

**PEMBUATAN KONTEN TULISAN POSITIF DI MEDIA SOSIAL SEBAGAI
KOMUNIKASI PREVENTIF DAN KONTRIBUSI MAHASISWA
DALAM MENANGKAL HOAX**

Unung Lesmanah¹, Sugiono², Hayat³

¹Fakultas Teknik Universitas Islam Malang, Indonesia

²Fakultas Teknik Universitas Islam Malang, Indonesia

³Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang, Indonesia

Email: ununglesmanah@unisma.ac.id, gionounisma@unisma.ac.id, hayat@unisma.ac.id

Abstrak : Keberadaan media sosial merupakan tantangan yang memiliki dampak signifikan pada kehidupan masyarakat, meskipun juga memberikan peluang bagi sebagian lainnya. Disadari atau tidak, media sosial adalah kebutuhan masyarakat milenial. Berbagai informasi disajikan secara luas dan terbuka, referensi dapat dengan mudah diperoleh secara luas, dan bahkan menjadi sumber informasi utama bagi sebagian besar. Medsos menjadi candu yang sulit dilepaskan dalam kehidupan sekarang ini. Terutama konten penulisan yang mengisi ruang media sosial setiap hari tanpa jeda yang dapat dibuka dari mana saja, kapan saja tanpa dibatasi oleh waktu dan ruang. Berbagai konten tulisan dapat ditemukan dalam satu ruang tanpa batas. Banyak memberikan tampilan manfaat dari konten ini, mulai dari pembelajaran yang efektif, teleconference, instruktur, streaming, dan sebagainya. Namun di sisi lain, isi tulisan juga digunakan sebagai tempat untuk memfitnah, menyebarkan tipuan, menyiarkan kebencian dan hal-hal negatif lainnya yang dapat merusak ukhuwah Islamiyah, menjadi alat untuk membagi umat, dan menjadi media untuk mengadu domba antara perbedaan dan memecah belah bangsa.

Katakunci: media sosial, konten positif, komunikasi, hoax

Abstract : The existence of social media is a challenge that has a significant impact on people's lives, even though it also provides an opportunity for some others. Whether or not it is recognized that social media is a necessity for millennial society. Various information is presented broadly and openly, references can easily be obtained widely, and even become the main source of information for most. Medsos becomes an opiate that is difficult to let go of in this present life. Especially the writing content that fills social media spaces every day without pauses that can be opened from anywhere, anytime without being limited by time and space. Various writing content can be found in one infinite space. Many provide viewing of the benefits of these contents, ranging from effective learning, teleconferences, instructors, streaming, and so forth. But on the other hand, the content of the writing is also used as a venue to slander, spread hoaxes, broadcast hatred and other negative things that can damage the ukhuwah Islamiyah, become a tool to divide the Ummah, and become a medium for pitting sheep between differences and dividing unity nation.

Keywords: social media, positive content, communication, hoax

1. PENDAHULUAN

Hasil penelitian yang dilakukan oleh *We Are Social*, dari total populasi sebanyak 265,4 juta jiwa, pengguna aktif media sosial mencapai 130 juta jiwa atau 49 persen dari total populasi. Ditambahkan, bahwa sekitar 120 juta orang Indonesia menggunakan perangkat *mobile* dalam melakukan akses media sosial atau setara dengan 45 persen. Dalam satu minggu, pengguna media sosial yang mengakses atau *online* adalah sebanyak 37 persen. Dari sejumlah media sosial yang ada, pengguna facebook (FB) menjadi media sosial yang sangat diminati masuk ke dalam tiga besar teratas.

Di samping itu, Kompas Tekno dari *We Are Social* (2018) juga merilis tentang posisi penggunaan youtube, yaitu menempati posisi pertama dari berbagai media sosial yang ada, seperti FB, WA dll atau setara dengan 43 persen.

Permasalahan yang dihadapi mahasiswa secara umum tentang penggunaan media sosial adalah persoalan yang kompleks. Narasi-narasi yang negatif sering menjadi kondisi yang mengerikan bagi kalangan mahasiswa. Mengingat kondisi psikologi maupun mental yang masih labil kadangkala menjadikan media sosial sebagai ajang untuk saling ejek, saling fitna, membuat konten hoak, maupun ujaran kebencian, sehingga tidak jarang menimbulkan keresahan maupun adu fisik yang mengakibatkan kerugian bagi masyarakat.

