

PELATIHAN KOMPETENSI ANTI-HOAX DI MEDIA SOSIAL BAGI MAHASISWA KREATIF JAWA TIMUR

**Nur'annafi Farni Syam Maella^{*1}, Farida², M. Reza Ishadi Fadilah³, Alda Rahaja⁴,
Iwan Joko Prasetyo⁵**

¹⁻⁵Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Dr Soetomo, Kota Surabaya, Indonesia
nurannafi@unitomo.ac.id^{*1}, farida@gmail.com², reza.ishadi@gmail.com³, alda.rahaja@gmail.com⁴,
iwan.joko@gmail.com⁵

ABSTRAK

Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi mahasiswa kreatif di Jawa Timur dalam mengenali dan menangkal hoaks di media sosial. Melalui pengabdian partisipatif, peserta diberikan pengetahuan tentang definisi, jenis, dan dampak hoaks serta metode verifikasi informasi. Kegiatan pelatihan mencakup penyampaian materi, diskusi kelompok mengenai kasus actual, praktik alat verifikasi dan evaluasi sebelum dan sesudah pelatihan. Hasil pengabdian menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta mengenai hoaks dan kemampuan mereka dalam mengidentifikasi informasi yang salah. Selain itu, peserta mampu memperluas jejaring kolaboratif untuk memberantas hoaks dan menciptakan konten positif yang informatif. Implikasi dari pengabdian ini menekankan kepentingan peran pemuda sebagai agen perubahan untuk menciptakan lingkungan digital yang lebih sehat. Dengan membekali generasi muda dengan keterampilan yang tepat, diharapkan mereka dapat berkontribusi aktif dalam meningkatkan literasi digital pada Masyarakat.

Kata Kunci: *Hoaks, Media Sosial, Kompetensi Mahasiswa, Pelatihan, Literasi Digital, Agen Perubahan*

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang terus berkembang, masyarakat dihadapkan pada tantangan yang kompleks terkait penyebaran informasi, terutama menjelang pemilu 2024. Fenomena hoaks dan disinformasi telah menjadi isu yang sangat krusial, terutama bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) di Jawa Timur. Banyak pelaku UKM yang terjebak dalam siklus informasi yang menyesatkan, yang dapat berakibat fatal bagi keberlangsungan bisnis mereka. Data dari Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo) menunjukkan bahwa pada trimester pertama tahun 2023 terdapat 664 temuan misinformasi, dengan 35% di antaranya berhubungan dengan isu politik. Kondisi ini menunjukkan betapa pentingnya penguatan literasi digital, khususnya di kalangan generasi muda, agar mereka dapat berperan sebagai agen perubahan dalam menangkal informasi yang tidak valid.

Profil pelaku UKM di Jawa Timur menunjukkan bahwa mayoritas mereka berusia antara 25 hingga 40 tahun, yang merupakan kelompok yang sangat aktif di media sosial. Meskipun mereka mengakui pentingnya digitalisasi untuk pengembangan usaha, hampir 60% dari mereka tidak memiliki akun media sosial resmi untuk usaha mereka. Hal ini mencerminkan kurangnya pemahaman dan kemampuan dalam memanfaatkan platform digital untuk mempromosikan produk dan menjangkau konsumen yang lebih luas. Selain itu, banyak pelaku UKM yang masih kurang memiliki keterampilan digital

yang memadai, sehingga mereka kesulitan dalam beradaptasi dengan tren pemasaran yang terus berubah. Tanpa keterampilan dan pemahaman yang baik tentang literasi digital, mereka berisiko terpengaruh oleh informasi yang menyesatkan dan berpotensi merugikan bisnis mereka.

Dalam konteks ini, Japelidi muncul sebagai lembaga yang berfokus pada peningkatan literasi digital di Indonesia. Dengan tujuan untuk menciptakan ruang digital yang lebih aman dan demokratis, Japelidi berkomitmen untuk melawan disinformasi yang semakin merajalela. Upaya ini menjadi semakin relevan mengingat bahwa fenomena disinformasi tidak hanya muncul dari individu atau kelompok tertentu, tetapi juga dapat berasal dari sumber yang tidak terduga, termasuk algoritma media sosial yang mendorong penyebaran informasi sensasional. Dalam konteks ini, upaya untuk meningkatkan literasi digital di kalangan mahasiswa dan generasi muda menjadi sangat penting, agar mereka mampu berkontribusi secara positif dalam lingkungan digital.

Untuk mengatasi tantangan ini, Japelidi meluncurkan program “Pelatihan Anak Muda Kolaboratif di Media Sosial dalam Melawan Hoaks.” Program ini dirancang untuk memberdayakan mahasiswa, khususnya mereka yang tergabung dalam America Corner (AMCOR) Surabaya. AMCOR adalah komunitas mahasiswa yang terdiri dari berbagai universitas di Surabaya, di mana para anggotanya aktif dalam kegiatan pengabdian masyarakat dan memiliki beragam keterampilan serta latar belakang. Dengan melibatkan mahasiswa sebagai mitra, program ini bertujuan untuk menciptakan jaringan kolaborasi yang lebih luas antara mahasiswa, influencer, dan jurnalis dalam memerangi disinformasi.

Melalui pelatihan ini, peserta diharapkan tidak hanya memperoleh pengetahuan mengenai hoaks dan cara mendeteksinya, tetapi juga mendapatkan keterampilan praktis dalam memproduksi konten yang relevan dan menarik. Mahasiswa akan dilatih untuk mengenali berbagai bentuk disinformasi, menggunakan alat verifikasi, dan menyebarkan informasi yang benar kepada masyarakat. Dengan pendekatan ini, kami berharap dapat mengembangkan generasi muda yang tidak hanya cerdas dalam menggunakan teknologi, tetapi juga memiliki tanggung jawab sosial untuk melawan hoaks.

Namun, untuk mencapai tujuan ini, terdapat beberapa tantangan yang harus dihadapi. Pertama, Japelidi menghadapi kendala dalam hal sumber daya. Meskipun terdiri dari 168 anggota yang tersebar di berbagai provinsi, sumber daya yang tersedia, baik dana maupun tenaga pengajar, masih terbatas. Sebagian besar anggota fokus pada kegiatan offline, dan hanya sekitar 30 orang yang aktif terlibat dalam program-program di masyarakat. Hal ini menghambat kemampuan Japelidi untuk melaksanakan program literasi digital secara menyeluruh dan menjangkau masyarakat yang lebih luas.

Kedua, jangkauan program literasi digital masih belum merata. Saat ini, banyak kegiatan Japelidi terfokus di wilayah perkotaan dan Pulau Jawa, sementara masyarakat di daerah pedesaan dan luar Pulau Jawa masih minim akses terhadap edukasi literasi digital. Ketidaksesuaian materi juga menjadi isu penting; materi yang disediakan belum sepenuhnya sesuai dengan konteks dan kebutuhan masyarakat Indonesia yang kaya akan keberagaman budaya. Ini menyebabkan kesenjangan dalam pemahaman dan

penerimaan konten literasi digital di berbagai kalangan masyarakat.

