

Model Literasi Digital untuk Melawan Ujaran Kebencian di Media Sosial

Digital Literacy Model to Counter Hate Speech on Social Media

Muannas¹, Muhammad Mansyur²

^{1,2}Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Cokroaminoto Makassar
Jalan Perintis Kemerdekaan 11 Tamalanrea, Makassar

¹muannas@fikom-ucm.ac.id, ²muhammadmansyur@fikom-ucm.ac.id

Naskah diterima: 3 September 2020, direvisi: 22 November 2020, disetujui: 24 November 2020

Abstract

Indonesia has one of the largest social media users in the world, who are known to be talkative citizens on social media. Unfortunately, Indonesians have low literacy rate, which causes them to get out of control and resulting in hate speech. This study aimed to determine a digital literacy model to counter hate speech on social media. The method used was explorative descriptive methods. The findings showed that digital literacy to combat online hate speech can not merely use functional consuming, critical consuming, functional prosuming, and critical prosuming models, but it needs to add moral value. The moral value model includes two indicators, namely ethical behavior and motivation skills. Hate speech is not only found in hoaxes, but also in correct information. So far, digital literacy has largely focused on tracing hoaxes.

Keywords: digital literacy, hate speech, social media, moral, hoax

Abstrak

Indonesia merupakan salah satu negara pengguna media sosial terbesar di dunia dan dikenal cerewet di media sosial. Sayangnya, masyarakat Indonesia memiliki tingkat literasi yang masih rendah sehingga menyebabkan mereka sering lepas kendali yang berbuah ujaran kebencian. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui model literasi digital dalam melawan ujaran kebencian di media sosial. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif eksploratif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa literasi digital untuk melawan ujaran kebencian tidak cukup hanya menggunakan model critical consuming, functional prosuming, dan critical prosuming tetapi perlu ditambahkan moral value. Model moral value mencakup dua indikator, yaitu ethical behavior dan motivation skill. Pasalnya ujaran kebencian tidak hanya muncul dalam hoaks, namun juga informasi yang benar. Selama ini, literasi digital lebih banyak berfokus untuk melakukan penelusuran informasi hoaks.

Kata kunci: literasi digital, ujaran kebencian, media sosial, moral, hoaks

PENDAHULUAN

Penetrasi media sosial di Indonesia bertumbuh cukup signifikan. Berdasarkan riset We Are Social bekerja sama dengan Hootsuite, total pengguna media sosial di Indonesia hingga Januari 2020 sudah mencapai 160 juta atau 59 persen dari jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 272,1 juta jiwa (We Are Social and Hootsuite 2020). Angka yang merupakan data agregat dari berbagai *platform* media sosial tersebut meningkat 12 juta pengguna atau 8 persen lebih dibanding periode April 2019 hingga Januari 2020. Dalam laporan berjudul “Indonesia Digital Report 2020” tersebut juga dipaparkan bahwa setiap pengguna internet di Indonesia rata-rata memiliki 10,1 akun media sosial.

Pertumbuhan signifikan pengguna media sosial menyumbang pada peningkatan intensitas ekspresi komunikasi di media sosial. Apalagi, masyarakat Indonesia dikenal cerewet di media sosial (Devega 2017). Fasilitas kebebasan berekspresi yang disediakan *platform* jejaring media sosial menjadi panggung spesial nan megah bagi masyarakat Indonesia yang senang bercelotoh. Media sosial menjadi ruang interaksi baru seiring pertumbuhan teknologi internet dan konvergensi media. Dengan media sosial seperti Facebook, Youtube, Instagram, LINE, TikTok, MySpace, Twitter, dan sejenisnya, interaksi antarpengguna berlangsung sangat aktif dan bergulir secara terus menerus.

Para pengguna media sosial telah menghimpun diri dalam ikatan kekerabatan masyarakat baru secara virtual (maya). Populasi mereka sangat majemuk dan amat besar lantaran tidak dibatasi oleh sekat-sekat wilayah maupun prasyarat status sosial ekonomi. Mereka terhubung satu sama lain, saling berinteraksi dan menampilkan berbagai rupa ekspresi tanpa batasan, kapan saja dan di mana saja. Media sosial telah membentuk jaringan interkoneksi dan interaktivitas raksasa sehingga dunia seolah telah berubah menjadi sebuah desa global (Pamungkas 2017). Dunia berada dalam genggaman tangan.

Fasilitas yang ditawarkan media sosial sungguh menggiurkan. Media sosial memiliki ventilasi yang mampu mengantarkan setiap penduduknya untuk menyaksikan pemandangan kehidupan di belahan dunia lain sepanjang waktu (Thurlow dan Mroczek 2019). Tak ada tembok penghalang dan limit kuota penggunaan ekspresi. Bukan sekedar fasilitas mengintip dunia lain, media sosial juga menjadi panggung spektakuler untuk pertunjukan segala macam ekspresi. Di media sosial, setiap penduduknya tidak hanya konsumen, tetapi juga sekaligus merupakan produsen dan distributor informasi (Muannas 2018).

Banjir ekspresi di media sosial juga tidak lepas dari karakter penghuninya yang suka pamer diri dan menjadikan media sosial sebagai pelarian atas masalah yang dihadapi di dunia nyata. Hal ini terungkap dalam hasil penelitian Ryan dan Xenos (Silvana dan Darmawan 2018, 149) yang menjelaskan bahwa karakter pengguna media sosial terbagi dalam tiga tipe, yaitu *narcissism*, *shyness* dan *loneliness*. Tipe *narcissism* menunjukkan kecenderungan dari pengguna media sosial untuk selalu tampil memamerkan aktivitas dan kesenangannya melampaui pengguna lain. Tipe *shyness* adalah pengguna yang menunggangi media sosial untuk mengatasi kecemasan mereka. Adapun tipe *loneliness* merupakan kategori pengguna media sosial yang menjadikan media sosial sebagai ruang curhat akibat merasa kesepian di dunia nyata.

Penduduk media sosial dengan karakter *narcissism*, *shyness* dan *loneliness* ini bukan hanya menjadi konsumen, melainkan juga produsen dan distributor sehingga membuatnya sering lepas kontrol. Konten informasi yang diproduksi dan diedarkan lebih mendahulukan ketenaran namun sering abai mempertimbangkan kebenaran dan kemanfaatannya. Hansen, Jankowski, dan Etienne (seperti dikutip Severin dan Tankard 2014) mendeskripsikan situasi khusus itu sebagai ketundukan

kognitif. Apalagi, media sosial dijejali anonimitas, yang berarti bahwa identitas yang tersaji di ruang-ruang media sosial penuh ketidakpastian. Identitas yang ditampilkan pengguna media sosial tidak seluruhnya asli, melainkan banyak yang dipalsukan atau disamarkan (Bakti Kominfo 2019). Anonimitas ini turut mendorong amplifikasi berbagai informasi yang susah dipertanggungjawabkan kredibilitas dan kebenarannya.

Pemilihan kebenaran sebelum ketenaran mensyaratkan profil pengguna media sosial yang literat atau telah memiliki tingkat literasi yang baik. Sayangnya, syarat tersebut masih belum terpenuhi. Bahkan tingkat literasi masyarakat Indonesia sangat memprihatinkan. Lembaga pendidikan dunia UNESCO sebagaimana dikutip Devega (2017) menyebutkan Indonesia berada pada urutan kedua dari bawah dalam hal literasi dunia dengan indeks hanya 0,001%. Artinya, dari 1.000 orang Indonesia, cuma satu orang yang rajin membaca. Riset berbeda yang dilakukan oleh Central Connecticut State University pada Maret 2016 juga menempatkan Indonesia pada peringkat kedua terbawah, yakni ke-60 dari 61 negara soal minat membaca (Devega 2017).

Karakter yang senang bercelesot di media sosial namun tidak didukung tingkat literasi yang memadai menjadi hulu dari ekspresi yang kebablasan, asal tenar meski tidak benar. Kebebasan berbicara (*free speech*) dapat berubah menjadi ujaran kebencian (*hate speech*) yang saling berkelindan dengan hoaks. Perbedaannya, menurut Lee (seperti dikutip Irawan 2018), kebebasan berbicara memicu perdebatan sedangkan ujaran kebencian menyulut kekerasan.

Definisi ujaran kebencian yang universal, tegas, dan hitam putih memang masih diperdebatkan. Sebagian mengartikan *hate speech* jika memuat ancaman nyata terhadap keamanan atau nyawa seseorang (Fauzi *et al.* 2019). Dalam Surat Edaran (SE) Kapolri No. SE/6/X/2015 tertanggal 8 Oktober 2015, ujaran kebencian dinyatakan sebagai tindak pidana yang berbentuk penghinaan, pencemaran nama baik, penistaan, perbuatan tidak menyenangkan, provokasi, hasutan, dan penyebaran berita bohong (Polri 2015). *Hate speech* dalam Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik didefinisikan sebagai penyebaran informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu. Dalam penelitian ini, ujaran kebencian yang dimaksudkan adalah informasi yang diunggah dan/atau disebarluaskan melalui platform jejaring media sosial yang ditujukan untuk mendiskreditkan seseorang atau sekelompok orang, memuat penghinaan, pencemaran nama baik, penistaan, perbuatan tidak menyenangkan, provokasi, dan bersifat menghasut.

