULUAN

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah memudahkan masyarakat dalam menerima informasi-informasi tentang peristiwa-peristiwa, pesan, pendapat, berita, ilmu pengetahuan, dan lain sebagainya. Untuk menyebarkan informasi-informasi kepada khalayak yang bersifat massal diperlukan sebuah media. Media yang dapat mengakomodir semua itu adalah media massa. Fleksibilitas media dan kemudahan akses internet membuat setiap orang dapat terhubung dan berkomunikasi satu dengan lainnya tanpa harus bertatap muka, di mana pun dan kapan pun (Effendy, 2004).

Kehadiran media baru (*new media*) memungkinkan perbedaan ruang dan waktu tidak lagi menjadi alasan penghambat komunikasi antar manusia. Menurut Creeber dan Martin dalam Mondry (2008: 13), mendefinisikan media baru atau *new media* atau media *online* sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital (Mulyana, 2000). Contoh dari media yang sangat merepresentasikan media

baru adalah internet. (Puspasari & Hermawati, 2021) Jenis media baru sekaligus media online yang paling populer saat ini adalah media sosial (*social media*) yang juga sering disebut "*social networking*" (media sosial). Media sosial adalah aplikasi yang mengizinkan *user* atau penggunaannya berbagi informasi pribadi seperti biodata dan foto aktivitas sehari-hari sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Media sosial disambut antusias oleh masyarakat Indonesia terutama *Instagram*. (Yuwita, 2018)

Saracen adalah penyebaran informasi *hoax* yang dilakukan sekelompok orang, isi dari informasi tersebut bersinggungan dengan agama dan kelompok organisasi masyarakat. (Suprpto, 2011) Seperti postingan informasi *hoax* tentang kasus bom Surabaya adalah pengalihan isu yang di sampaikan oleh dosen Universitas Sumatera Utara. Berita *hoax* tersebut sempat beredar luas di media sosial yang pada akhirnya menimbulkan kesan tidak baik antar umat beragama. (AW, 2011)

Fenomena yang terjadi seperti *hoax* ini dianggap peneliti sangat berbahaya dan mulai merasuki pola pikir siswa atau pun kalangan muda yang seharusnya menjadi agen-agen perubahan di masa yang akan datang. (Nurani, 2017) Sangat di khawatirkan apabila hal-hal negatif seperti ini masuk terlalu dini untk generasi muda kita maka akan mengganggu kerukunan antar umat beragama di kemudian hari. Oleh karena itu penelitian ini sangat baik dilakukan untuk meneliti bagaimana pengaruh terpaan *hoax* terhadap kerukunan dalam kehidupan beragama di kalangan pelajar SMA 2 MUHAMMADIYAH MEDAN yang merupakan lingkungan pendidikan dimana si peneliti berada. (Effendy, 2004)

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian "Efek Media Online Untuk Mencegah *Hoax* Di Kalangan Pelajar SMA 2 Muhammadiyah Kota Medan" yang memiliki jumlah sampel populasi dalam penelitian ini adalah siswa Muhammadiyah 2 Medan berjumlah 82 siswa. Dokumentasi dilakukan dengan melakukan pemotretan pada Siswa SMA Muhammadiyah 2 Medan pemakai Instagram pada saat di wawancarai. Untuk membuktikan bahwa peneliti memang telah melakukan kegiatan wawancara. (Sugiyono, 2018)

Penelitian kuantitatif dapat didefinisikan sebagai suatu proses menemukan pengetahuan dengan menggunakan data berupa angka sebagai alat untuk menganalisis keterangan tentang apa yang ingin diketahui. Metode penelitian ini bersifat deskriptif, korelasi, dan asosiatif berdasarkan hubungan antar variabelnya. (Afrizal, 2014) Penelitian kuantitatif deskriptif biasanya hanya mengukur tingkat suatu variabel pada populasi atau sampel, sementara korelasi dan asosiatif melihat hubungan antara dua variabel atau lebih. Jika kuantitatif korelasi hanya menunjukkan hubungan, asosiatif berusaha mencari hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel terkait. (Lexy J. Moelong, n.d.)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun data responden yang penullis teliti identitasnya yang dapat penulis sajikan adalah sebagaimana pada table berikut ini :

Media Online Duta Damai Sumut (@dutadamaissumut)

Tabel.1 Distribusi jawaban responden dari pertanyaan “Ketika mengakses media online @dutadamaissumut di *smartphone* atau komputer tidak mengalami kesulitan”

NO	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	40	88%
2	Setuju	5	12%
3	Kurang Setuju	0	0%
4	Tidak Setuju	0	0%
JUMLAH		45	100%

Sumber: Hasil angket 2021

Tabel 2. Distribusi jawaban responden dari pertanyaan “Media online @dutadamaissumut tidak memiliki tampilan berbeda saat di akses lewat *smartphone*”

NO	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	13	29%
2	Setuju	32	71%
3	Kurang Setuju	0	0%
4	Tidak Setuju	0	0%
JUMLAH		45	100%