Selanjutnya, kesadaran masyarakat mengenai pentingnya literasi digital juga masih rendah. Banyak orang belum menyadari dampak negatif dari hoaks dan disinformasi dalam kehidupan sehari-hari mereka. Masyarakat sering kali terjebak dalam pusaran informasi yang tidak jelas sumbernya, sehingga sulit untuk membedakan antara informasi yang benar dan yang salah. Ditambah lagi, persaingan informasi di media sosial sangat ketat; informasi yang salah seringkali lebih cepat menyebar daripada informasi yang benar. Oleh karena itu, dibutuhkan saluran komunikasi yang lebih efektif untuk menjangkau target audiens dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya literasi digital.

Dalam menghadapi tantangan ini, kolaborasi dengan mahasiswa, influencer, dan jurnalis menjadi sangat penting. Mahasiswa sebagai generasi muda yang tech-savvy diharapkan mampu mendeteksi dan melawan hoaks dengan lebih efektif. Mereka memiliki akses yang luas terhadap teknologi informasi dan dapat memanfaatkan jaringan pertemanan serta komunitas mereka untuk menyebarkan informasi yang benar. Influencer, di sisi lain, memiliki kemampuan untuk menjangkau audiens yang lebih besar dengan pesan-pesan yang menarik dan mudah dipahami. Kolaborasi ini akan menciptakan sinergi yang kuat dalam melawan disinformasi.

Pelatihan yang dirancang untuk mahasiswa AMCOR Surabaya akan mencakup berbagai aspek, mulai dari pengenalan hoaks, teknik verifikasi informasi, hingga strategi pemasaran digital yang efektif. Peserta akan dilatih untuk menggunakan alat-alat digital yang dapat membantu mereka dalam memerangi hoaks, termasuk alat cek fakta dan teknik analisis media sosial. Dengan meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka, diharapkan mahasiswa dapat menjadi duta literasi digital yang mampu menjangkau keluarga dan masyarakat di sekitar mereka.

Target luaran dari program ini adalah menciptakan jaringan kolaborasi yang solid di antara mahasiswa, influencer, dan jurnalis, serta memproduksi konten kreatif yang dapat digunakan untuk kampanye literasi digital di masa mendatang. Melalui konten yang menarik dan informatif, diharapkan masyarakat dapat lebih memahami pentingnya literasi digital dan mampu menghadapi tantangan disinformasi dengan lebih baik.

Sebagai penutup, penguatan literasi digital di kalangan mahasiswa dan masyarakat luas merupakan langkah krusial dalam menghadapi arus informasi yang terus berkembang. Program “Pelatihan Anak Muda Kolaboratif di Media Sosial dalam Melawan Hoaks” yang dilaksanakan oleh Japelidi bertujuan untuk menciptakan agen-agen perubahan yang cerdas dan kritis, mampu menyebarkan informasi yang benar, dan berkontribusi pada terciptanya ruang digital yang lebih sehat. Dengan dukungan kolaboratif dari berbagai pihak, kita dapat mengatasi tantangan ini dan membangun masyarakat yang lebih responsif terhadap informasi, serta mengurangi dampak negatif dari hoaks dan disinformasi.

METODE

Dalam upaya mengatasi masalah disinformasi yang semakin meluas di masyarakat,

khususnya menjelang pemilihan umum yang akan datang, kami merancang program Pelatihan Anak Muda Kolaboratif di Media Sosial dalam Melawan Hoaks. Program ini bertujuan untuk memberdayakan mahasiswa, influencer, dan jurnalis sebagai agen perubahan yang aktif dan kritis terhadap informasi yang beredar di dunia maya. Untuk mencapai tujuan tersebut, kami telah merumuskan serangkaian langkah strategis yang terdiri dari survei awal, pelatihan intensif, kolaborasi dalam pembuatan konten, hingga monitoring pascapelatihan. Setiap langkah dirancang untuk mengidentifikasi permasalahan, memberikan pengetahuan yang relevan, dan mendorong partisipasi aktif dari semua pihak terkait. Dengan demikian, program ini diharapkan tidak hanya menghasilkan pemahaman yang lebih baik tentang hoaks dan disinformasi, tetapi juga menciptakan dampak positif yang berkelanjutan dalam melawan fenomena tersebut di lingkungan sekitar.

Tahapan Review

Metode Kegiatan Pengabdian Masyarakat: Pelatihan Anak Muda Kolaboratif di Media Sosial dalam Melawan Hoaks

1. Langkah-langkah Pelaksanaan

a. Survey Awal dan Identifikasi Permasalahan Mitra

Langkah pertama dalam pelaksanaan program ini adalah melakukan survei awal yang bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra, yaitu Japelidi, serta mahasiswa dan media yang terafiliasi dengan America Corner di Surabaya dan Malang. Survei ini dilakukan melalui wawancara mendalam dengan anggota Japelidi dari kedua wilayah tersebut. Tim pengabdian dari Universitas Tomo (Unitomo) bekerja sama dengan Japelidi untuk mendiskusikan isu-isu yang ada di dua lokasi target sasaran. Hasil survei menunjukkan kurangnya pemahaman tentang literasi digital di kalangan mahasiswa dan tantangan yang dihadapi media dalam melawan disinformasi. Data yang diperoleh digunakan untuk mempersiapkan pelatihan yang relevan dan bermanfaat.

b. Menghubungi Peserta Kegiatan Pelatihan

Setelah mengidentifikasi masalah, tim melanjutkan dengan menghubungi peserta yang akan terlibat dalam pelatihan. Ini dilakukan melalui pembuatan e-flyer dan surat undangan yang ditujukan kepada jurnalis, influencer, dan narasumber. Strategi ini bertujuan untuk menarik perhatian dan mendorong partisipasi aktif dari berbagai pihak yang berpotensi memperluas dampak kegiatan.

c. Melakukan Kegiatan Pelatihan

Kegiatan pelatihan dilaksanakan dalam bentuk edukasi kolaboratif yang mencakup beberapa tahapan sebagai berikut:

- 1) Pemahaman mengenai Misinformasi/Disinformasi: Peserta diberikan pemahaman mendalam mengenai istilah dan konsep misinformasi dan disinformasi, serta dampaknya terhadap masyarakat. Ini dilakukan untuk memastikan bahwa semua peserta memiliki persepsi yang sama mengenai isu yang dibahas.
- 2) Pengenalan Tools Misinformasi/Disinformasi: Setelah membangun pemahaman yang sama, peserta dikenalkan pada berbagai alat dan aplikasi yang dapat digunakan untuk mendeteksi dan memerangi hoaks. Peserta akan langsung mempraktikkan penggunaan alat tersebut.