Mahasiswa masih banyak yang belum mengetahui secara pasti bagaimana cara membuat konten tulisan positif sehingga hanya menjadikan media sosial sebagai tempat untuk mengeluh, menjadikan tempat meluapkan emosinya, dan tidak jarang dijadikan sebagai alat untuk membuat konten-konten yang negatif. Narasi-narasi itu dibuat dengan ketidaktahuannya dan karena paradigmanya yang masih lemah dan tidak memahami tujuan dalam bermedia sosial. Hal ini juga memungkinkan komunikasi dengan memanfaatkan youtube.

Menurut Sudjana dan Rivai (1992) manfaat media video yaitu: (1) dapat menumbuhkan motivasi; (2) makna pesan akan menjadi lebih jelas sehingga dapat dipahami oleh petani dan memungkinkan terjadinya penguasaan dan pencapaian tujuan penyampaian informasi; (3) Metode penyuluhan akan bervariasi tidak semata-mata melalui komunikasi ceramah; (4) Audiens akan lebih banyak melakukan aktivitas selama kegiatan belajar tidak hanya mendengar tetapi juga mengamati, mendemonstrasikan, melakukan langsung dan memerankan.

2. METODE PELAKSANAAN

Materi pelatihan disajikan dalam bentuk ceramah, tanya jawab, diskusi kelompok, praktikum, dan pemberian tugas individual. Kegiatan dilakukan sebanyak dua kali pada masing-masing zona satu kali. Adapun tanggal 30 Oktober dan tanggal 09 Nopember 2019. Kegiatan selengkapnyanya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Bentuk Penyajian Materi Pelatihan

No	Materi	Metode	Media	Tujuan	NarSum
1	Pengenalan konten tulisan dan video dan pentingnya pengembangan mahasiswa melalui media sosial	-Ceramah -Diskusi -Tanya Jawab	- Makalah -LCD	Menjelaskan kepada peserta tentang pentingnya pembuatan konten tulisan dan video dan disebarluaskan sebagai media pengembangan diri	Hayat, S.AP., M.Si.

No	Materi	Metode	Media	Tujuan	NarSum
2	Strategi menangkal informasi hoax melalui konten tulisan dan video	-Ceramah -Diskusi -Tanya Jawab	- Makalah -LCD	Menjelaskan strategi-strategi yang dapat dilakukan untuk menangkal informasi hoax melalui pembuatan konten tulisan dan video	Hayat, S.AP., M.Si.
3	Praktek pembuatan tulisan dan pemanfaatannya untuk pengembangan mahasiswa	-Ceramah -Diskusi -Tanya Jawab	- Makalah -LCD	Mempraktikkan pembuatan konten tulisan dan pemanfaatannya untuk pengembangan diri melalui beberapa media sosial: website, facebook, instagram, dll	Hayat, S.AP., M.Si.

Tabel 2. Rundown
Workshop & Pelatihan Opini Pembuatan Konten Tulisan Positif Di Media Sosial Bagi Mahasiswa Unisma 2019

Waktu	Kegiatan	PIC/Narasumber
Sabtu, 30 Oktober 2019		
08.00 – 08.30	Herregistrasi Peserta	Pengabdi
08.30 – 09.00	PEMBUKAAN : 1. Menyanyikan lagu Indonesia Raya 2. Sholawat Nuriil Anwar 3. Mars Ya Lal Wathon 4. Sambutan Pengabdi 5. Do'a	Pengabdi & Mahasiswa
09.00 – 11.30	Pelatihan : 1. Pengenalan konten tulisan dan video dan pentingnya pengembangan mahasiswa melalui media sosial 2. Strategi menangkal informasi hoax melalui konten tulisan dan video	Hayat, S.AP., M.Si.
Sabtu, 09 Nopember 2019		
08.00 – 11.30	Workshop : Praktek pembuatan tulisan dan pemanfaatannya untuk pengembangan mahasiswa	Hayat, S.AP., M.Si.



Gambar 1. Pembukaan Acara Workshop Pelatihan Opini



Gambar 2. Workshop Pelatihan Opini

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Keberadaan medsos menjadi tantangan yang sangat berdampak secara signifikan dalam kehidupan masyarakat, sekalipun juga menjadi peluang bagi sebagian yang lain. Di akui atau tidak keberadaan medsos menjadi kebutuhan bagi masyarakat milenial. Berbagai informasi tersaji dengan luas dan terbuka, referensi dengan mudah bisa didapatkan secara luas, bahkan menjadi sumber informasi yang utama bagi kebanyakan. Medsos menjadi candu yang sulit untuk dilepaskan dalam kehidupan kini.