Sumber: Hasil angket 2021

Tabel 3. Distribusi jawaban responden dari pertanyaan “Tampilan media online @dutadamaissumut menarik untuk dilihat”

NO	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	30	67%

2	Setuju	15	33%
3	Kurang Setuju	0	0%
4	Tidak Setuju	0	0%
JUMLAH		45	100%

Sumber: Hasil angket 2021

Tabel 4. Distribusi jawaban responden dari pertanyaan “Konten yang ada di media online @dutadamaismumut bermanfaat dalam mencegah berita bohong atau hoax”

NO	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	40	89%
2	Setuju	5	11%
3	Kurang Setuju	0	0%
4	Tidak Setuju	0	0%
JUMLAH		45	100%

Sumber: Hasil angket 2021

Tabel 5. Distribusi jawaban responden dari pertanyaan “Konten-konten berita yang ada di media online @dutadamaismumut menarik untuk dibaca”

NO	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	13	29%
2	Setuju	32	71%
3	Kurang Setuju	0	0%
4	Tidak Setuju	0	0%

JUMLAH	45	100%
---------------	-----------	-------------

Sumber: Hasil angket 2021

Tabel 6. Distribusi jawaban responden dari pertanyaan “Isi dan maksud dari tulisan-tulisan di media *online @dutadamaismumut* mudah di mengerti dan bersifat edukasi”

NO	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	33	73%
2	Setuju	12	27%
3	Kurang Setuju	0	0%
4	Tidak Setuju	0	0%
JUMLAH		45	100%

Sumber: Hasil angket 2021

Tabel 7. Distribusi jawaban responden dari pertanyaan “Desain-desain kreatif yang ada pada media *online @dutadamaismumut* menarik untuk dilihat dan sangat mengedukasi”

NO	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	15	33%
2	Setuju	10	22%
3	Kurang Setuju	2	7%
4	Tidak Setuju	3	6,6%
JUMLAH		45	100%

Sumber: Hasil angket 2021

Tabel 8. Distribusi jawaban responden dari pertanyaan “Anda setuju dengan apa yang di tulis dan di beritakan di media online @dutadamaismut”

NO	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	28	62%
2	Setuju	7	16%
3	Kurang Setuju	10	22%
4	Tidak Setuju	0	0%
JUMLAH		45	100%

Sumber: Hasil angket 2021

Tabel 9. Distribusi jawaban responden dari pertanyaan “Media online @dutadamaismut memberikan banyak masukan, manfaat dan pengetahuan bagi banyak orang”

NO	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	8	18%
2	Setuju	32	71%
3	Kurang Setuju	3	7%
4	Tidak Setuju	2	4%
JUMLAH		45	100%

Sumber: Hasil angket 2021

Berita Bohong (Hoax)

Tabel 10. Distribusi jawaban responden dari pertanyaan “Sekelompok orang menciptakan *website*, blog ataupun media *online* untuk menyebarkan berita bohong (*hoax*)”

NO	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	10	22%
2	Setuju	22	49%
3	Kurang Setuju	12	27%
4	Tidak Setuju	0	0%
JUMLAH		45	100%

Sumber: Hasil angket 2021

Tabel 11. Distribusi jawaban responden dari pertanyaan “Anda setuju dengan adanya komentar-komentar yang dibuat di kolom Instagram @dutadamaismusut untuk memberi kritik dan saran terkait penyebaran berita *hoax*”

NO	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	23	51%
2	Setuju	15	33%
3	Kurang Setuju	7	15%
4	Tidak Setuju	0	0%
JUMLAH		45	100%

Sumber: Hasil angket 2021

Tabel 12. Distribusi jawaban responden dari pertanyaan “Mereka-mereka dengan sengaja menyebarkan fitnah dan berita bohong melalui media sosial sangat cocok di tindak pidana (hukum)”

NO	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	45	100%
2	Setuju	0	0%
3	Kurang Setuju	0	0%
4	Tidak Setuju	0	0%
JUMLAH		45	100%

Sumber: Hasil angket 2021

Tabel 13. Distribusi jawaban responden dari pertanyaan “Apakah anda pernah ikut menyebarkan situs atau *website* seperti itu di salah satu media sosial karena percaya dengan beritanya”

NO	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	0	0%
2	Setuju	0	0%
3	Kurang Setuju	1	2%
4	Tidak Setuju	44	98%
JUMLAH		45	100%

Sumber: Hasil angket 2021

Tabel 14. Distribusi jawaban responden dari pertanyaan “Anda setuju jika orang-orang yang ikut berkomentar di media sosial, *website* maupun situs yang isinya menyebarkan isu sara *hoax* di kenakan hukuman juga”

NO	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	0	0%
2	Setuju	13	29%
3	Kurang Setuju	11	24%
4	Tidak Setuju ³	21	47%
JUMLAH		45	100%

Sumber: Hasil angket 2021

Pembahasan Data

Hasil jawaban dari seluruh responden yang berjumlah 45 orang berdasarkan sampel yang telah dihitung, terangkum dalam pembahasan data sebagai berikut:

Menurut responden, ketika mereka mengakses media *online @dutadamaismut* mereka tidak menemukan kesulitan serta hambatan-hambatan yang terjadi seperti koneksi yang tidak stabil dan memori yang begitu besar. Proses aksesnya cukup di katakana cepat. Kemudian media *online @dutadamaismut* tidak memiliki tampilan yang berbeda jika di buka melalui *smartphone* ataupun komputer.