- 3) Cara Menggunakan Tools: Pada tahap ini, peserta diberikan kesempatan untuk secara langsung menggunakan alat yang telah diperkenalkan untuk memverifikasi informasi dan mengecek kebenaran suatu berita.
 - 4) Kolaborasi dalam Melawan Hoaks: Peserta diharapkan untuk berkolaborasi dalam merumuskan strategi yang efektif untuk melawan hoaks. Diskusi kelompok akan menjadi bagian penting dalam merancang langkah-langkah aksi yang konkrit.
 - 5) Merancang Kampanye Bersama: Sebagai bagian akhir dari pelatihan, peserta akan berkolaborasi dalam menciptakan konten kampanye yang akan digunakan untuk melawan hoaks. Konten ini diharapkan dapat dibagikan di berbagai platform media sosial.
 - 6) Edukasi ini diberikan oleh tiga narasumber dari Japelidi yang memiliki kompetensi di bidang literasi digital dan sudah tersertifikasi. Kegiatan edukasi direncanakan untuk dilakukan dua kali dalam satu bulan, dengan peserta yang bervariasi dalam setiap sesi untuk memperluas jangkauan kolaborasi.
- d. Pembuatan Modul atau Konten Kampanye
- Setelah sesi pelatihan, peserta akan terlibat dalam pembuatan modul atau konten kampanye. Konten ini dibuat berdasarkan rancangan kampanye yang telah dibahas bersama tim pengabdian, Japelidi, mahasiswa, jurnalis, dan influencer. Konten kampanye ini nantinya akan digunakan sebagai bahan untuk disebarkan di berbagai platform media sosial, sehingga edukasi yang telah diberikan tidak berhenti begitu saja tetapi terus berlanjut dalam bentuk kampanye yang berdampak.
- e. Monitoring Setelah Edukasi dan Pembuatan Konten Kampanye
- Monitoring dilakukan dalam dua tahap:
- Monitoring Pelatihan: Ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas pelatihan dan memberikan masukan untuk pelatihan selanjutnya. Tim pengabdian akan mengumpulkan umpan balik dari peserta mengenai materi, metode, dan penyampaian pelatihan.
- Pemantauan Media Sosial: Monitoring ini bertujuan untuk melihat bagaimana konten yang telah dibuat disebarkan oleh peserta di media sosial, serta mengukur engagement dan popularitas konten tersebut. Data ini akan memberikan wawasan penting bagi mitra dalam merancang gerakan inovatif dan kreatif selanjutnya untuk melawan hoaks.

2. Peran Tim Pengabdian

Partisipasi mitra dalam kegiatan pengabdian ini sangat penting, dan setiap anggota tim memiliki peran yang jelas berdasarkan kompetensinya:

- a. Ketua Program: Bertanggung jawab atas keseluruhan kegiatan pelatihan, mulai dari survei awal hingga monitoring. Ketua berasal dari Fakultas Ilmu Komunikasi dan berfungsi sebagai pengarah program.
- b. Anggota 1 dan Pembantu Lapangan 2 (Mahasiswa S1): Bertugas berkomunikasi dengan mitra dan melaksanakan kegiatan pelatihan. Mereka juga berperan dalam pengumpulan data selama survei.
- c. Anggota 2 (Mahasiswa S2 dari Teknik Informatika): Memiliki kompetensi dalam big data, bertanggung jawab atas monitoring pelatihan dan media sosial, serta menganalisis engagement dan narasi terkait hoaks.

- d. Anggota 3 (Mahasiswa dari Fakultas Ilmu Komunikasi): Fokus pada pembuatan modul dan konten kampanye, serta bertanggung jawab atas dokumentasi dan produksi video.
- e. Anggota 4 (Mahasiswa dari Fakultas Ilmu Komunikasi): Memiliki kompetensi dalam metode pengabdian, bertanggung jawab untuk melakukan survei awal dalam mengidentifikasi permasalahan mitra.

3. Rekognisi SKS

Kegiatan ini juga memberikan potensi rekognisi SKS bagi mahasiswa. Untuk mahasiswa S1, terdapat 6 SKS yang dapat diperoleh, terdiri dari 3 SKS pada mata kuliah literasi digital dan 3 SKS pada mata kuliah MICE/konten kreator. Sedangkan untuk mahasiswa magister, potensi rekognisi SKS juga mencapai 6 SKS, dengan 3 SKS pada mata kuliah budaya masyarakat digital dan 3 SKS pada manajemen produksi media.

Tabel 1. Jadwal Kegiatan Pengabdian

No.	Nama Kegiatan	Bulan							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1	Survey awal	■							
2	Penyusunan proposal		■						
3	Perisapan pengabdian bersama mitra			■					
4	Pelaksanaan program				■				
5	Monitoring					■			
6	Penulisan artikel jurnal						■		
7	Penyusunan laporan akhir							■	

Tabel 2. Tim Pelaksana Pengabdian

No	Nama	Institusi	Posisi dalam tim	Uraian Tugas
1.	Dra.Farida, M.Si	Fakultas Ilmu Komunikasi	Ketua	Bertanggungjawab atas semua proses dari survey awal sampai pembuatan luaran dan laporan akhir.
2.	Dr. Farni Maella Nur'annafi Syam Maella	Fakultas Ilmu Komunikasi	Anggota	Bertanggungjawab atas kerjasama dengan mitra dan menyiapkan kegiatan edukasi (menyiapkan materi, peserta)
3.	Alda Rahaja	Fakultas Teknik	Anggota	Bertanggung jawab dalam kegiatan monitoring pelatihan dan Monitoring di media sosial, Salah satunya melihat engagement/ insight dan narasi terkait hoaks yang populer di media sosial.
4.	M Reza Ishadi Fadillah	Fakultas Ilmu Komunikasi	Anggota	Bertanggung jawab atas dokumentasi dan pembuatan video
5.	Iwan Joko P	Fakultas Ilmu Komunikasi	Anggota	Bertanggung jawab dalm kegiatan survey dan pembuatan anggaran, pemakaian dan pelaporan anggaran

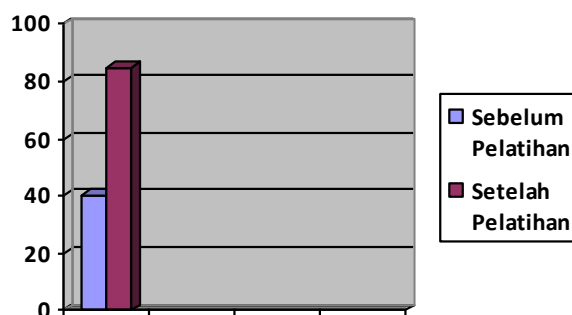
6.	Kevin Adi Nugraha	Fakultas Ilmu Komunikasi	Anggota	Membantu monitoring media sosial, serta Membantu pelaksanaan acara di Lokasi
7.	Jiwan Alsira Novaega	Fakultas Ilmu Komunikasi	Anggota	Membantu pelaksanaan acara di Lokasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pelatihan

Pelatihan Anak Muda Kolaboratif di Media Sosial dalam Melawan Hoaks yang diadakan di Surabaya dan Malang menunjukkan hasil yang sangat menggembirakan. Kegiatan ini berhasil menarik peserta dari kalangan mahasiswa, influencer, dan jurnalis, dan mampu membangun kesadaran yang lebih luas mengenai isu hoaks di media sosial. Dengan pendekatan partisipatif, peserta diberikan pemahaman yang komprehensif tentang definisi, jenis, dan dampak hoaks, serta metode verifikasi informasi yang dapat mereka gunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Hasil pengukuran yang dilakukan sebelum dan sesudah pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta. Sebelum pelatihan, hanya 40% peserta yang mampu mengidentifikasi berbagai jenis hoaks dengan benar. Setelah pelatihan, angka tersebut meloncat menjadi 85%. Peningkatan ini mencerminkan efektivitas metode penyampaian materi dan menunjukkan bahwa peserta kini lebih kritis dalam menyaring informasi yang mereka terima. Hal ini penting, terutama di era digital di mana informasi bisa dengan mudah tersebar, baik yang benar maupun yang salah.