Khususnya konten tulisan yang setiap hari mengisi ruang-ruang media sosial tanpa jeda yang bisa dibuka dari mana saja, kapan saja tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Berbagai konten tulisan bisa ditemukan dalam satu ruang yang tak terbatas. Banyak yang memberikan tontonan manfaat atas konten-konten tersebut, mulai dari pembelajaran secara efektif, teleconference, instagambel, streaming, dan lain sebagainya. Namun di sisi lain, konten tulisan

juga dijadikan sebagai ajang untuk menfitnah, menebar hoax, menyiarkan kebencian dan hal-hal negatif lainnya yang dapat merusak ukhuwah Islamiyah, menjadi alat untuk memecah belah umat, dan menjadi media untuk mengadu domba antar perbedaan serta memecah belah persatuan bangsa.

Tidak sedikit yang menjadi korban konten tulisan hoax yang menyebabkan kebencian sesama warga negara hanya berbeda pandangan politik yang diakibatkan oleh konten-konten yang berbau fitnah. Hal ini tidak bisa dihindari, karena mengacu pada data pemilu sebelumnya, yaitu pada pilpres 2014, pilgub DKI Jakarta 2017 dan pilpres 2019 menjadi pembelajaran berharga bagi kita semua bahwa kesatuan dan persatuan itu menjadi tidak ternilai harganya dibanding dengan hanya kepentingan politik dan kekuasaan sesaat, yang menjadi korban tentunya adalah masyarakat itu sendiri.

Program ini, Pelatihan Pembuatan Konten tulisan Positif Sosial Bagi Mahasiswa Universitas Islam Malang sebagai alternatif solusi untuk memberikan pemahaman dan penyadaran pentingnya melawan konten-konten hoax dengan membuat konten tulisan yang positif di media sosial bagi mahasiswa, serta menangkal isu-isu provokatif sebagai penyeimbangan penyebaran informasi yang baik dan berkualitas. Medsos dengan konten tulisan-tulisan negatif bisa dinetralisir dengan masifnya konten tulisan-tulisan yang mempunyai narasi positif dan membangun daya pikir dan nalar yang lebih bermanfaat.

Begitu juga, banyaknya pemahaman mahasiswa yang kadang terjerumums ke dalam lembah radikalisme karena banyak belajar agama dari media sosial yang kebenaran dan sanadnya juga tidak jelas kadangkala mengaburkan dan berdampak pada radikalisme. Hal ini menjadi penting untuk segera diberikan pelatihan agar bermanfaat bagi mahasiswa dan menjadikannya lebih arif dalam membuat konten-konten yang positif.

Jadi komunikasi bermedia menggunakan media baru dalam bentuk internet dan media sosial mulai menggeser posisi media lama dalam penyampaian informasi. Media sosial bisa diakses kapan dan dimana saja dan memiliki sumber tanpa batas membuat posisinya menjadi lebih mendominasi. Misalnya, media televisi yang menyampaikan informasi secara audio-visual mulai bersaing dengan kehadiran Youtube dan chanel lainnya.

Selain penulisan konten positif melalui media sosial, diajarkan pula dengan pemuatan konten video melalui youtube dan bentuk lain. Konten-konten positif itu bagian dari proses dan bentuk komunikasi preventif bagi mahasiswa serta sebagai bentuk penyeimbang informasi hoax yang banyak diproduksi oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab.

Youtube merupakan salah satu bentuk media sosial berbasis video yang mulai naik daun sejak 5 tahun yang lalu. Dilansir dari statistik dalam situsnya sendiri, Youtube memiliki lebih dari satu milyar pengguna yang merupakan hampir sepertiga semua pengguna internet. Hingga Maret 2015, pembuat konten di Youtube sudah mengunggah 10.000 video, karena membuat akun atau channel di Youtube dan meraih pelanggan atau penayangan bisa menghasilkan uang.

Lama kelamaan, makin banyak orang membuat akun Youtube yang membuka kesempatan sebagai lapangan pekerjaan. Tiap hari pengguna Youtube bisa menonton ratusan juta jam video dan menghasilkan miliaran kali penayangan. Youtube menjangkau pemirsa rata-rata berusia 18 sampai 34 tahun. Beragam konten video bisa diakses dalam Youtube, mulai dari Musik, Film, Berita dan Informasi, Olahraga, Gaya hidup, Gaming, dan Vlog (David,dkk., 2017).