Fakta menunjukkan bahwa ujaran kebencian dan hoaks terus eksis dari waktu ke waktu. Penelusuran Kementerian Komunikasi dan Informatika RI menemukan jumlah hoaks dan ujaran kebencian selama periode Agustus 2018 - November 2019 mencapai 3.901 kasus atau naik 501 kasus dibanding periode sebelumnya (Kemkominfo 2019). Pada kurun waktu 2017 - 2018, Polri mencatat setidaknya ada 3.884 konten hoaks dan ujaran kebencian disebar di media sosial. Selama 2 bulan pertama pandemi Covid-19 saja, Kepolisian RI mencatat terjadi peningkatan jumlah kasus penyebaran berita hoaks dan ujaran kebencian. Sepanjang Maret hingga April 2020, Polda Metro Jaya menerima setidaknya 443 laporan berkaitan dengan ujaran kebencian (Anugrahadi 2020).

Berbagai model atau strategi literasi digital telah banyak dilakukan, baik oleh komunitas, lembaga maupun negara. Bahkan para pelaku ujaran kebencian juga sudah banyak dijerat hukuman dan diseret masuk jeruji penjara. Tak hanya itu, Kementerian Komunikasi dan Informatika mencatat telah memblokir 653.959 konten negatif media sosial dari lebih 1,8 juta konten negatif di internet (Hutasoit 2020). Selama pandemi Covid-19 dari bulan April hingga Mei, Polri pun telah memblokir 218 akun media sosial dari 443 kasus ujaran kebencian yang tengah

diselidiki (Simbolon dan Foe 2020). Namun, intensitas ujaran kebencian di media sosial belum juga mereda. Tren peningkatan konten hoaks dan ujaran kebencian di media sosial menjadi alarm darurat bagi pentingnya penguatan diversifikasi literasi digital dalam upaya memberikan bekal yang cukup bagi para netizen dalam memanfaatkan informasi yang diperolehnya dari media digital.

Studi ini dilakukan guna menjawab pertanyaan bagaimana model literasi digital untuk melawan ujaran kebencian di media sosial. Penelitian bertujuan untuk mengetahui model literasi digital dalam melawan ujaran kebencian di media sosial. Kajian ini diharapkan akan melengkapi dan memperkaya kajian literasi digital yang sudah ada sebelumnya dan dapat menjadi salah satu model yang dikembangkan dalam melakukan literasi digital.

Menurut Gilster (seperti dikutip A'yuni 2015), literasi digital merupakan kemampuan untuk memahami, memaknai dan menggunakan informasi dari berbagai format digital. Dalam konsep Potter (seperti dikutip Setyaningsih et al. 2019), literasi digital adalah ketertarikan, sikap dan kemampuan individu dalam menggunakan teknologi digital dan alat komunikasi untuk mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menganalisis dan mengevaluasi informasi, membangun pengetahuan baru, membuat dan berkomunikasi dengan orang lain. Karena itu, European Commission dalam Amalia (2015) menjelaskan bahwa untuk menguasai literasi digital, diperlukan *individual competence* yang terdiri dari kompetensi teknis, pemahaman kritis, dan kemampuan berkomunikasi serta berpartisipasi.

Tabel 1. Model Literasi Media Baru Lin et al. (2013)

Dimensi	Indikator	Keterangan
Functional Consuming	Consuming skill	Kemampuan teknis yang diperlukan individu ketika mengonsumsi konten media.
	Understanding	Kemampuan untuk menangkap arti dari konten media secara tepat di tingkat literal
Critical Consuming	Analysis	Kemampuan untuk mengkonstruksikan pesan media yang terkandung dalam konten media.
	Synthesis	Kemampuan untuk mencampur kembali konten media dengan mengintegrasikan sudut pandang mereka sendiri dan untuk mengkonstruksi pesan media
	Evaluation	Kemampuan untuk mempertanyakan, mengkritisi, dan meragukan kredibilitas suatu isi atau konten media
Functional Prosuming	Prosuming skill	Kemampuan teknis yang diperlukan individu untuk memproduksi atau menciptakan konten media
	Distribution	Kemampuan individu untuk menyebarkan informasi yang mereka miliki
	Production	Kemampuan untuk menduplikasi (sebagian atau seluruhnya) atau mencampur konten media
Critical Prosuming	Participation	Kemampuan individu untuk berpartisipasi secara interaktif dan kritis dalam media sosial
	Creation	Kemampuan individu untuk memproduksi konten media dengan pemahaman kritis yang tertanam dari nilai sosial budaya

Dalam penelitian ini, literasi digital dimaksudkan sebagai bagian dari literasi informasi yang diperoleh dari sumber-sumber digital. Pasalnya, ujaran kebencian merupakan salah satu bentuk informasi yaitu berupa unggahan kebencian di media sosial (media digital). IFLA ALP Workshop (seperti dikutip Daryono 2017) menyebutkan bahwa sebagai bagian dari literasi informasi, literasi

digital didefinisikan sebagai kemampuan memahami dan menggunakan informasi dalam berbagai format dari sejumlah besar sumber daya yang disajikan melalui komputer. Adapun model literasi digital merupakan sebuah pendekatan dan strategi dalam melakukan edukasi literasi digital. Peneliti menggunakan kerangka pemikiran *New Media Literacy* yang diajukan Lin et al. (2013) sebagai model literasi media baru. Lin et al. menyodorkan 4 dimensi literasi media baru, yaitu *functional consuming*, *critical consuming*, *functional prosuming* dan *critical prosuming*. Keempat dimensi tersebut memiliki sepuluh indikator yang merupakan pengembangan dari literasi media baru oleh Chen, Wu, dan Wang (2011). Dimensi literasi media baru tersebut ditampilkan dalam Tabel 1.

Sebagaimana terlihat dalam Tabel 1, *functional consuming* merepresentasikan kemampuan individu untuk mengakses informasi dan memahami arti kontekstualnya. *Critical consuming* adalah kemampuan untuk menafsirkan konten media dalam konteks politik, sosial, budaya dan ekonomi. *Functional prosuming* menunjukkan kemampuan individu untuk berpartisipasi dan menciptakan konten media. *Critical prosuming* merupakan kemampuan individu untuk menginterpretasi konten media dengan pemahaman kritis dalam interaksi mereka di media baru (Pratiwi, 2019).

METODE

Penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif eksploratif. Penelitian berusaha menggali temuan-temuan dan pengetahuan baru (Morissan 2019) mengenai model literasi digital untuk melawan ujaran kebencian di media sosial. Metode deskriptif eksploratif digunakan untuk menggali informasi, menggambarkan, melukiskan atau mengetahui data dan fakta yang bersifat terbuka (Bajari 2017) melalui ekspresi bahasa interpretasi guna mendapatkan pemahaman secara umum. Berdasarkan proses induktif tersebut, akan diperoleh generalisasi model baru (Mudjiyanto 2018) mengenai literasi digital untuk melawan ujaran kebencian di media sosial.

Pengumpulan data dilakukan melalui metode wawancara mendalam dengan informan yang sudah dipilih. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi dan telaah dokumen untuk mendukung dan melengkapi data yang dibutuhkan dalam penelitian. Metode wawancara memasok data primer, sementara telaah dokumen dan observasi menyuplai data sekunder (Sugianto 2015).

Peneliti menggunakan model yang diajukan Miles dan Huberman untuk menganalisis data-data dalam penelitian ini. Menurut Miles dan Huberman (seperti dikutip Baltacı 2017), ada tiga langkah utama dalam melakukan analisis data, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Oleh karena itu, data-data yang bersumber dari hasil wawancara informan maupun telaah dokumen, selanjutnya akan disaring berdasarkan relevansi dengan fokus penelitian ini. Data hasil reduksi selanjutnya dikonstruksikan untuk mendapatkan model literasi digital di Indonesia.

Sebagai penelitian kualitatif, maka peneliti sendiri menjadi salah satu instrumen. Sudut pandang peneliti berperan dalam menginterpretasikan data dan fakta yang diperoleh mengenai model literasi digital. Peneliti memilih pendekatan kualitatif karena jenis pendekatan kualitatif lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri terhadap pola-pola nilai yang muncul dalam situasi yang berubah-ubah selama penelitian. Apalagi, permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini, yaitu model literasi digital untuk melawan ujaran kebencian di media sosial, merupakan isu yang sangat rentan mengalami perkembangan.