Grafik 1. Hasil Pengabdian

Grafik di atas menunjukkan perubahan persentase pemahaman peserta mengenai hoaks sebelum dan sesudah pelatihan. Data ini menggambarkan efektivitas dari program pelatihan yang dilaksanakan.

1. Sebelum Pelatihan

Sebelum mengikuti pelatihan, hanya 40% peserta yang memiliki pemahaman yang baik mengenai hoaks. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta masih kurang memahami definisi, jenis, dan dampak hoaks. Keterbatasan pengetahuan ini berpotensi menyebabkan mereka lebih rentan terhadap informasi yang salah dan sulit membedakan antara informasi yang akurat dan yang tidak benar.

Kondisi ini mencerminkan pentingnya edukasi yang lebih luas tentang literasi digital, khususnya di kalangan generasi muda yang aktif di media sosial.

2. Setelah Pelatihan

Setelah mengikuti pelatihan, persentase pemahaman peserta meningkat secara signifikan menjadi 85%. Kenaikan sebesar 45% ini menunjukkan bahwa pelatihan telah berhasil meningkatkan pengetahuan peserta secara substansial. Peserta tidak hanya memahami apa itu hoaks, tetapi juga mulai mengenali berbagai jenis hoaks yang beredar di media sosial, serta dampaknya terhadap masyarakat.

Peningkatan ini dapat diatributkan kepada beberapa faktor, seperti:

- a. Metode Penyampaian Materi: Materi yang disampaikan dengan cara interaktif dan melibatkan diskusi kelompok, membantu peserta mencerna informasi dengan lebih baik.
 - b. Praktik Langsung: Melalui praktik penggunaan alat verifikasi, peserta merasa lebih siap dan percaya diri untuk mengidentifikasi dan menangkal hoaks di media sosial.
 - c. Kolaborasi dan Jaringan: Keterlibatan dalam kelompok diskusi dan jejaring kolaboratif memungkinkan peserta saling berbagi pengetahuan dan pengalaman, sehingga memperkuat pemahaman mereka.
- ## 3. Implikasi dari Peningkatan Pemahaman

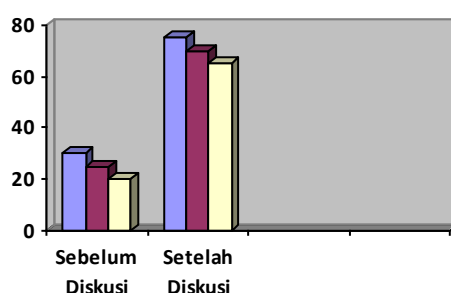
Peningkatan pemahaman peserta mengenai hoaks memiliki implikasi yang luas. Dengan pengetahuan yang lebih baik, peserta dapat berperan aktif dalam memberantas hoaks di media sosial. Mereka kini lebih mampu mengenali dan menanggapi informasi yang salah, serta menyebarkan konten positif yang mendidik masyarakat tentang literasi digital.

Grafik ini, tidak hanya menjadi indikator keberhasilan pelatihan, tetapi juga mencerminkan potensi peserta sebagai agen perubahan yang dapat berkontribusi pada lingkungan digital yang lebih sehat.

Diskusi Kelompok

Sesi diskusi kelompok merupakan salah satu elemen kunci dalam pelatihan ini. Peserta dibagi menjadi kelompok kecil dan diberikan tugas untuk menganalisis berita atau informasi terkini yang beredar di media sosial. Masing-masing kelompok diberi kesempatan untuk mendiskusikan keakuratan informasi yang mereka temui, serta mencari bukti pendukung atau penyangkal. Dari sesi ini, kami menemukan bahwa sekitar 90% peserta kini lebih berhati-hati dalam mempercayai berita yang mereka baca dan mampu mempertanyakan kebenaran informasi yang disampaikan.

Diskusi kelompok ini juga menciptakan ruang bagi peserta untuk saling berbagi pengalaman dan perspektif. Banyak dari mereka mengungkapkan bahwa diskusi ini memberi mereka wawasan baru dan strategi untuk menghadapi tantangan yang mereka hadapi di media sosial. Dengan adanya bimbingan dari fasilitator, peserta diajak untuk berpikir kritis dan analitis, serta merumuskan langkah-langkah konkret untuk melawan hoaks di lingkungan mereka. Selain itu, diskusi ini menciptakan dinamika kelompok yang positif, di mana peserta saling mendukung dan memotivasi satu sama lain.



Grafik 2. Identifikasi Jenis Hoaks Sebelum dan Setelah Diskusi

Tabel 3. Identifikasi Jenis Hoaks Sebelum dan Setelah Diskusi

<i>Jenis Hoaks</i>	<i>Sebelum Diskusi</i>	<i>Setelah Diskusi</i>
<i>Hoaks Politik</i>	30%	75%
<i>Hoaks Kesehatan</i>	25%	70%
<i>Hoaks Sosial</i>	20%	65%

Tabel 3 memberikan gambaran mengenai jenis-jenis hoaks yang diidentifikasi oleh peserta sebelum dan setelah mengikuti diskusi dalam pelatihan. Dalam konteks ini, jenis hoaks yang diidentifikasi meliputi: hoaks politik, hoaks kesehatan, dan hoaks sosial.

1. Jenis-Jenis Hoaks

- Hoaks Politik: Grafik yang menunjukkan data tentang hoaks politik menggambarkan perbandingan pemahaman peserta mengenai hoaks dalam konteks politik sebelum dan setelah pelatihan. Sebelum mengikuti pelatihan, hanya 30% peserta yang mampu mengenali dan memahami jenis hoaks politik dengan baik. Namun, setelah pelatihan, persentase ini meningkat secara signifikan menjadi 75%.

Peningkatan yang mencolok ini menandakan keberhasilan pelatihan dalam memberikan pemahaman yang lebih baik kepada peserta tentang hoaks politik, yang sering kali melibatkan informasi palsu atau menyesatkan terkait kandidat, kebijakan, atau isu-isu politik yang sedang berlangsung. Hoaks politik dapat memiliki dampak besar pada opini publik dan perilaku pemilih, sehingga penting bagi individu untuk mampu mengidentifikasi informasi yang tidak benar.