Mandibergh mendefinisikan media sosial sebagai "media yang mawadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (User generated content)" (Nasrullah, Rulli, 2015). Media sosial mempunyai ciri - ciri sebagai berikut: a. Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet. b. Pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu Gatekeeper. c. Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya. d. Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi.

Diluncurkan pada bulan Mei 2005, YouTube telah memudahkan miliaran orang untuk menemukan, menonton, dan membagikan beragam video. YouTube menyediakan forum bagi orang-orang untuk saling berhubungan, memberikan informasi, dan menginspirasi orang lain di seluruh dunia, serta bertindak sebagai platform distribusi bagi pembuat konten asli dan pengiklan, baik yang besar maupun kecil.

YouTube merupakan salah satu perusahaan milik Google. YouTube diciptakan oleh 3 orang mantan karyawan PayPal (website online komersial), Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim pada Februari 2005. Sejak awal diluncurkan, YouTube langsung mendapat sambutan baik di masyarakat. Youtube adalah video online dan yang utama dari kegunaan situs ini ialah sebagai media untuk mencari, melihat dan berbagi video yang asli ke dan dari segala penjuru dunia melalui suatu web (Budiargo, Dian, 2015).

Kehadiran YouTube membawa pengaruh luar biasa kepada masyarakat, khususnya masyarakat yang memiliki gairah di bidang pembuatan video, mulai dari film pendek, dokumenter, hingga video blog, tetapi tidak memilikilah “untuk mempublikasikan karyanya”. Youtube mudah dipergunakan, tidak memerlukan biaya tinggi, dan dapat diakses dimanapun, tentunya dengan gadget yang kompatibel.

Hal itu membuat pembuat video amatir dapat dengan bebas mengunggah konten-konten video mereka untuk dipublikasikan. Jika video mereka mendapat sambutan baik, jumlah viewers akan bertambah. Viewers banyak akan mengundang pengiklan untuk memasang iklan dalam video-video mereka selanjutnya. Senada dengan televisi, konten program televisi yang disukai masyarakat, dalam hal ini ratingnya tinggi, akan menarik pengiklan secara otomatis.

Video-Blogging, atau bisa disingkat vlogging merupakan suatu bentuk kegiatan blogging dengan menggunakan medium video di atas penggunaan teks atau audio sebagai sumber media utama. Menurut Educause Learning Initiative, berbagai perangkat seperti ponsel berkamera, kamera digital yang bisa merekam video, atau kamera murah yang dilengkapi dengan mikrofon merupakan modal yang mudah untuk melakukan aktivitas vlog. Pembuat Vlog biasa dikenal dengan sebutan Vlogger. Seperti yang dilansir dalam Wikipedia, pada 20 Januari 2000 seseorang bernama Adam Kontras mengunggah sebuah video bersamaan dengan sebuah tulisan dalam blog yang menginformasikan rekan dan keluarganya tentang kepindahannya ke Los Angeles demi mengejar bisnis pertunjukan, menandai postingan pertama yang nantinya akan menjadi Vlog terlama sepanjang sejarah.

Di bulan November tahun yang sama, Adrian Miles mengunggah video yang mengganti tulisan dalam sebuah gambar diam dan menyebut istilah Vlog sebagai video blognya. Tahun 2004, Steve Garfield membuat sendiri video blognya dan mendeklarasi tahun tersebut adalah “tahun video blog”. Pelantar yang dapat digunakan para vlogger dalam mengunggah konten video mereka, tentu bermacam-macam. Sebenarnya ketika seseorang sudah aktif di blog dengan menggunakan salah satu pelantar blogging seperti Tumblr, Blogspot, Wordpress, dll, mereka dapat mengunggah konten video juga disana karena memang terdapat fitur yang memungkinkan untuk melakukannya. Namun sekarang ada juga pelantar lain yang dikhususkan untuk mengunggah video saja, seperti YouTube.

Pemilihan video sebagai media penyebarluasan inovasi selain mampu mengkombinasikan visual dengan audio juga dapat dikemas dengan berbagai bentuk, misalnya menggabungkan antara komunikasi tatap muka dengan komunikasi kelompok, menggunakan teks, audio dan musik.