Informan dalam penelitian ini dipilih berdasarkan teknik *purposive*, yaitu berdasarkan pada kriteria kompetensi dan pengalaman informan dalam bidang literasi, baik pada skala lokal maupun nasional. Informan yang dipilih yakni Arfi Bambani, Septiaji Eko Nugroho, Muliadi Mau, Pahir Halim dan Waspada Santing. Pemilihan informan tersebut didasarkan pada penilaian peneliti bahwa mereka mampu menjawab apa yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Arfi Bambani adalah Google News Initiative (GNI) Training Network Project Coordinator di Indonesia dan sebelumnya menjabat sebagai Sekretaris Jenderal Aliansi Jurnalis Indonesia periode 2014-2017. GNI merupakan program yang berfokus untuk membantu pengembangan jurnalisisme secara digital. Di Indonesia, GNI menggandeng organisasi profesi jurnalis AJI Indonesia, juga sebelumnya bersama-sama dengan Internews.

Septiaji Eko Nugroho adalah Ketua Masyarakat Anti Fitnah dan Hoaks Indonesia (Mafindo). Mafindo sendiri merupakan salah satu organisasi masyarakat sipil di Indonesia yang aktif melakukan edukasi dan literasi digital. Adapun Muliadi Mau adalah dosen Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin dan juga pegiat literasi sejak 20 tahun terakhir melalui lembaga eLSIM (Lembaga Studi Informasi dan Media Massa) Makassar.

Pahir Halim dipilih karena menjabat Ketua Komisi Informasi (KI) Sulawesi Selatan. Pahir Halim juga merupakan aktivis lembaga swadaya masyarakat. Sementara Waspada Santing adalah seorang mantan jurnalis yang menjabat komisioner Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Sulawesi Selatan periode 2017-2020, sekaligus dipercaya sebagai Ketua Komisi Informasi dan Komunikasi Majelis Ulama Indonesia (MUI) Sulawesi Selatan periode 2016-2021.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hate Speech

Penelusuran dokumen yang dilakukan peneliti menemukan bahwa berbagai konten negatif masih saja berkelintaran di media sosial. Salah satu di antara konten negatif tersebut berwujud *hate speech* (ujaran kebencian). Adapun anggota keluarga media sosial yang teridentifikasi paling banyak menjadi media penyebaran konten negatif adalah Twitter, disusul Facebook dan Instagram (Hutasoit 2020).

Ujaran kebencian sebenarnya sudah ada sejak dulu, seiring terjadinya interaksi antarumat manusia. Ujaran kebencian merupakan salah satu sifat alamiah manusia sehingga tak bisa diceraikan dari sejarah perkembangan peradaban umat manusia. Peradaban umat manusia meruak karena salah satunya ditopang misinformasi, disinformasi maupun ujaran kebencian (Bambani 2020). Bedanya, kini ujaran kebencian mengalami amplifikasi atau penggandaan berlipat kali yang difasilitasi kemajuan teknologi internet. Salah satu alat amplifikasi kebencian di era sekarang adalah media sosial. Sebelum teknologi internet maju pesat, *hate speech* bertunas secara langsung, baik dari orang ke orang maupun dari kelompok tertentu ke kelompok lain.

Ujaran kebencian dapat terjadi dipicu oleh beragam motif dan alasan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa penyebab ujaran kebencian dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu ujaran kebencian yang disengaja dan ujaran kebencian yang tidak disengaja. Ujaran kebencian yang dilakukan secara sengaja merupakan tindakan komunikasi yang diproduksi secara sadar dan memiliki niat tertentu untuk membuat konten ujaran kebencian. Namun, sebuah konten informasi dapat juga dapat menjelma menjadi ujaran kebencian tanpa adanya kesengajaan atau dilakukan tanpa sadar. Tabel 2 menunjukkan kategorisasi penyebab ujaran kebencian

Tabel 2. Kategorisasi Penyebab Ujaran Kebencian

FAKTOR KESENJAAN	FAKTOR KETIDAKSENJAAN
Polarisasi politik	Minimnya pemahaman ujaran kebencian
Informasi hoaks	Sifat media sosial yang terbuka
Minimnya tata krama interaksi sosial	Efek Barbra Streisand
Rendahnya norma moral dan etika	Rendahnya norma moral dan etika

Sumber: Wawancara Informan (2020, diolah)

Sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 2 bahwa polarisasi politik termasuk penyebab ujaran kebencian yang disengaja. Ujaran kebencian mudah tersulut jika terjadi polarisasi akibat isu politik yang membuat demarkasi antara masing-masing kubu atau kelompok (Nugroho 2020). Fenomena inilah yang bermunculan saat Pemilihan Presiden 2019 berlangsung, ketika terjadi polarisasi yang kuat antara kubu pendukung pasangan Joko Widodo-Ma'ruf Amin dan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno. Polarisasi seperti ini bisa muncul di berbagai daerah dengan berbagai latar kepentingan, perbedaan kelompok, golongan suku, ras dan agama. Di tengah-tengah polarisasi, media sosial berperan membentuk fanatisme dalam bentuk *echo chamber* yang meniadakan suara dari pihak di luar kelompoknya (Nugroho 2020). Desa global yang dihuni penduduk supermajemuk yang meniadakan batas geografis, ternyata tetap saja menciptakan sekat-sekat. Hal ini disebabkan pengguna media sosial ternyata bergaul intens dengan sesama pengguna yang memiliki preferensi dan keyakinan yang sama (Yahya dan Mahmudah 2019). Akibatnya, lahirlah kelompok-kelompok eksklusif yang berbeda paham. Polarisasi dunia maya ini bisa lahir dari polarisasi yang terjadi di dunia nyata.

Polarisasi menebalkan perbedaan warna masing-masing kelompok, ketika satu kelompok meyakini hanya kelompoknya yang paling hebat, sementara kelompok yang menjadi rivalnya adalah pecundang. Oleh karena itu, apa pun yang dilakukan oleh kelompok lain diselimihi kelemahan. Keunggulan hanya milik kelompok sendiri. Gagasan secemerlang apa pun dari luar kelompoknya direspon sebagai sesuatu yang bertentangan dengan kelompoknya. Sikap dan pandangan tersebut melahirkan kebencian-kebencian.

Kebencian yang diujarkan melalui media sosial terdokumentasi sebagai jejak digital. Selanjutnya, tanpa disadari oleh pengguna media sosial, mesin algoritma media sosial akan mendeteksi riwayat digital mereka, lalu menyediakan sekaligus menyortir segala informasi sesuai preferensi tersebut. Mesin algoritma secara otomatis akan merekomendasikan berbagai informasi, berita, tautan, dan grup yang bersandar pada jejak digital yang sering diakses (Yahya dan Mahmudah 2019). Ketika *member* media sosial masuk pada ruang yang diisi dengan apa yang disukainya saja, maka sebenarnya mereka itu telah terjebak dalam ruang gema bernama *echo-chamber* yang mengingkari keberadaan informasi di luar kelompoknya. Informasi dari komunitas lain selalu diposisikan sebagai informasi yang mengandung kebohongan (hoaks).

Hoaks dan ujaran kebencian memang saling berkelindan. Seringkali *hate speech* muncul karena dipicu oleh hoaks dan hoaks tumbuh subur di tengah iklim kebencian. Hoaks bisa memicu, memotivasi, hingga mempertebal kebencian. Informasi bohong sangat rentan sengaja dimodifikasi untuk memprovokasi, menghasut dan mendongkel seseorang. Konten hoaks sangat rentan dengan kebencian.

Sebaliknya, ujaran kebencian akan memproduksi hoaks, baik dalam bentuk misinformasi maupun disinformasi. Misinformasi adalah informasi yang tidak mengandung kebenaran yang disebarluaskan tanpa motivasi tertentu. Adapun disinformasi adalah informasi yang tidak mengandung kebenaran yang sengaja disebarluaskan dengan maksud tertentu (Fauzi et al. 2019).

Dalam situasi itu, hoaks dan ujaran kebencian tampil bertahan dan saling mendukung demi menunjukkan eksistensinya dirinya.

Hoaks dan ujaran kebencian kian leluasa di tengah lingkungan pergaulan media sosial yang berlangsung virtual. Sebab, interaksi pengguna media sosial yang satu dan pengguna media sosial lainnya tidak berlangsung secara fisik. Dijelaskan oleh Nugroho (2020), secara psikologis, interaksi virtual telah menghilangkan tata krama yang dijumpai di dunia nyata. Interaksi virtual cenderung menghilangkan rasa sungkan terhadap lawan bicara, sehingga orang bebas menumpahkan rupa-rupa ekspresi. Apalagi, jika pengguna media sosial sengaja menampilkan identitas anonim yang merangsangnya untuk bebas berbicara apa saja. Akibatnya, ujaran kebencian tercipta dan disampaikan tanpa adanya beban psikologis.