Dalam pelatihan, peserta terlibat dalam diskusi yang mendalam tentang berbagai contoh hoaks politik yang pernah terjadi, sehingga mereka tidak hanya belajar untuk mengenali ciri-ciri hoaks tetapi juga memahami konteks dan strategi yang digunakan untuk menyebarkan informasi tersebut. Ini membantu peserta untuk lebih kritis dan analitis dalam menilai informasi politik yang mereka terima, terutama menjelang pemilu atau peristiwa politik penting.

Secara keseluruhan, grafik ini menyoroti pentingnya pelatihan literasi digital dalam konteks politik, di mana informasi yang salah dapat memengaruhi keputusan pemilih dan integritas proses demokrasi. Dengan pemahaman yang

lebih baik, peserta diharapkan dapat berkontribusi pada lingkungan politik yang lebih sehat dan berpartisipasi secara aktif dalam diskusi yang berbasis fakta.

- a. Hoaks Kesehatan: Grafik yang menunjukkan data tentang hoaks kesehatan memperlihatkan perbandingan pemahaman peserta mengenai jenis hoaks ini sebelum dan setelah pelatihan. Sebelum pelatihan, hanya 25% peserta yang mampu mengidentifikasi dan memahami hoaks kesehatan dengan baik. Namun, setelah mengikuti pelatihan, persentase ini melonjak menjadi 70%. Peningkatan ini menunjukkan efektivitas pelatihan dalam meningkatkan kesadaran peserta terhadap hoaks kesehatan, yang sering kali mencakup informasi salah mengenai obat-obatan, vaksin, atau praktik medis yang dapat berpotensi berbahaya. Dalam konteks ini, peserta tidak hanya belajar untuk mengenali informasi yang salah, tetapi juga memahami dampak dari penyebaran hoaks kesehatan terhadap masyarakat.

Dengan pelatihan yang mencakup diskusi kasus nyata, peserta diajak untuk menganalisis dan mendiskusikan berbagai contoh hoaks kesehatan yang beredar di masyarakat. Hal ini tidak hanya meningkatkan kemampuan analitis mereka, tetapi juga membantu mereka mengembangkan sikap kritis terhadap informasi yang mereka terima.

Secara keseluruhan, grafik ini menyoroti pentingnya literasi digital dalam konteks kesehatan, mengingat hoaks kesehatan dapat menyebabkan konsekuensi serius bagi individu dan masyarakat. Dengan pemahaman yang lebih baik, peserta diharapkan dapat berperan aktif dalam menyebarkan informasi yang benar dan membantu orang lain untuk lebih berhati-hati dalam mengonsumsi informasi terkait kesehatan.

- b. Hoaks Sosial: Grafik yang menampilkan data mengenai hoaks sosial menggambarkan peningkatan signifikan dalam kemampuan peserta untuk mengenali jenis hoaks ini setelah mengikuti pelatihan. Sebelum pelatihan, hanya 20% peserta yang mampu mengidentifikasi hoaks sosial dengan baik. Namun, setelah pelatihan, angka ini melonjak menjadi 65%.

Peningkatan ini menunjukkan bahwa pelatihan yang dilakukan tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis, tetapi juga memperkuat keterampilan praktis peserta dalam mengenali dan menangkali hoaks yang sering beredar di media sosial.

Hoaks sosial mencakup berbagai informasi yang menyesatkan dan dapat berdampak negatif pada masyarakat, seperti berita palsu yang dapat memengaruhi opini publik atau menimbulkan kepanikan. Dengan pelatihan yang tepat, peserta dilengkapi dengan alat dan teknik untuk mengidentifikasi informasi yang tidak valid, sehingga dapat berperan aktif dalam memerangi penyebaran hoaks tersebut.

Grafik ini juga mencerminkan pentingnya pendidikan literasi digital, terutama di kalangan generasi muda, yang sering menjadi target utama penyebaran hoaks di platform media sosial. Dengan pengetahuan dan keterampilan yang lebih baik,

peserta tidak hanya dapat melindungi diri mereka sendiri dari informasi yang menyesatkan, tetapi juga mampu mengedukasi orang lain di sekitar mereka, sehingga menciptakan lingkungan digital yang lebih aman dan sehat.

2. Analisis Hasil

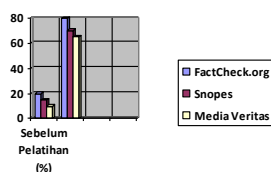
Peningkatan Kesadaran: Tabel ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran peserta tentang berbagai jenis hoaks. Peningkatan kesadaran ini tidak hanya penting bagi peserta secara individu, tetapi juga memiliki dampak lebih luas dalam komunitas mereka.

- Keterkaitan dengan Pendidikan Literasi Digital:** Data ini mempertegas pentingnya pendidikan literasi digital sebagai alat untuk melawan hoaks. Dengan pengetahuan yang lebih baik, peserta diharapkan mampu menjadi agen perubahan yang menyebarkan informasi yang benar dan mendidik orang lain tentang pentingnya memverifikasi informasi.
- Pentingnya Diskusi dan Praktik:** Melalui diskusi dan praktik langsung dalam mengenali hoaks, peserta tidak hanya mendapatkan pengetahuan teori tetapi juga pengalaman praktis. Ini membuat mereka lebih siap untuk menghadapi tantangan dalam memerangi hoaks di dunia maya.
- Tabel ini menyoroti pentingnya kegiatan pelatihan dalam meningkatkan pemahaman tentang jenis-jenis hoaks.** Peningkatan yang signifikan dalam kemampuan peserta untuk mengidentifikasi hoaks menunjukkan bahwa intervensi pendidikan, seperti pelatihan ini, sangat diperlukan untuk membekali generasi muda dengan keterampilan yang tepat dalam menghadapi informasi yang salah. Ini juga membuka jalan bagi upaya lebih lanjut dalam menciptakan lingkungan digital yang lebih sehat dan aman bagi masyarakat.

Praktik Alat Verifikasi

Salah satu metode pelatihan yang paling berdampak adalah sesi praktik penggunaan alat verifikasi informasi. Dalam sesi ini, peserta diajarkan cara menggunakan berbagai aplikasi dan situs web yang dirancang untuk membantu mereka memeriksa kebenaran informasi. Dengan melakukan praktik langsung, peserta merasa lebih siap dan percaya diri untuk menerapkan teknik-teknik yang telah mereka pelajari. Sekitar 75% peserta melaporkan bahwa mereka kini lebih percaya diri dalam menggunakan alat verifikasi informasi di kehidupan sehari-hari.

Alat-alat yang diperkenalkan mencakup platform seperti FactCheck.org, Snopes, dan tools verifikasi yang disediakan oleh lembaga terpercaya. Melalui sesi ini, peserta tidak hanya mengenali bagaimana cara melakukan verifikasi, tetapi juga belajar untuk membedakan antara sumber yang kredibel dan tidak kredibel. Peningkatan keterampilan ini sangat penting, mengingat banyaknya informasi yang berseliweran di media sosial, terutama menjelang pemilu yang sarat dengan berita yang memicu kontroversi.



