

ABSTRAKSI

Gerakan literasi digital di Indonesia hadir merespon angka penetrasi internet yang selalu meningkat setiap tahun. Keberadaan internet sebagai media dengan tingkat penetrasi yang cukup tinggi menjadi indikasi bahwa seluruh masyarakat Indonesia dari berbagai usia semakin gemar mengakses konten melalui media digital. Pertumbuhan pengguna internet yang tinggi tidak diimbangi dengan literasi digital mengakibatkan *gap*. *Gap* yang dimaksud di sini adalah kesenjangan antara teknologi dan pengetahuan. Salah satu dampak yang dihadapi Indonesia dengan adanya *gap* tersebut adalah maraknya kabar bohong, misinformasi, disinformasi, atau hoaks. Penelitian ini akan menerangkan bagaimana SiBerkreasi dan aktor di dalamnya menjalankan kampanye literasi digital untuk menuntaskan berbagai isu terkait dengan hoaks.

SiBerkreasi adalah gerakan kolaboratif multipihak yang mengambil bagian dalam gerakan lawan hoaks. Masing-masing pihak dalam SiBerkreasi memiliki pendekatan tematik yang beragam. Terdapat aktor yang perhatian pada konten tertentu seperti hoaks, teknologi digital, atau berfokus pada sasaran tertentu seperti pelajar, anak-anak, perempuan atau orang tua. Untuk mereduksi jumlah hoaks, SiBerkreasi perlu bekerja keras dan bersinergi bersama para aktor atau mitra pendukung. Selama satu tahun, SiBerkreasi melakukan berbagai kegiatan preventif dan tindakan reaktif dalam menghadapi hoaks. Hoaks tidak dapat hilang, tetapi dapat diminimalisir dampaknya dengan berbagai strategi. Strategi yang dijalankan SiBerkreasi bersama para aktor adalah strategi hulu dan hilir. Di hulu, SiBerkreasi melakukan edukasi literasi digital di berbagai daerah. Misinformasi dan disinformasi juga dapat dihalau dengan cek fakta. Pada tahap akhir gerakan lawan hoaks, terdapat proses penapisan konten dan penindakan hukum.

Kata kunci: literasi digital, hoaks, gerakan sosial, media baru, media digital

ABSTRACT

The movement of digital literacy in Indonesia emerged as a response to the number of internet penetration which is always increasing each year. The existence of the internet as a medium with a high level of penetration is an indication that all Indonesian people of various ages are increasingly fond of accessing content through digital media. The increasing number of internet users that is not followed by digital literacy has created the gap between technology and knowledge or awareness. One of the impacts faced by Indonesia as the result of the gap is the rampant misinformation, disinformation or hoaxes. This research will explain how SiBerkreasi and its actors run digital literacy campaigns to tackle issues related to hoaxes.

SiBerkreasi is a collaborative movement of multiparty that takes part in tackling hoaxes. The parties in SiBerkreasi apply various thematic approaches. There are actors who concern in particular content such as hoaxes, digital technology, and there are also actors who focus to particular target such as students, children, women or oldster. In tackling hoaxes, great effort and synergy between all the actors or supporting partners is required. For one year, SiBerkreasi done many preventive acts and reactive acts in tackling hoaxes. Hoaxes cannot be totally diminished, but it is possible to minimize its impacts through some strategies. The strategy that SiBerkreasi and its actors run is the strategy of upstream and downstream. At the upstream, SiBerkreasi educate people in some regions about digital literacy. Misinformation and disinformation can also be avoided by facts checks. Finally, at the final stage in the movement of tackling hoaxes, there is the process of content filtering and law prosecution.

Keywords: digital literacy, hoaxes, social movement, new media, digital media