Tingkat pemahaman yang rendah terhadap konten dan konteks informasi yang mengandung ujaran kebencian ikut memicu kemunculan ujaran kebencian (Santing 2020). Tak sedikit pengguna media sosial tidak memahami jika konten informasi yang dikonsumsi atau bahkan diproduksi sendiri dan disebarluaskan sudah masuk perangkat ujaran kebencian.

Keasyikan berbicara di media sosial tanpa disadari kerap menggiring pelakunya mengeluarkan pernyataan yang mengandung ujaran kebencian. Newton Lee mengingatkan (seperti dikutip Irawan 2018) bahwa tingkat literasi yang rendah akan menyebabkan kaburnya batasan tegas antara *free speech* dan *hate speech*. Pemahaman yang rendah tentang ujaran kebencian berpotensi menyebabkan *free speech* (kebebasan berbicara) sekonyong-konyong berubah menjadi *hate speech* (ujaran kebencian).

Kondisi akan semakin buruk jika rendahnya pemahaman mengenai ujaran kebencian bergandengan erat dengan rendahnya norma moral dan etika pengguna media sosial. Tautan keduanya menghasilkan produk ujaran kebencian yang tanpa disengaja maupun disengaja. Ujaran kebencian lahir dari ketidakpahaman pengguna media sosial. Menurut Santing (2020), rendahnya pemahaman menunjukkan rendahnya kompetensi sumber daya manusia pengguna media sosial. Miskinnya pemahaman masyarakat tersebut berkontribusi langsung pada rendahnya pengendalian diri masyarakat tentang ujaran kebencian.

Sorotan rendahnya etika pengguna internet dalam berinteraksi di dunia maya juga disampaikan Nugroho (2020). Umumnya para pengguna internet memiliki pemahaman yang minim tentang etika berinternet atau netiket (*netiquette*). Para pengguna internet kebanyakan langsung berselancar begitu saja di media sosial tanpa mengetahui rambu-rambu yang ada. Etika media sosial merupakan suatu norma atau aturan yang dipakai sebagai pedoman berekspresi dalam interaksi di media sosial. Persoalan netiket menekankan pentingnya menghargai pengguna lain, tidak mudah percaya informasi internet dan upaya mengamankan diri sendiri (Magdalena 2009).

Ironisnya, rendahnya pemahaman dan nalar moral etika tidak mengurangi tingkat penerimaan media sosial. Media sosial memiliki sifat yang sangat terbuka dan mengakomodasi semua pengguna tanpa membedakan latar belakang maupun tingkat pemahamannya (Nugroho 2020). Pengguna media sosial bisa datang dari kalangan yang sangat paham tentang konten dan konteks sebuah informasi, namun juga bisa berasal dari golongan yang gagal paham dan buta informasi. Media sosial menjadi tempat yang nyaman bagi aktualisasi diri, narsis, curhat dan pelarian atas sejumlah masalah di kehidupan nyata tanpa menghiraukan pemahaman tentang *free speech* dan *hate speech*.

Selain memiliki sifat terbuka kepada semua orang, sifat sosial juga memiliki karakter sebagai mesin pengganda pesan yang produktif dengan kemampuan produksi tak berbilang. Sebuah pesan yang diunggah ke media sosial bisa mengalami amplifikasi yang tak terduga

banyaknya. Bersamaan dengan itu, pesan yang mengalami penggandaan berpotensi mendapat penafsiran yang sangat beragam hingga menjauh dari konteks aslinya. Bila pesannya mengandung ujaran kebencian maka media sosial dengan sigap bertugas menggandakannya.

Oleh karena itu, Bambani (2020) mengingatkan agar jangan pernah menyampaikan pemberitahuan melalui media sosial meski dengan niat baik untuk memberitahukan bahwa sesuatu itu mengandung ujaran kebencian. Karena amplifikasi yang terjadi di ruang media sosial dapat membuahkan hasil yang paradoks dan kontraproduktif. Situasi ini dikenal sebagai *Barbra Streisand effect*, yaitu upaya untuk meminimalkan dampak negatif sebuah informasi yang justru membuat informasi tersebut semakin tersebar luas (Jansen dan Martin 2015). Sebuah konten negatif serupa ujaran kebencian yang disebar melalui media sosial meskipun dengan niat baik untuk memberitahukan bahwa hal tersebut mengandung kebencian sangat berpotensi memunculkan reproduksi dan penggandaan kebencian-kebencian baru yang menjauh dari niatan awalnya.

Strategi Literasi Digital

Ujaran kebencian merupakan salah satu konten negatif yang tumbuh liar di tengah era konvergensi media dengan globalisasi informasinya. Reproduksi ujaran kebencian semakin menemukan jati dirinya menyusul kehadiran media sosial yang bersifat terbuka. Media sosial tidak membedakan klaster kaya dan miskin, tua dan muda, laki-laki dan perempuan, orang dewasa dan anak-anak, penduduk kota dan penduduk desa, berpendidikan tinggi dan putus sekolah, orang baik atau penjahat, literat atau tidak, beretika atau tidak. Semua pengguna memiliki kesempatan yang sama untuk terdaftar sebagai penduduk media sosial, selanjutnya bebas menikmati beragam fasilitas premium di dalamnya.

Apalagi, penghuni media sosial Indonesia dikenal senang berceles namun mengantongi tingkat literasi yang sangat terbelakang (Devega 2017). Rendahnya tingkat literasi tersebut membutuhkan penyikapan literasi yang serius. Literasi digital dibutuhkan agar masyarakat memiliki pengetahuan dan kompetensi dalam mengonsumsi, mengelola dan memanfaatkan informasi secara benar dan baik. Informasi tidak hanya harus benar atau tidak salah tetapi juga harus baik dan memberi manfaat.

Embrio gerakan literasi digital di Indonesia sejatinya sudah dimulai sejak kurikulum TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi) menjadi bagian dari kurikulum 2006 (Kurnia dan Astuti 2017). Gerakan literasi digital selanjutnya banyak dimotori oleh berbagai kelompok, komunitas, dan juga oleh negara sendiri. Tak sedikit program-program literasi digital yang dikemas secara sinergis guna menjangkau target audiens yang lebih luas.

Literasi digital terus bertumbuh dari tahun ke tahun, baik dari segi jumlah maupun kreativitas gerakan. Para pegiat literasi hingga peneliti dan akademisi terus melakukan penelitian untuk menemukan literasi digital yang kontekstual seiring semakin majunya teknologi konvergensi media. Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian ini, gerakan literasi di Indonesia secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi empat jenis kegiatan, yaitu (1) pelatihan cek fakta; (2) penyediaan aplikasi cek fakta; (3) penyediaan materi pembelajaran; dan (4) seminar dan diskusi. Jenis kegiatan literasi digital tersebut masing-masing memiliki target capaian, sebagaimana tergambar dalam Tabel 3.

Tabel 3. Jenis Kegiatan Literasi Digital

JENIS KEGIATAN	TARGET CAPAIAN
Pelatihan Cek Fakta	Mengetahui berbagai aplikasi pengecekan fakta Keterampilan teknis penelusuran informasi yang bersifat <i>open sources</i> Mampu melakukan pengecekan informasi palsu Membangun nalar kritis dalam menghadapi berbagai informasi di media sosial Menemukan masalah dan menyelesaikan masalah
Penyediaan Aplikasi Cek Fakta	Melakukan pengecekan fakta secara mandiri Bersikap kritis atas berbagai informasi di media sosial Memiliki kemampuan mereproduksi informasi secara kritis Aktif mencari tahu, bukan menunggu diberitahu
Penyediaan Materi Pembelajaran	Memperluas pengetahuan dan wawasan Bersikap kritis atas berbagai informasi di media sosial Memiliki kemampuan mereproduksi informasi secara kritis Aktif mencari tahu, bukan menunggu diberitahu
Seminar dan Diskusi	Mengasah nalar kritis terhadap informasi yang beredar di media sosial Mengembangkan sikap kritis dalam mengonstruksi informasi Melatih kemampuan dalam mengemukakan pendapat secara lisan Mengembangkan kemampuan berkomunikasi secara dialogis Merangsang kemampuan berpikir kritis, bukan sekedar berpikir mekanistik

Sumber: Data penelitian (diolah, 2020)

Dari Tabel 3 terlihat bahwa berbagai jenis kegiatan literasi memiliki target capaian masing-masing. Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti pada kegiatan pelatihan cek fakta yang dilakukan GNI Network yang bekerja sama dengan AJI dan Internews (27 Juli–8 Agustus 2020) dan pelatihan cek fakta Mafindo (24–26 Agustus 2020), diketahui bahwa materi yang diberikan meliputi orientasi mengenai konten negatif di media sosial, terutama tentang disinformasi dan misinformasi, kemudian pengenalan bahaya hoaks dan ciri-cirinya serta panduan berselancar di internet secara sehat dan aman. Adapun materi pelatihan penelusuran fakta meliputi bagaimana memanfaatkan berbagai *tools* untuk cek fakta dan verifikasi informasi di internet.