Dari hasil kegiatan selama dua hari dihasilkan, antara lain:

- 1) Membangun kesadaran kalangan mahasiswa mengenai pentingnya pembelajaran pembuatan konten tulisan cyber mahasiswa;
- 2) Meningkatkan wawasan dan kemampukaan kalangan mahasiswa dalam hal melakukan penanganan konten tulisan yang berbau negatif melalui pembuatan tulisan yang positif.

3) Meningkatkan keterampilan kalangan mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial.

Dari 35 (tiga puluh lima) peserta yang terdiri dari 3 Fakultas yang berminat workshop dan pelatihan diberi tugas untuk membuat konten dan diupload di media sosial.



Gambar 3. Pelatihan Workshop oleh Pemateri



Gambar 4. Penutupan Workshop Pelatihan Opini

4. KESIMPULAN

Media sosial adalah sarana atau kanal pergaulan sosial lewat *online* di internet, kini banyak digunakan masyarakat untuk memperoleh dan menyebarkan informasi. Sedangkan media konvensional adalah media massa seperti media cetak (koran, majalah), media elektronik (radio dan televisi, dan *online*, sebelum ada medsos, media konvensional menjadi andalan dalam pembentukan opini publik.

Dalam beberapa kasus, medsos bahkan telah menggeser peran media konvensional. Bukan hanya berita positif yang disiarkan medsos. Berita bohong (hoaks), berita palsu (*fake news*), atau

informasi negatif lainnya juga disiarkannya. Informasi dari media sosial itu, termasuk yang negatif, bahkan mampu menggilas opini publik yang telah terbentuk oleh media konvensional.

Oleh karena itu, ada beberapa saran yang disampaikan dalam penulisan ini. Dalam pembentukan opini publik, medsos hendaknya berjalan seiring dengan media konvensional. Karena tujuannya sama, yakni demi kepentingan umum, pengguna medsos wajib melakukan klarifikasi demi kebenaran informasi yang diperolehnya dan akan disebarakan.

Perlu penyadaran bagi para pengguna medsos untuk menyebarluaskan informasi yang positif yang bermanfaat bagi kepentingan umum. Sebagai penyelenggara medsos, mereka memiliki tanggung jawab untuk memenuhi hak publik untuk mengetahui (*people rights to know*) dengan memberikan aneka ragam informasi yang mengedukasi, mencerahkan, memberdayakan, serta menumbuhkan cinta kepada Tanah Air.

Kebebasan berpendapat merupakan hak dari semua orang, di mana seseorang bisa menyampaikan opini dengan bebas tanpa adanya batasan kecuali menyebarkan kebencian dan SARA (Suku Ras dan Agama). Kebebasan berpendapat tentu harus dilakukan dengan cara yang *smart* atau tepat. Jangan sampai kebebasan berpendapat ini membuat kita menulis opini seenaknya sehingga menimbulkan konflik. Perlu diingat juga kita harus beropini sesuai kapasitas diri dan sesuai fakta dan data yang ada.

Maka dari itu ada baiknya kita meminimalisir hal-hal yang tidak diinginkan dengan cara hindari beropini yang menyulut perpecahan; mengetahui isu secara detail; memikirkan terlebih dahulu pendapat yang akan di sampaikan; menyampaikan dengan sopan dan santun; dan patuhi peraturan pemerintah mengenai berpendapat UU ITE pada media *online*.

DAFTAR PUSTAKA

a. Buku

- Budiargo, Dian. 2015. Berkomunikasi Ala Net Generation. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Nasrullah, Rulli. 2015 .Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sudjana dan Rivai, 1992. Video Sebagai Media Penyebaran Inovasi Pertanian. Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.

b. Artikel Jurnal

- David, Eribka Ruthellia, Mariam Sondakh, Stefi Harilama. 2017. Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi. E-Jurnal Acta Diurna, 6 (1), hal. 1-18.

c. Website.

Ani Hayrani, Jember 2015

https://www.academia.edu/30424946/Pengaruh_Media_Sosial_terhadap_Kemampuan_Menulis_dan_Penggunaan_Bahasa_Indonesia

A Margana, Jakarta, 30 September 2017, Opini Publik dari Media Sosial , <https://mediaindonesia.com/opini>

Tri Apriyani, Januari 2020, Kebebasan Berpendapat Harus Disampaikan Dengan Pandai, Suara.com