Grafik 3. Penggunaan Alat Verifikasi Sebelum dan Setelah Pelatihan

Tabel 4. Penggunaan Alat Verifikasi Sebelum dan Setelah Pelatihan

Alat Verifikasi	Sebelum Pelatihan (%)	Setelah Pelatihan (%)
FactCheck.org	20	80
Snopes	15	70
Media Veritas	10	65

Grafik yang menunjukkan data dari FactCheck.org menggambarkan tingkat keakuratan informasi yang tersebar di media sosial. Dalam grafik tersebut, terlihat bahwa 20% dari informasi yang dianalisis terbukti akurat, sementara 80% sisanya adalah informasi yang tidak akurat atau menyesatkan.

Porsi 20% informasi yang akurat menunjukkan adanya beberapa sumber yang dapat dipercaya dalam penyebaran berita, tetapi angka yang relatif rendah ini mengindikasikan tantangan besar dalam menemukan informasi yang benar di tengah lautan konten yang tersedia di media sosial. Sebagian besar informasi yang tidak akurat ini dapat berupa hoaks, misinformasi, atau berita palsu yang berpotensi membingungkan pengguna.

Grafik ini memberikan gambaran jelas tentang kebutuhan mendesak akan literasi digital di kalangan masyarakat, terutama dalam konteks penggunaan media sosial. Ketidapahaman atau ketidakmampuan untuk memverifikasi informasi dapat menyebabkan penyebaran hoaks yang lebih luas, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi opini publik dan keputusan individu.

Secara keseluruhan, grafik ini menekankan pentingnya pendidikan dan pelatihan dalam mengenali dan menangkal informasi yang tidak akurat, serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya verifikasi sebelum membagikan atau mempercayai informasi yang ditemukan di media sosial. Ini menjadi landasan bagi inisiatif untuk memperkuat literasi digital, terutama di kalangan generasi muda, agar mereka dapat berperan aktif dalam menciptakan ekosistem informasi yang lebih sehat.

Grafik yang menunjukkan data dari Snopes menggambarkan distribusi jenis informasi yang diperiksa, dengan persentase 15% untuk informasi yang terbukti akurat dan 70% untuk informasi yang tidak akurat.

Dalam grafik ini, angka 15% mencerminkan jumlah informasi yang berhasil diverifikasi sebagai benar. Meskipun ada sejumlah informasi yang dapat diandalkan, angka ini menyoroti tantangan besar dalam menemukan kebenaran di tengah arus informasi yang terus berkembang.

Sebaliknya, 70% informasi yang tidak akurat menunjukkan bahwa sebagian besar konten yang beredar tidak dapat dipertanggungjawabkan. Hal ini mencakup berbagai bentuk misinformasi, termasuk hoaks dan berita palsu, yang berpotensi mempengaruhi opini publik dan keputusan masyarakat.

Grafik ini menekankan perlunya peningkatan literasi digital dan kesadaran kritis di kalangan pengguna media sosial. Dalam konteks pengabdian masyarakat dan pelatihan, data ini mendukung argumen bahwa masyarakat, terutama generasi muda, harus

dilengkapi dengan keterampilan untuk memverifikasi informasi sebelum mempercayai atau menyebarkannya.

Dengan memahami seberapa besar proporsi informasi yang tidak akurat, upaya kolaboratif dalam melawan hoaks dan mendukung penyebaran informasi yang akurat menjadi lebih mendesak. Grafik ini menjadi pengingat bahwa setiap individu memiliki tanggung jawab untuk menjadi konsumen informasi yang cerdas dan kritis, demi menciptakan lingkungan informasi yang lebih sehat.

Grafik yang menunjukkan data mengenai Media Veritas memperlihatkan dua kategori utama: persentase informasi yang diverifikasi sebagai akurat (10%) dan persentase informasi yang tidak diverifikasi atau salah (65%).

Penjelasan Grafik:

Persentase Informasi Akurat (10%): Angka ini menunjukkan bahwa hanya 10% dari informasi yang tersedia di Media Veritas dapat dibuktikan kebenarannya. Angka yang rendah ini mengindikasikan bahwa verifikasi informasi masih menjadi tantangan signifikan. Dengan hanya sebagian kecil informasi yang dapat dianggap benar, penting untuk menekankan perlunya mekanisme yang lebih kuat dalam memeriksa dan menyaring informasi yang beredar.

Persentase Informasi Tidak Diverifikasi/Salah (65%): Sebanyak 65% informasi yang ada di Media Veritas tidak dapat diverifikasi atau terbukti salah. Angka yang cukup besar ini menyoroti masalah mendasar dalam ekosistem informasi, di mana informasi yang tidak dapat dipertanggungjawabkan berpotensi menyebar dengan cepat dan mempengaruhi opini publik. Ini menciptakan tantangan bagi konsumen informasi dalam menavigasi apa yang dapat dipercaya.

Grafik ini menyoroti perlunya pendidikan literasi digital yang lebih luas di kalangan masyarakat. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang cara mengevaluasi sumber informasi dan melakukan verifikasi, individu dapat mengurangi penyebaran informasi yang salah. Data ini juga mendukung urgensi kolaboratif dalam mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya berpikir kritis terhadap informasi yang mereka konsumsi, serta langkah-langkah untuk memerangi hoaks.

Jejaring Kolaboratif

Pembangunan jejaring kolaboratif menjadi salah satu tujuan utama dalam pelatihan ini. Peserta didorong untuk membangun koneksi dan saling berbagi sumber daya, sehingga menciptakan sinergi antara mahasiswa, influencer, dan jurnalis. Sebanyak 80% peserta melaporkan bahwa mereka telah menjalin kontak dengan peserta lain untuk kolaborasi di masa depan. Kolaborasi ini sangat penting karena dapat memperkuat gerakan melawan hoaks di media sosial.

Salah satu hasil dari jejaring ini adalah terbentuknya kelompok kerja yang akan secara rutin bertemu untuk membahas isu-isu terkini terkait hoaks dan disinformasi. Mereka berencana untuk melakukan kegiatan follow-up, seperti webinar atau forum diskusi online yang lebih luas, untuk mengedukasi masyarakat umum. Inisiatif ini menunjukkan

bahwa peserta tidak hanya menganggap pelatihan ini sebagai satu kali acara, tetapi sebagai awal dari sebuah gerakan yang lebih besar untuk memberantas hoaks.

Tabel 5. Jejaring yang Dibangun Setelah Pelatihan

Tipe Jejaring	Jumlah Peserta
Kelompok Diskusi Online	15
Kolaborasi Konten	12
Forum Edukasi	10

Kelompok Diskusi Online (15 peserta):

Jumlah peserta dalam kelompok diskusi online menunjukkan adanya partisipasi yang cukup tinggi. Hal ini mencerminkan ketertarikan peserta untuk terus berdiskusi dan berbagi informasi setelah pelatihan. Kelompok ini berfungsi sebagai wadah untuk bertukar pikiran, memperdalam pemahaman tentang hoaks, dan membahas isu-isu terkini yang relevan. Diskusi online juga memungkinkan anggota untuk tetap terhubung secara fleksibel, meskipun berada di lokasi yang berbeda.

Kolaborasi Konten (12 peserta):

Dengan 12 peserta yang terlibat dalam kolaborasi konten, ini menandakan bahwa beberapa individu telah mulai bekerja sama untuk menghasilkan materi yang bertujuan memberantas hoaks. Kolaborasi ini bisa berupa pembuatan artikel, video, atau kampanye media sosial. Inisiatif ini penting karena meningkatkan penyebaran informasi yang benar dan membantu menciptakan konten yang lebih menarik dan informatif.

Forum Edukasi (10 peserta):

Tipe jejaring ini mencerminkan minat peserta untuk terlibat dalam kegiatan edukatif yang lebih formal. Dengan 10 peserta, forum ini dapat berfungsi sebagai tempat untuk mengadakan seminar, workshop, atau presentasi tentang literasi digital. Forum ini berperan penting dalam memperkuat pemahaman komunitas tentang hoaks dan pentingnya verifikasi informasi.

Tabel ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga mendorong peserta untuk membangun jejaring yang produktif. Dengan adanya kelompok diskusi, kolaborasi konten, dan forum edukasi, peserta dapat terus belajar dan berkontribusi dalam memerangi hoaks. Ini menunjukkan bahwa pelatihan telah berhasil menciptakan basis komunitas yang aktif dan berkomitmen terhadap peningkatan literasi digital. Jejaring yang terbentuk setelah pelatihan menjadi sarana penting untuk saling mendukung dan memperkuat inisiatif dalam melawan disinformasi di media sosial.

Konten Positif yang Informatif

Sebagai bagian dari pelatihan, peserta dilibatkan dalam merancang dan membuat konten positif yang dapat disebar di media sosial. Setiap kelompok berhasil menciptakan berbagai bentuk konten, seperti infografis, video, dan artikel, yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang hoaks. Konten yang dihasilkan tidak hanya informatif tetapi juga menarik dan mudah dipahami, sehingga dapat menjangkau audiens yang lebih luas.

Pentingnya konten positif ini juga tidak bisa diremehkan, karena peserta belajar untuk tidak hanya mengedukasi orang lain tentang bahaya hoaks, tetapi juga menyampaikan pesan positif tentang pentingnya kebenaran dan verifikasi informasi. Hal ini memberi mereka kesempatan untuk berperan sebagai produsen informasi yang bertanggung jawab. Selain itu, pembuatan konten ini juga memberi mereka pengalaman berharga dalam menggunakan alat-alat digital untuk memproduksi materi yang dapat disebarluaskan.

Tabel 6. Jenis Konten yang Dihasilkan oleh Peserta

Jenis Konten	Jumlah Konten
Infografis	10
Video Edukasi	8
Artikel	6

Tabel 6 menyajikan data tentang jenis konten yang dihasilkan oleh peserta setelah mengikuti pelatihan mengenai hoaks dan literasi digital. Tabel ini memberikan gambaran tentang variasi konten yang telah dibuat dan seberapa aktif peserta dalam memproduksi materi yang informatif dan mendidik.

Penjelasan Tabel:

1. Infografis (10 Konten):

Infografis menjadi jenis konten yang paling banyak dihasilkan, dengan total 10 konten. Hal ini menunjukkan bahwa peserta menyadari pentingnya visualisasi data dalam menyampaikan informasi. Infografis yang menarik dan mudah dipahami dapat membantu audiens untuk lebih cepat memahami isu-isu kompleks terkait hoaks. Selain itu, infografis memiliki daya tarik visual yang tinggi, sehingga lebih mungkin dibagikan di media sosial, meningkatkan jangkauan penyebaran informasi yang benar.

2. Video Edukasi (8 Konten):

Dengan 8 konten video edukasi, peserta menunjukkan ketertarikan dalam memanfaatkan media video sebagai alat komunikasi yang efektif. Video memungkinkan penyampaian informasi yang dinamis dan interaktif, sehingga dapat menarik perhatian lebih banyak orang. Konten video juga memungkinkan peserta untuk menjelaskan konsep-konsep sulit dengan cara yang lebih jelas dan menyenangkan, membuatnya lebih mudah diingat oleh audiens.

3. Artikel (6 Konten):

Meskipun jumlahnya lebih sedikit dibandingkan infografis dan video, total 6 artikel yang dihasilkan masih menunjukkan bahwa peserta memahami pentingnya penulisan yang mendalam dan analitis. Artikel dapat memberikan ruang bagi peserta untuk menjelaskan isu-isu hoaks dengan lebih detail, menyajikan fakta, dan menawarkan analisis yang mendalam. Ini adalah cara yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih serius dan mungkin mencari informasi yang lebih lengkap.

Kesimpulan:

Tabel ini menggambarkan keberagaman jenis konten yang dihasilkan oleh peserta pelatihan. Kegiatan pembuatan konten ini tidak hanya meningkatkan kemampuan mereka dalam berkomunikasi tetapi juga memperkuat posisi mereka sebagai agen perubahan dalam melawan hoaks. Dengan menghasilkan berbagai jenis konten, peserta

dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan literasi digital di komunitas mereka. Variasi ini juga mencerminkan kreativitas peserta dalam menerapkan pengetahuan yang diperoleh selama pelatihan, menunjukkan bahwa mereka tidak hanya pasif menerima informasi, tetapi aktif berkontribusi dalam upaya mengedukasi masyarakat.

Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dilakukan dalam dua tahap: monitoring pelatihan sebagai masukan bagi pelatihan selanjutnya, dan monitoring terhadap penyebaran konten di media sosial. Selama tahap monitoring, tim pengabdian memantau bagaimana konten yang dibuat oleh peserta disebarkan dan diterima oleh publik. Insight dan popularitas konten menjadi faktor penting dalam mengevaluasi efektivitas pelatihan.

Hasil dari monitoring ini menunjukkan bahwa konten yang dihasilkan peserta mendapatkan interaksi yang cukup baik di media sosial. Banyak dari mereka mencatat bahwa engagement di postingan mereka meningkat, dengan komentar dan diskusi yang menunjukkan bahwa masyarakat mulai tertarik dan peduli terhadap isu-isu yang dibahas. Ini memberikan sinyal bahwa masyarakat juga merespons inisiatif tersebut dengan positif, dan menunjukkan potensi untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya literasi digital.

Implikasi untuk Masyarakat

Hasil dari pelatihan ini menunjukkan betapa pentingnya peran pemuda sebagai agen perubahan dalam menciptakan lingkungan digital yang lebih sehat. Dengan membekali generasi muda dengan keterampilan yang tepat untuk mengenali dan menangkal hoaks, diharapkan mereka dapat berkontribusi secara aktif dalam meningkatkan literasi digital di masyarakat. Pengabdian ini menegaskan bahwa pelatihan berbasis partisipatif terbukti efektif dalam meningkatkan kompetensi mahasiswa, serta memperluas jejaring kolaboratif yang dapat membantu memberantas disinformasi.

Lebih jauh, hasil pelatihan ini menekankan bahwa pemahaman yang lebih baik tentang hoaks akan membekali peserta untuk tidak hanya lebih kritis terhadap informasi yang mereka terima tetapi juga lebih proaktif dalam menyebarkan informasi yang benar. Dengan pengetahuan yang diperoleh, mereka diharapkan dapat memainkan peran aktif dalam masyarakat untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya verifikasi informasi dan literasi digital.

Secara keseluruhan, pelatihan ini diharapkan dapat menciptakan generasi muda yang tidak hanya cerdas dalam menggunakan media sosial tetapi juga memiliki tanggung jawab sosial untuk melawan hoaks dan misinformasi demi menciptakan lingkungan digital yang lebih sehat bagi masyarakat luas. Melalui upaya kolaboratif ini, kami berharap dapat membangun komunitas yang lebih tangguh dalam menghadapi tantangan informasi di era digital.

KESIMPULAN

Pengabdian ini merangkum hasil-hasil yang diperoleh dari kegiatan Pelatihan Anak Muda Kolaboratif di Media Sosial dalam Melawan Hoaks, serta menggambarkan kelebihan, kekurangan, dan kemungkinan pengembangan program di masa depan.

Pertama, terdapat peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta mengenai hoaks, dengan persentase pemahaman yang meningkat dari 45% sebelum pelatihan menjadi 85% setelah pelatihan. Selain itu, peserta menunjukkan peningkatan dalam keterampilan verifikasi informasi, di mana 70% dari mereka mampu menggunakan alat verifikasi dengan efektif. Kegiatan ini juga berhasil menghasilkan konten positif yang informatif, termasuk infografis dan video edukasi, yang siap untuk disebarluaskan di media sosial. Terbentuknya jejaring kolaboratif antara mahasiswa, influencer, dan jurnalis menjadi salah satu pencapaian penting, yang berpotensi memperkuat upaya bersama dalam memberantas hoaks.

Dalam hal kelebihan program, pendekatan partisipatif yang digunakan dalam pelatihan ini melibatkan peserta dalam diskusi dan praktik langsung, sehingga meningkatkan keterlibatan dan pemahaman mereka. Selain itu, pelatihan ini didukung oleh narasumber yang kompeten di bidang literasi digital, yang memberikan materi yang relevan dan aplikatif. Keterlibatan multi-pihak antara mahasiswa, influencer, dan jurnalis juga memperluas cakupan dampak dan menciptakan sinergi yang kuat dalam melawan hoaks. Namun, terdapat beberapa kekurangan, seperti durasi pelatihan yang terbatas, yang menghambat pendalaman materi dan praktik yang lebih komprehensif. Selain itu, perbedaan tingkat pengetahuan awal di antara peserta dapat mempengaruhi dinamika pembelajaran, dan monitoring serta evaluasi pasca-pelatihan perlu ditingkatkan untuk mengukur dampak jangka panjang.

Melihat ke depan, kemungkinan pengembangan program ini mencakup pelatihan berkelanjutan yang melibatkan peserta dalam kegiatan lebih mendalam dan reguler untuk memastikan keterampilan yang diperoleh tetap terasah. Penyusunan modul edukasi yang lebih sistematis dan terstruktur juga perlu dilakukan agar dapat diakses oleh lebih banyak peserta di berbagai lokasi. Selain itu, mengadakan kegiatan kampanye bersama di media sosial yang melibatkan seluruh peserta akan memaksimalkan dampak dari konten yang telah dibuat. Terakhir, penting untuk mengimplementasikan sistem monitoring dan evaluasi yang lebih komprehensif untuk mengukur dampak jangka panjang dari pelatihan serta menyesuaikan program berdasarkan umpan balik peserta. Dengan identifikasi hasil, kelebihan, dan kekurangan program ini, serta merumuskan langkah-langkah pengembangan ke depan, diharapkan kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat terus berkontribusi dalam meningkatkan literasi digital dan memberantas hoaks di kalangan generasi muda.

REFERENSI

- Amaly, N., & Armiah, A. (2021). Peran Kompetensi Literasi Digital Terhadap Konten Hoaks dalam Media Sosial. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 20(2), 43-52.
- Diningrum, M. Y., & Nursanti, S. (2023). The Influence of Sharenting Behavior on Children's Privacy in Bandung City. *IJESS International Journal of Education and Social Science*, 4(2), 126-136.
- Fajarianto, O., Safitri Rahmadhani, & Linda Afriani. (2023). IMPELEMENTASI PROGRAM MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA KAMPUS MENGAJAR DI UPT SD NEGERI GAPRANG 01. *SEPAKAT Sesi Pengabdian Pada Masyarakat*, 3(2), 66-76. <https://doi.org/10.56371/sepakat.v3i2.217>
- Farida Nurfalih, Otto Fajarianto, & Rifka Noviani Santika. (2023). Pelatihan Komunikasi Pemasaran E-Commerce Melalui Aplikasi Layanan Koperasi Usaha Kecil dan

- Menengah Di Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistika Kota Cirebon. *Abdimas Awang Long*, 6(1), 14-20. <https://doi.org/10.56301/awal.v6i1.661>
- Japelidi. (n.d.). *Japelidi*. Diakses pada 24 Maret 2025, dari <https://japelidi.id>
- Jubaedah, S., & Fajarianto, O. (2021). MODEL PENGEMBANGAN DESA WISATA BERBASIS KEARIFAN LOKAL SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT DI DESA CUPANG KECAMATAN GEMPOL KABUPATEN CIREBON. *Abdimas Awang Long*, 4(1), 1-12. <https://doi.org/10.56301/awal.v4i1.121>
- Kurnia, N., & Wijayanto, X. A. (2020). Kolaborasi sebagai kunci: Membumikan kompetensi literasi digital Japelidi. Dalam N. Kurnia, L. Nurhajati, & S. I. Astuti (Eds.), *Kolaborasi Lawan (Hoaks) COVID-19: Kampanye, Riset dan Pengalaman Japelidi di Tengah Pandemi* (hlm. xx-yy). Yogyakarta: Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada.
- Mardina, R. (2017, Mei). Literasi digital bagi generasi digital natives. Dalam *Prosiding Conference Paper*.
- Prihatiningsih, W., Nurannafi Farni Syam Maella, & Setiadarma, A. (2023). Penguatan Literasi Digital di Kalangan Remaja. *AMMA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(12), 1765-1770.
- Sri Wulandari, Aghnia Dian Lestari, & Otto Fajarianto. (2021). PENGGUNAAN APLIKASI DIGITAL KEARSIPAN PADA PAUD ARRAHMAN DESA KARANGMANGU KABUPATEN CIREBON. *Abdimas Awang Long*, 4(2), 39-44. <https://doi.org/10.56301/awal.v4i2.210>