Mafindo adalah salah satu organisasi masyarakat sipil yang berfokus dalam upaya mendorong kemampuan pengecekan fakta. Menurut Nugroho (2020), Mafindo bergerak sinergi dalam program unggulan SHI atau Stop Hoaks Indonesia untuk mendorong kemampuan pengecekan fakta melalui lokakarya dan materi pendidikan untuk kaum muda dan ibu rumah tangga. SHI dimulai Januari 2019. Setelah setahun, program menjangkau 17 kota, melibatkan 4.950 orang, terdiri 3.535 kalangan muda, 1.415 ibu rumah tangga, 28 komunitas, dan 35 sekolah serta universitas

Kompetensi pengecekan fakta lainnya dikembangkan oleh GNI Training Network. Jika Mafindo membidik kaum muda dan ibu rumah tangga, GNI Training memilih untuk menyisir kalangan jurnalis, calon jurnalis, dosen, dan mahasiswa. Dikatakan Bambani (2020), GNI Training Network sengaja menyisir dari hulu. Alasannya, banyak jurnalis yang tidak memiliki bekal cukup untuk melakukan *fact checking* sehingga berpeluang menghasilkan karya jurnalistik yang buruk. Jika jurnalis sebagai salah satu hulu atau produsen informasi saja bermasalah, maka konsumen sebagai hilir informasi tidak akan mendapatkan informasi yang benar.

Kurikulum *fact checking* GNI menitikberatkan pada keterampilan teknis dalam melakukan

penelusuran informasi secara digital yang menjadi konten berbagai platform media sosial. Dengan menggunakan *tools* atau berbagai alat pengecekan, sebuah informasi dan konten *online* yang tersaji dalam media sosial bisa ditelusuri, guna memastikan apakah mengandung kebenaran atau justru kebohongan.

GNI Training Network memang sejak awal mengusung misi untuk menyebarkan pengetahuan *fact checking* dengan menggunakan alat-alat digital kepada jurnalis di Indonesia. Latar belakang program tersebut berawal dari kegelisahan pegiat jurnalisisme dengan maraknya disinformasi dan misinformasi yang menjadi bahan diskusi dalam perhelatan World Press Freedom Day 2017 sedunia yang dipusatkan di Jakarta. Saat itu, Irene J Liu, Google News Initiative Lead untuk Asia Pacific juga hadir sebagai pembicara.

Kurikulum pendidikan dan pelatihan literasi digital yang dikembangkan Google News Initiative Training Network didesain ideal bagi jurnalis atau calon jurnalis, namun masih terbilang sulit untuk masyarakat umum (Bambani 2020). Adapun literasi digital untuk publik secara umum lebih sesuai jika difokuskan pada sikap bijak menggunakan media digital, dalam hal ini termasuk bagaimana membuat konten yang positif dan paham risiko hukum dan etika dalam menggunakan media digital. GNI Training Network memberikan pelatihan metodologi mengumpulkan dan mengorelasikan informasi yang bersifat sumber terbuka (*open source*). Metode ini diistilahkan sebagai *opensource intelligence*. Penelusuran informasi untuk mengumpulkan dan mengorelasikan berbagai konten *online*, tidak hanya memerlukan ketelatenan dan kemahiran menggunakan alat-alat penelusuran, tetapi juga membutuhkan nalar kritis.

Strategi literasi digital tersebut menandakan bahwa target capaian pelatihan adalah kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mendeteksi, memproduksi dan menyebarkan informasi di media sosial. Informasi dalam hal ini bukan saja berwujud narasi, tetapi juga mencakup video dan foto, termasuk verifikasi waktu dan metadata di media sosial. Kompetensi tersebut merupakan modal bagi para alumni pelatihan untuk berbicara kepada masyarakat dan menjadi agen perubahan. Tampil sebagai agen perubahan di tengah masyarakat dimulai dengan melakukan perubahan pada diri sendiri dengan menjauhi hoaks dan *hate speech* kemudian mengajak lingkungan di sekitarnya untuk melakukan hal serupa (Nugroho 2020).

Berbagai literatur menyebutkan bahwa untuk menjadi literat dalam menggunakan media baru, tidak cukup dengan kemampuan penggunaan teknologi, tetapi individu juga dituntut senantiasa kritis terhadap konten media baru. Berkaitan dengan hal tersebut, dapat dijelaskan bahwa literasi digital yang dilakukan melalui pelatihan cek fakta, penyediaan aplikasi cek fakta, penyediaan materi pembelajaran hingga diskusi dan seminar, pada prinsipnya sudah mencakup model literasi media baru yang dikemukakan Lin et al. (2013). Pelatihan cek fakta termasuk dalam dimensi *functional consuming*, *functional prosuming*, dan *critical consuming*. Pelatihan cek fakta yang dilakukan Mafindo dan GNI Training Network berorientasi untuk menghasilkan individu-individu yang memiliki kemampuan teknis dalam mengakses konten media (*consuming skill*) dan memahami makna tekstualnya (*understanding*).

Bersamaan dengan hal itu, juga dirangsang nalar kritis (*critical consuming*) melalui pengembangan kemampuan untuk mengorelasikan informasi dari berbagai sumber. Pengecekan fakta selalu berangkat dari latar belakang keraguan atas kredibilitas informasi (*evaluation*). Pertanyaan yang muncul tentang kebenaran informasi yang diperoleh menunjukkan bahwa nalar kritis sudah teraktivasi. Oleh karena itu, untuk memastikannya diperlukan upaya kemampuan analisis dengan membandingkannya dengan berbagai sumber yang relevan dan kredibel (*analysis*).

Pada dasarnya, pelatihan cek fakta mendorong orang untuk menemukan masalah, bukan

hanya menyelesaikan masalah. Untuk menemukan masalah, diperlukan analisis, sintesis dan evaluasi. Adapun untuk menyelesaikan masalah, dibutuhkan aktivitas pengecekan fakta. Kemampuan untuk mengorelasikan informasi dari berbagai sumber sekaligus menunjukkan kemampuan untuk mencampur, menggandakan, mengonstruksi dan menyebarluaskan informasi. Dengan berbagai pelatihan kemampuan tersebut, maka individu diharapkan dapat berpartisipasi aktif dalam media sosial secara kritis (*critical prosuming*).

Diseminasi kemampuan dalam melakukan pengecekan fakta kepada masyarakat umum memang bukan sesuatu yang mustahil. Pasalnya, berbagai aplikasi *fact checking* (pengecekan fakta) tersedia gratis dan mudah diakses. Penelusuran dokumen dan observasi peneliti menemukan berbagai aplikasi pengecekan fakta. Beberapa aplikasi *fact checking* yang diajarkan GNI Training Network antara lain Osintessentials, Twitter Advanced, accountanalysis.app, Truthnest, Tweetbeaver, Spoonbill, hunter.io, Invid, Youtube Data Viewer, Google Street View, Google Earth, Bing, Baidu, Yandex, dan Mapillary. Adapun aplikasi unggulan pengecekan fakta dari Mafindo antara lain HBT (Hoax Buster Tools), turnbackhoax.id, *chatbot* Kalimasada, dan CekFakta.com. Aplikasi CekFakta.com merupakan hasil kolaborasi Mafindo dan puluhan media siber di tanah air.

Penyediaan beragam aplikasi pengecekan fakta tersebut dimaksudkan untuk mendorong inisiatif pengecekan fakta bagi masing-masing individu secara mandiri, di mana pun mereka berada dan kapan pun dibutuhkan. Setiap pengguna media sosial dapat langsung mencari tahu tentang kebenaran sebuah informasi, bukan menunggu diberitahu oleh *fact checker* (orang-orang yang bekerja sebagai penelusur fakta). Untuk melakukan penelusuran fakta secara mandiri dibutuhkan sikap kritis dalam menganalisis informasi serta mempertanyakan keakuratan sebuah informasi. Tanpa nalar kritis, semua informasi akan diterima tanpa saringan.

Sikap kritis juga memberikan pengayaan perspektif di dalam mencipta dan memproduksi konten media (*critical prosuming*). Pengecekan fakta secara mandiri melalui aplikasi yang tersedia akan membantu pengguna dalam bergaul di media sosial karena setiap pengguna dapat mengembangkan sendiri konten media yang kreatif dan kritis. Nalar kritis juga dapat terbangun melalui diskusi dan seminar maupun partisipasi aktif dalam mengakses materi-materi pembelajaran literasi digital yang tersedia secara gratis. Hal ini pada akhirnya merangsang kemampuan dalam nalar berpikir secara kritis, bukan sekedar berpikir mekanistik.

Penelusuran dokumen dalam penelitian ini menemukan materi-materi pembelajaran banyak disiapkan oleh Mafindo, Siberkreasi dan ICT Watch melalui Program Internet Sehat. Materi pembelajaran dari Mafindo antara lain *web series* Keluarga Anti Hoaks. Adapun Siberkreasi menyiapkan materi pembelajaran melalui situs literasidigital.id dan stophoax.id. ICT Watch mengembangkan laman internetsehat.id yang menyediakan berbagai macam dokumen literasi digital, baik berupa buku, modul, panduan, video klip, hingga beragam permainan literasi digital yang bisa diunduh secara gratis oleh masyarakat umum.

Menurut Bambani (2020), untuk kategori literasi digital dengan target masyarakat umum, program Internet Sehat oleh ICT Watch sudah cukup baik, tinggal cakupannya yang perlu diperluas sampai ke sekolah menengah. Program Internet Sehat merupakan program literasi yang menyediakan berbagai materi untuk mengenalkan seluk beluk internet pada masyarakat. Program ini mendapatkan penghargaan Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB). Dalam World Summit on the Information Society (WSIS) Prize 2017, program Internet Sehat dari Indonesia memenangkan kategori *Ethical Dimensions of the Information Society* (Zaenudin 2017).

Beragam konten yang disediakan dalam berbagai format tersebut bertujuan untuk mendorong masyarakat agar lebih paham menggunakan internet yang aman dan nyaman.

Program advokasi Internet Sehat mengusung misi utama mengedepankan kebebasan berekspresi di internet secara aman (*safely*) dan bijak (*wisely*), melalui 3 pendekatan yaitu : (1) *self-filtering* di level keluarga dan sekolah; (2) peningkatan konten lokal yang positif, bermanfaat dan menarik; dan (3) pemberdayaan masyarakat madani (*civil society*) tentang teknologi informasi dan komunikasi (Tim Internet Sehat 2019).

Penyediaan konten-konten literasi digital seperti yang dilakukan ICT Watch, Siberkreasi dan Mafindo merupakan jalan lempeng untuk memperluas pengetahuan dan wawasan. Peningkatan derajat pengetahuan yang diperoleh melalui materi pembelajaran tersebut pada akhirnya mengasah nalar kritis, baik dalam mengonsumsi (*critical consuming*) maupun dalam memproduksi konten media (*critical prosuming*). Dengan tersedianya berbagai materi literasi, pengguna media sosial dirangsang untuk mencari tahu, bukan sekedar menunggu diberitahu.

Model Literasi Digital untuk Melawan Ujaran Kebencian

Menurut Santing (2020), yang terpenting dalam literasi digital untuk melawan ujaran kebencian adalah membangun kesadaran moral masyarakat. Tidak cukup hanya mengandalkan keterampilan penggunaan teknologi, intelektualitas, dan nalar kritis saja. Hal ini lantaran tak sedikit ujaran kebencian justru bersumber dari mereka yang memiliki sikap kritis dan intelektualitas yang mumpuni. Intelektualitas dan nalar kritis harus dikawal dengan norma moral dan etika. Kalau moral masyarakat baik, apa pun media ekspresinya, baik itu media sosial atau media lainnya, akan menyalurkan energi positif dan menjadi wadah dakwah yang efektif.

Literasi moral dan etika menjadi penting karena ujaran kebencian dapat berkembang dari informasi yang tidak benar atau bohong (hoaks) maupun informasi yang sesungguhnya akurat, valid dan benar. Informasi yang benar dapat digunakan untuk mendiskreditkan seseorang atau sekelompok orang, yang dikenal dengan istilah malinformasi. Norma moral dan etikalah yang bisa menjadi benteng untuk mencegah ujaran kebencian diproduksi dan disebarluaskan.

Karena itulah, MUI mengeluarkan fatwa untuk mengisi kekosongan norma moral dan etika dalam literasi digital (Santing 2020). Dalam Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah melalui Media Sosial, ditekankan pentingnya melakukan proses *tabayyun* (mengkaji benar tidaknya) setiap informasi yang diterima. Hal tersebut disebabkan karena: (1) konten informasi yang berasal dari media sosial memiliki kemungkinan benar dan salah, (2) konten informasi yang baik belum tentu benar, (3) konten informasi yang benar belum tentu bermanfaat, (4) konten informasi yang bermanfaat belum tentu cocok disampaikan ke ranah publik, dan (5) tidak semua konten informasi yang benar itu boleh dan pantas disebar ke ranah publik.

Pedoman yang dikeluarkan MUI tersebut memiliki substansi pentingnya moral etika sebagai landasan dalam setiap interaksi melalui media sosial. Jika pegiat literasi selalu mengingatkan istilah “saring sebelum *sharing*”, yang menyatakan urgensi untuk selalu mengecek kebenaran sebuah informasi sebelum diunggah dan dibagikan di media sosial, maka MUI menekankan bahwa konten informasi yang benar saja, belum tentu cocok disebarluaskan ke publik. Hal ini disebabkan tidak semua konten informasi yang benar otomatis bermanfaat bagi publik. Bahkan, informasi yang benar dan bermanfaat pun belum tentu cocok disampaikan.

Nugroho (2020) mengatakan bahwa pada dasarnya norma dalam Fatwa No. 24 Tahun 2017 telah diadopsi menjadi bagian materi yang disampaikan relawan Mafindo dalam edukasi literasi digital. Mafindo sendiri berupaya memahami etika bermedia sosial, baik dari sudut pandang ilmu komunikasi, norma sosial budaya, norma hukum, dan norma agama. Norma moral etika sangat penting dalam melakukan literasi, terutama untuk mengatasi *hate speech*.

Namun demikian, menurut peneliti, literasi norma moral dan etika tidak cukup hanya

menjadi bagian atau subpembahasan dari materi pokok literasi digital atau dilakukan secara *soft selling*. Norma moral dan etika harus menjadi tema sentral yang dikembangkan menjadi beberapa materi pembelajaran. Literasi moral hendaknya tidak ditempatkan sebagai sisipan di antara materi lainnya. Apalagi, masalah rendahnya moral etika berkontribusi terhadap faktor penyebab ujaran kebencian, baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja.

Secara umum, literasi digital di Indonesia masih berada pada level dasar atau level pertama (Mau 2020). Level ini mencakup level informatif atau level keterampilan teknis. Level lanjutan dari literasi digital adalah level produktif, level evaluatif, dan level berpikir kritis. Dalam bahasa Lin et al. (2013), level-level tersebut itu sepadan dengan istilah *functional consuming*, *critical consuming*, *functional prosuming* dan *critical prosuming*.

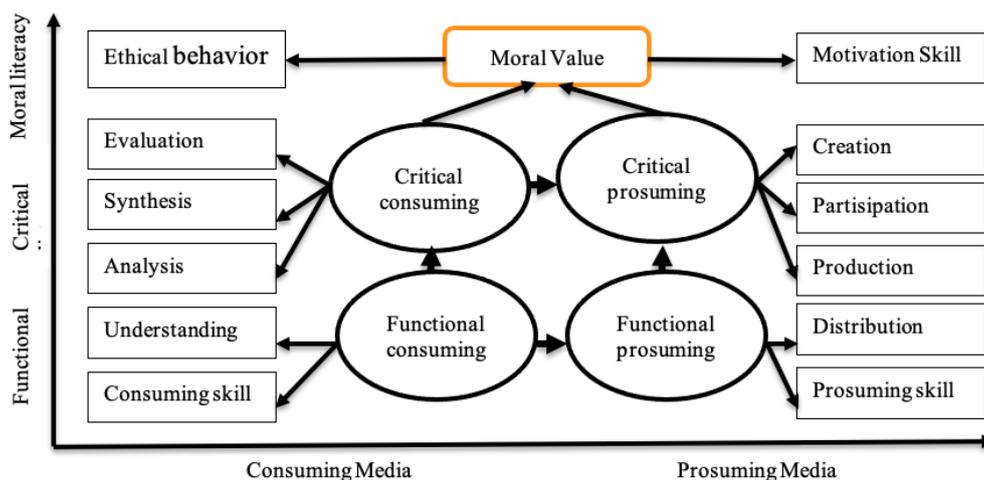
Literasi digital yang meliputi pelatihan cek fakta, penyediaan aplikasi cek fakta, penyediaan materi pembelajaran serta diskusi, dan seminar sesungguhnya sudah bertalian dengan level produktif, level evaluatif, dan level berpikir kritis. Mau (2020) tak menampik bahwa berbagai literasi digital bermaksud melahirkan dan mengembangkan kompetensi dalam *functional consuming*, *critical consuming*, *functional prosuming* dan *critical prosuming*. Hanya saja, pada kenyataannya, literasi digital yang dilakukan masih menitikberatkan pada level dasar yang ditujukan untuk mendeteksi hoaks. Level lanjutan hanya mendapatkan porsi sedikit.

Literasi level produktif hingga nalar kritis lebih banyak diserahkan kepada individu pengguna media sosial untuk berinisiatif mencari tahu dengan cara mengakses materi pembelajaran yang tersedia. Dalam kondisi tingkat literasi masyarakat yang rendah (Devega 2017), tak ada jaminan terhadap ketersediaan akses maupun efektivitas penyediaan materi pembelajaran. Materi pembelajaran literasi digital sudah tersedia cukup banyak. Persoalannya, tingkat partisipasi aktif dalam mengakses materi tersebut sangat rendah sebagaimana terbaca dalam laporan tingkat literasi masyarakat Indonesia yang sangat terbelakang.

Santing (2020) menilai bahwa untuk melawan ujaran kebencian memang tidak akan cukup hanya dengan melakukan pelatihan cek fakta, penyediaan aplikasi cek fakta, penyediaan materi pembelajaran serta diskusi dan seminar. Sebabnya adalah karena literasi tersebut lebih menekankan pada upaya menemukan konten media sosial yang bohong (hoaks). Padahal, ujaran kebencian bukan saja lahir dari hoaks, melainkan juga dari informasi yang benar. Informasi yang sesungguhnya sudah benar, akurat, valid dapat disalahgunakan menjadi ujaran kebencian.

Oleh karena itu, literasi digital ujaran kebencian tidak hanya membutuhkan kemampuan untuk mengakses, mendeteksi, menganalisis, memproduksi dan menyebarkan informasi yang benar. Lebih dari itu, ujaran kebencian hanya bisa dilawan melalui literasi digital dengan kemampuan mengelola dan memanfaatkan informasi yang benar dan baik. Tidak hanya harus benar, informasi juga harus baik atau membawa manfaat. Tidak semua informasi yang benar otomatis bermanfaat bagi publik (MUI 2017).

Berdasarkan uraian di atas maka untuk melawan ujaran kebencian di media sosial perlu pengembangan model literasi Lin et al. (2013) dengan memasukkan literasi moral. Pasalnya, model literasi media baru Lin et al. tidak menyinggung sama sekali aspek nilai-nilai moral dan etika. Padahal, rendahnya pemahaman terhadap moral dan etika menjadi salah satu penyebab munculnya ujaran kebencian, baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja. Literasi moral dalam hal ini menyangkut pengetahuan tentang nilai-nilai moral (*moral value*) sebagai dimensi pokok literasi digital untuk melawan ujaran kebencian. Model literasi tersebut tampak dalam Gambar 1.



Gambar 1. Model Literasi Digital untuk Melawan Ujaran Kebencian.
 Sumber: data penelitian (diolah, 2020)

Suseno sebagaimana dikutip Warsito dan Djoko (2018) mengatakan bahwa moral selalu merujuk pada baik dan buruknya manusia sebagai manusia. Dalam Bahasa Indonesia, istilah moral atau etika juga diartikan sebagai kesusilaan. Indikator *moral value* setidaknya mencakup dua aspek. Pertama, kemampuan untuk memahami secara kritis berbagai konten media berdasarkan asas manfaat, standar etika, norma dan nilai-nilai yang dianut bersama. Indikator ini diistilahkan sebagai *ethical behavior*. Hal ini berarti bahwa segala perilaku dalam menyampaikan ekspresi di media sosial tidak bertentangan dengan dengan nilai-nilai, norma-norma sosial, dan standar etika yang diterima secara umum. Dengan demikian, ujaran di media sosial akan memberi manfaat atau tidak merugikan orang lain atau sekelompok orang. Desriani (seperti dikutip Fauzan 2015) menyatakan bahwa etika merupakan pedoman atau ukuran berperilaku yang tercipta melalui konsensus atau norma keagamaan atau kebiasaan yang didasarkan pada nilai baik dan buruk.

Indikator kedua dari *moral value* adalah *motivation skill*, yaitu kemampuan untuk menjadi agen perubahan, memengaruhi dan memotivasi orang lain melalui penyampaian informasi yang memiliki relevansi secara kontekstual. *Motivation skill* merupakan pengembangan indikator *critical prosuming* yang menyatakan kemampuan individu untuk berpartisipasi secara interaktif dalam media sosial yang didasari pemahaman kritis atas konten media. Dalam konteks melawan ujaran kebencian maka partisipasi secara kritis di media sosial harus lebih ditingkatkan levelnya dengan kemampuan untuk memengaruhi dan menggerakkan orang lain guna melakukan sebuah tindakan. *Motivation skill* menegaskan adanya daya kekuatan untuk menggerakkan, bukan sekedar berpartisipasi atau ikut serta saja.

Dengan demikian, literasi digital bukan sekedar kemampuan untuk mengakses, mendeteksi, menganalisis, memproduksi dan menyebarkan informasi, apalagi sekedar memastikan sebuah informasi mengandung kebohongan (hoaks) atau kebenaran. Lebih dari itu, literasi untuk melawan ujaran kebencian di media sosial membutuhkan *moral value* yang merupakan kekuatan untuk bertumpu pada nurani luhur beserta nilai-nilai moral kebaikan yang dianut bersama untuk menjaga hubungan baik dalam interaksi sosial di media sosial. Hal ini akan membuahkan ekspresi ujaran di media sosial yang tidak hanya harus benar tetapi juga harus baik dan bermanfaat.

KESIMPULAN

Literasi digital untuk melawan ujaran kebencian tak cukup hanya mengandalkan *skill*, intelektualitas, maupun nalar kritis. Untuk melawan ujaran kebencian, sangat dibutuhkan pengetahuan tentang nilai-nilai moral (*moral value*) dari pengguna media sosial. Pasalnya, ujaran kebencian berkecambah bukan saja dapat ditopang oleh lingkungan informasi yang buruk seperti hoaks. Ujaran kebencian juga dapat berbentuk malinformasi, yaitu informasi yang sebetulnya benar namun digunakan untuk mendiskreditkan seseorang atau sekelompok orang.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa model literasi digital yang semestinya dikembangkan untuk melawan ujaran kebencian harus merupakan perpaduan utuh antara *skill*, intelektualitas, nalar kritis dan norma moral etis. Oleh karena itu, model literasi digital untuk melawan ujaran kebencian mencakup dimensi *functional consuming*, *critical consuming*, *functional prosuming*, *critical prosuming* dan *moral value*. Dimensi *moral value* memiliki kedudukan yang sama pentingnya dengan keterampilan teknis hingga berpikir kritis dalam mengonsumsi, memproduksi dan menyebarkan konten informasi.

Indikator *moral value* terdiri dari dua hal, yaitu *ethical behavior* dan *motivation skill*. *Ethical behavior* merupakan kemampuan untuk memahami konten media secara kritis berdasarkan asas manfaat, standar etika, norma, dan nilai-nilai yang dianut bersama. Adapun *motivation skill* adalah kemampuan untuk memengaruhi, memotivasi dan menggerakkan orang lain berdasarkan nilai-nilai manfaat dan relevansi konten informasi yang beredar melalui media sosial.

Peneliti menyarankan perlunya studi lanjutan untuk mengembangkan model *moral value* dengan indikator *ethical behavior* dan *motivation skill*. Pengembangan model literasi digital yang kontekstual sangat penting untuk menyiapkan masyarakat yang literat menghadapi *infodemi* atau banjir informasi seiring terus meluasnya globalisasi informasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penghargaan dan terima kasih disampaikan kepada Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi yang telah memberikan dukungan dana hibah penelitian pada tahun 2020. Terima kasih juga dihaturkan kepada para informan penelitian. Tulisan ini dipublikasikan sebagai bentuk hilirisasi riset dan pertanggungjawaban penggunaan dana masyarakat untuk penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- A'yuni, Q Q. 2015. "Literasi Digital Remaja Di Kota Surabaya." *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-ln53e61a7e60full.pdf>.
- Amalia, Rezha Rosita. 2015. "Literasi Digital Pelajar SMA : Kemampuan Berkomunikasi Dan Berpartisipasi Pelajar SMA Negeri Di Daerah Istimewa Yogyakarta Melalui Internet." *Jurnal Studi Pemuda* 4 (1): 224–40. <https://journal.ugm.ac.id/jurnalpemuda/article/view/36733>.
- Anugrahadi, Ady. 2020. "Kasus Hoaks Dan Ujaran Kebencian Meningkat Selama Pandemi Covid-19." *Merdeka.Com*, May 4, 2020. <https://www.merdeka.com/peristiwa/kasus-hoaks-dan-ujaran-kebencian-meningkat-selama-pandemi-covid-19.html>.
- Bajari, Atwar. 2017. *Metode Penelitian Komunikasi, Prosedur, Trend an Etika*. Cetakan Ke. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

- Bakti Kominfo. 2019. "Hate Speech Dulu Dan Kini, Serta Pengaruh Keberadaan Media Sosial." Baktikominfo.Id, July 5, 2019. https://www.baktikominfo.id/en/informasi/pengetahuan/hate_speech_dulu_dan_kini_serta_pengaruh_keberadaan_media_sosial-826.
- Baltacı, A. 2017. "Miles-Huberman Model in Qualitative Data Analysis." *Ahi Evran University Institute of Social Sciences Journal* 3(1): 1-15
- Bambani, Arfi. 2020. *Komunikasi Pribadi*. Google News Initiative Training Network, Jakarta, Indonesia.
- Chen, Der-Thang victor, Jing Wu, and Yu-Mei Wang. 2011. "Unpacking New Media Literacy." *Journal of Systemics, Cybernetics and Informatics* 9 (2): 84–88.
- Daryono, D. 2017. "Literasi Informasi Digital: Sebuah Tantangan Bagi Pustakawan." *Tik Ilmeu: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi* 1(2): 89-102. <http://journal.iaincurup.ac.id/index.php/TI/article/view/282>.
- Devega, Evita. 2017. "TEKNOLOGI Masyarakat Indonesia: Malas Baca Tapi Cerewet Di Medsos." Kominfo.Go.Id, Oct 10, 2017. 2017. https://www.kominfo.go.id/content/detail/10862/teknologi-masyarakat-indonesia-malas-baca-tapi-cerewet-di-medsos/0/sorotan_media.
- Fauzan, Fauzan. 2015. "Pengaruh Religiusitas Dan Ethical Climate Terhadap Ethical Behavior." *Jurnal Ekonomi MODERNISASI* 11 (3): 187. <https://doi.org/10.21067/jem.v11i3.1095>.
- Fauzi, Ihsan Ali, Irsyad Rafsadia, Ali Nursahid, Santi Indra Astuti, Dyah Ayu Kartika, Siswo Mulyartono, and Muhammad Khairil. 2019. *Buku Panduan Melawan Hasutan Kebencian*. Pusat Studi Agama Dan Demokrasi, Yayasan Paramadina Masyarakat Anti Fitnah Indonesia, 1–62.
- Halim, Pahir. 2020. *Komunikasi Pribadi*. Komisi Informasi Sulawesi Selatan, Komisioner. Makassar, Indonesia.
- Hutasoit, Lia. 2020. "Sepanjang 2019, Kominfo Blokir Hampir 2 Juta Konten Negatif." *Idntimes*, Feb 08, 2020. <https://www.idntimes.com/news/indonesia/lia-hutasoit-1/sepanjang-2019-kominfo-blokir-hampir-dua-juta-konten-negatif/1>.
- Irawan, Irawan. 2018. "Hate Speech Di Indonesia." *Mawa'izh: Jurnal Dakwah Dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan* 9 (1): 1–17. <https://doi.org/10.32923/maw.v9i1.712>.
- Jansen, Sue Curry, and Brian Martin. 2015. "The Streisand Effect and Censorship Backfire." *International Journal of Communication* 9 (1): 656–71.
- Kemkominfo. "Selama November 2019, Kementerian Kominfo Identifikasi 260 Hoaks, Total Hoaks Sejak Agustus 2018 Menjadi 3.901." *Kominfo.Go.Id*, Dec 02, 2019. https://kominfo.go.id/content/detail/23054/siaran-pers-no-217hmkominfo122019-tentang-selama-november-2019-kementerian-kominfo-identifikasi-260-hoaks-total-hoaks-sejak-agustus-2018-menjadi-3901/0/siaran_pers.
- Kurnia, Novi, dan Santi Indra Astuti. 2017. "Peta Gerakan Literasi Digital Di Indonesia: Studi Tentang Pelaku, Ragam Kegiatan, Kelompok Sasaran Dan Mitra Yang Dilakukan Oleh Japelidi." *Informasi* 47 (2): 149. <https://doi.org/10.21831/informasi.v47i2.16079>.
- Lin, T B, J Y Li, F Deng, and L Lee. 2013. "Understanding New Media Literacy: An Explorative Theoretical Framework." *Journal of Educational Technology & Society*. <https://www.jstor.org/stable/pdf/jeductechsoci.16.4.160.pdf>.
- Magdalena, Merry. 2009. *Situs Gaul, Ngak Cuma Buat Ngibul!* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Mau, Muliadi. 2020. *Komunikasi Pribadi*. Unhas, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Makassar, Indonesia.
- MUI (Majelis Ulama Indonesia). 2017. "Hukum Dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial," 1–17.

- Morissan. 2019. *Riset Kualitatif*. Pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Muannas, M. 2018. "PROSES GATEKEEPING TERKAIT REDISTRIBUSI KONTEN MEDIA SOSIAL: PERSPEKTIF GENERASI Z." *Jurnal Jurnalisa: Jurnal Jurusan Jurnalistik* 4 (2). <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/jurnalisa/article/view/6898>.
- Mudjiyanto, Bambang. 2018. "Tipe Penelitian Eksploratif Komunikasi." *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* 22 (1): 65. <https://doi.org/10.31445/jskm.2018.220105>.
- Nugroho, Septiaji Eko. 2020. *Komunikasi Pribadi*. Mafindo, Jakarta, Indonesia.
- Pamungkas, Cahyo. 2017. "Global Village Dan Globalisasi Dalam Konteks Ke-Indonesiaan." *Jurnal Global & Strategis* 9 (2): 245. <https://doi.org/10.20473/jgs.9.2.2015.245-261>.
- Pratiwi, Ardina. 2019. "Analisis Pengaruh Literasi Media Terhadap Pencegahan Berita". Thesis, UIN Sunan Kalijaga.
- Republik Indonesia. Undang-Undang No 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Santing, Waspada. 2020. *Komunikasi Pribadi*. MUI Sulawesi Selatan, Komisi Informasi dan Komunikasi. Makassar, Indonesia.
- Setyaningsih, Rila, Abdullah Abdullah, Edy Prihantoro, and Hustinawaty Hustinawaty. 2019. "Model Penguatan Literasi Digital Melalui Pemanfaatan E-Learning." *Jurnal ASPIKOM* 3 (6): 1200. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i6.333>.
- Severin, Werner J. & Tankard, James W Jr. 2014. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, Dan Terapan Dalam Media Massa, Jakarta*. Kelima. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Silvana, H, and C Darmawan. 2018. "Pendidikan Literasi Digital Di Kalangan Usia Muda Di Kota Bandung." *PEDAGOGIA* 16 (2): 146-156. <https://ejournal.upi.edu/index.php/pedagogia/article/view/11327>.
- Simbolon Lis, Yuliawati dan Foe, Peace. 2020. "218 Akun Medsos Diblokir Buntut Sebar Hoax Dan Ujaran Kebencian." *Viva.Co.Id*, May 04, 2020. https://www.viva.co.id/berita/metro/1274891-218-akun-medsos-diblokir-buntut-sebar-hoax-dan-ujaran-kebencian?page=all&utm_medium=all-page.
- Sugiarto, Eko. 2015. *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi Dan Tesis*. Cetakan Pe. Yogyakarta: Suaka Media.
- Thurlow, Crispin & Mroczek, Kristine. 2019. *Wacana Digital Bahasa Media Baru*. Edited by Kristine Thurlow, Crispin & Mroczek. Edisi Pert. Oxford University Press.
- Tim Internet Sehat. n.d. "Sejarah Awal Gerakan Internet Sehat." <https://internetsehat.id/sejarah/>.
- Warsito, F X, and S Djoko. 2018. "Etika Moral Berjalan, Hukum Jadi Sehat." *Jurnal Binamulia Hukum* 7 (1): 26–35.
- We Are Social & Hootsuite. 2020. "Indonesia Digital Report 2020." *Global Digital Insights*, 247. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>.
- Yahya, Yuangga Kurnia, and Umi Mahmudah. 2019. "Echo Chambers Di Dunia Maya: Tantangan Baru Komunikasi Antar Umat Beragama." *Religi: Jurnal Studi Agama-Agama* 15 (2): 141. <https://doi.org/10.14421/rejusta.2019.1502-02>.
- Zaenudin, Ahmad. 2017. "Apresiasi PBB Atas Program Internet Sehat Indonesia." *Tirto.Id* June 22, 2017. <https://tirto.id/apresiasi-pbb-atas-program-internet-sehat-indonesia-crfs>.