Responden juga menulis jika dari tulisan-tulisan berita yang tertera di media *online @dutadamaismut* menarik untuk dibaca. Selain dapat menambah ilmu pengetahuan umum juga memberikan gambaran kepada responden bahwa kita tidak boleh menyalahgunakan arti media sosial. Isi-isi dari tulisan tersebut juga dapat di mengerti maksudnya oleh responden yang sifatnya mengedukasi. Video-video yang disediakan media *online @dutadamaismut* juga bersifat edukasi. Jika tidak hanya membaca, responden juga dapat melihat video-video yang di tayangkan. Namun ada juga sebagian kecil dari responden yang kurang menyetujui hal tersebut. Kemudian sebagian responden jugaa setuju dengan adanya media *online @dutadamaismut* dikarenakan media sosial ini banyak memberikan masukan, manfaat dan pengetahuan bagi banyak orang.

Tetapi sebagian dari responden juga kurang menyetujui hal ini. Menurut mereka tidak semua orang melakukan hal tersebut. Hanya sebagian kecil saja tetapi mereka mampu menarik simpatik publik. Responden juga menyetujui adanya kolom komentar yang dibuat di media *online* tersebut. Dengan adanya kolom tersebut, masyarakat dapat memberikan masukan, saran serta informasi terkini seputar berita bohong atau *hoax*.

Responden juga berharap orang-orang yang dengan sengaja membuat berita palsu tersebut dan membuat orang lain percaya serta ikut serta menghujat pihak yang terkait

berita *hoax* diberikan hukuman yang setimpal atas perbuatannya. Responden juga menulis bahwa mereka tidak pernah terlibat dengan tindakan criminal seperti itu.

Tetapi mereka pernah bahkan sering di jumpai berita-berita palsu tersebut. Dan mereka berharap agar orang-orang yang ikut terlibat berkomentar negatif agar dapat dikenakan sanksi yang tidak terlalu berat, seperti menonaktifkan sosial mediana untuk beberapa waktu, agar memberikan efek jera kepada masyarakat (*netizen*) yang bersangkutan.

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan yang di tulis penulis adalah hasil rangkuman dari penelitiannya, sebagai berikut:

1. Pemanfaatan media *online* khususnya Instagram @dutadamaismumut digunakan untuk menjelaskan kepada masyarakat (responden) agar terhindar dari bahaya *hoax* yang semakin marak beredar di sosial media khususnya media *online*.
2. Gambar, isi pesan, video dan konten-konten menarik sengaja dibuat oleh Instagram @dutadamaismumut agar pembaca yang membuka, tertarik untuk membaca dan melihat tampilan yang ada di dalamnya. Hal ini di tujukan guna masyarakat membaca dan dapat memahami bahaya-bahaya *hoax*.
3. Instagram @dutadamaismumut mengajak masyarakat untuk melakukan edukasi sejak dini apa itu bahaya *hoax* dan memberi informasi sanksi yang di dapat seputar keikutsertaan orang-orang yang mendukung berita *hoax*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif: sebuah upaya mendukung penggunaan penelitian kualitatif dalam berbagai disiplin ilmu* (4th ed.). Rajawali Pers. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1139943>
- [2] AW, S. (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Graha Ilmu.
- [3] Effendy, O. (2004). *Ilmu_komunikasi_teor_i_dan_praktek_Onong*.
- [4] Lexy J. Moelong. (n.d.). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1133305>
- [5] Mulyana, D. (2000). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*.
- [6] Nurani, S. (2017). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Ar-Ruzz Media. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1138864>
- [7] Puspasari, N. A., & Hermawati, T. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Massa*, 5(1), 1–8. <https://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/siklus/article/view/298%0Ahttp://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jana.2015.10.005%0Ahttp://www.biomedcentral.com/1471-2458/12/58%0Ahttp://ovidsp.ovid.com/ovidweb.cgi?T=JS&P>
- [8] Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- [9] Suprpto, T. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi: dan peran manajemen dalam komunikasi*. Caps. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=119245>
- [10] Yuwita, N. (2018). Representasi Nasionalisme Dalam Film Rudy Habibie (Study Analisis

Semiotika Charles Sanders Peirce). *Jurnal Heritage*, 6(1), 1689–1699.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=nurma+yuwita&btnG=#d=gs_qabs&t=1657859563786&u=%23p%3DrovS-a-csbcj

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN