

**PENYULUHAN LITERASI MEDIA DIGITAL: MENANGKAL BERITA HOAX DENGAN HUMOR**

**D. Jupriono**

Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
[juprion@untag-sby.ac.id](mailto:juprion@untag-sby.ac.id)

**Ambar Andayani**

Program Studi Sastra Inggris  
Fakultas Ilmu Budaya  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
[ambarandayani@untag-sby.ac.id](mailto:ambarandayani@untag-sby.ac.id)

**Bambang Sigit Pramono**

Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
[pramonob14@gmail.com](mailto:pramonob14@gmail.com)

**ABSTRAK**

Literasi media masyarakat nitizen masih tergolong rendah. Sementara, setiap saat masyarakat nitizen diberondong oleh melimpahnya informasi melalui media sosial. Mengingat informasi di media sosial didominasi oleh berita hoax, dipandang sangat perlu literasi media masyarakat ditingkatkan agar mampu menilai dan mengenali kadar kebohongan (hoax) berita atau informasi yang diterimanya setiap saat di media sosial tersebut. Literasi media yang hendak diberikan adalah literasi digital (online), melalui kegiatan penyuluhan. Penyuluhan melalui media online ini juga dipilih karena kondisi pandemi Covid-19 masih mengancam masyarakat. Di samping itu, juga alasan praktis bahwa semua orang akrab dengan handphone android. Literasi media ini memanfaatkan humor-humor di media sosial agar minat publik untuk selalu menilai informasi bisa dipertahankan dan kandungan nilai-nilai sosial di dalam humor tersebut bisa ditemukan untuk memperkaya wawasan mereka.

**Kata Kunci:** *literasi digital, media sosial, berita hoax, humor*

**A. PENDAHULUAN**

Sebuah fakta sosial terkait perkembangan teknologi komunikasi yang tak terbantahkan adalah bahwa 80% anggota masyarakat di belahan dunia mana pun saat ini memiliki handphone android. Adalah juga fakta sosial bahwa semua pemilik handphone android bergaya hidup familiar dengan media sosial (Silverblatt, 2014; Potter, 2019). Kehadiran media sosial sanggup meminggirkan dominasi media massa dalam kehidupan dan gaya hidup masyarakat. Lahirlah

masyarakat pengguna aktif internet/media sosial atau *nitizen* sebagai “citizen of the net”.

Hampir seluruh *timeline* media sosial dibanjiri informasi, baik berita benar maupun berita hoax. Maraknya media sosial ini di masyarakat menjadi ladang sangat subur bagi merebaknya berita bohong (*hoax*). Hoax sengaja dibuat untuk menyamarkan kebenaran dan menipu pembaca atau pendengarnya untuk mempercayai sesuatu dan menggiring opini mereka agar mengikuti kemauan pembuat hoax. Penyebaran hoax menggunakan pendekatan *social engineering*, yaitu manipulasi psikologis dari seseorang dalam melakukan aksi atau menguak informasi. *Social engineering* paling mudah dilakukan melalui media sosial.

Hoax merebak luas bagai bola salju bergulir setiap waktu, terutama tentang agama dan politik. Hal ini memprihatinkan. Sebab, hoax sanggup memerosotkan kemampuan menalar, sehingga mudah menyulut emosi negatif, seperti panik, marah, cemas. Emosi negatif yang dominan, tanpa diimbangi rasio, cenderung mendorong seseorang cepat merespons tanpa berpikir panjang. Dampaknya sangat berbahaya: unjuk rasa, konflik sosial, bahkan pembunuhan! (Sutedjo, 2017; scb.telkomuniversity.ac.id. 2020)

Selain sanggup menebar salah paham dan prasangka, berita bohong (*hoax*) di media sosial juga memiliki sisi positif. Dalam perspektif teori humor, berita hoax media sosial bisa mengirimkan: pesan jenaka *self-enhancing*, yang menertawakan kebodohan diri sendiri, pesan afilatif, yang menyatukan pihak-pihak yang berbeda-beda dan tengah memperuncing konflik), dan pesan *self-defeating*, yang melakukan perlawanan balik terhadap *bullying* verbal-agresif.

Begitulah, berita-berita bohong, yang sering mengatasnamakan institusi-institusi publik-resmi, terbukti tidak melulu mengacaukan harmoni sosial. Bahkan, sampai batas tertentu, jika dilihat dari fungsi sosialnya, pesan jenaka berita hoax ternyata juga mengandung setidaknya dua fungsi konstruktif. Pertama, ia dapat menegaskan eksistensi dan identitas suatu kolektif. Kedua, ia juga dapat mengirim pesan-pesan kritik dan kontrol sosial-politis kepada kelompok-kelompok dominan-koersif yang sedang berkuasa. (Jupriono, 2021).

Laporan ini memperlihatkan bahwa literasi media digital untuk menangkal berita hoax dapat memanfaatkan humor-humor hoax di media sosial. Lewat penyuluhan online literasi media ini dapat ditemukan pula nilai-nilai sosial humor hoax di media sosial yang bermanfaat bagi pengayaan wawasan masyarakat *nitizen*.

## **B. METODE PELAKSANAAN**

### **Bentuk Kegiatan**

Bentuk kegiatan yang dilakukan dalam pengabdian kepada masyarakat *nitizen* ini adalah penyuluhan secara online literasi media untuk menangkal berita hoax melalui humor-humor di media sosial. Penyuluhan literasi digital ini dianggap perlu untuk membentuk kebiasaan (gaya hidup) yang cerdas dan bijak dalam bermedia sosial.

Cerdas dalam hal ini adalah mengkritisi setiap informasi di media sosial, tidak begitu saja memercayainya. Bijak dalam hal ini adalah sikap tidak gampang

menyebarkan setiap informasi di media sosial tanpa meneliksinya benar atau hoax.

### **Sasaran Kegiatan**

Kegiatan penyuluhan literasi digital menolak berita hoax ini ditujukan kepada masyarakat nitizen, terutama di lingkungan mahasiswa, sebagai target pertama yang diharapkan akan meneruskan ke semua platform media sosial yang diikutinya masing-masing. Mereka dikelompokkan berdasarkan rombongan belajarnya dalam mata kuliah (MK) tertentu. (Tabel 1)

**Tabel 1 Masyarakat Nitizen Target Pertama**

NO	Kelompok Nitizen	Jumlah	Aktif
1	Peserta rombel MK Dasar-Dasar Jurnalistik Kls B	53	53
2	Peserta rombel MK Dasar- Dasar Jurnalistik Kls E	54	53
3	Peserta rombel MK Dasar- Dasar Jurnalistik Kls S	28	28
4	Peserta rombel MK Kombangdaya Kls A	51	51
5	Peserta rombel MK Kombangdaya Kls B	51	50
6	Peserta rombel MK Kombangdaya Kls R	51	51
7	Peserta rombel MK Kombangdaya Kls S	13	11
8	Peserta rombel MK MPS Kls D	50	49
9	Peserta rombel MK Semiotika Politik Kls R	5	5
	Jumlah keseluruhan	356	351

Ket.: Kombangdaya: MK Komunikasi Pembangunan dan Pemberdayaan  
MPS : MK Metodologi Penelitian Sosial

Dari keseluruhan populasi (356) yang aktif adalah 351 mahasiswa, sedang yang tidak aktif 5 mahasiswa. Alasan ketidakaktifan 5 mahasiswa ini adalah: 2 sibuk kerja, 2 merawat orangtua sakit, dan 1 memang tidak aktif (DO).

Pemilihan rombongan belajar mahasiswa ini bukan tanpa alasan. Pertama, setiap mahasiswa aktif bermedia sosial, bahkan ketika perkuliaan daring berlangsung! Kedua, dosen pengampu mata kuliah di tiap klas (A/B/D/E/R/S) bagaimanapun berpengaruh, sehingga setiap mahasiswa tidak berani berbohong ketika ditugaskan membaca artikel tentang humor hoax, sebagai materi penyuluhan ini. Ketiga, setiap mahasiswa aktif di lebih dari 1 platform media sosial, minimal 2 platform (IG dan WA); platform WA, misalnya, setiap mahasiswa minimal 4 grup WA.

### **Waktu Pelaksanaan**

Penyuluhan literasi digital menolak berita hoax ini dihitung sejak hari pertama materi penyuluhan, yakni artikel opini berjudul “Humor *Hoax*: Kritik Sosial kepada Penguasa”, dipublikasikan di media online *Opini Indonesia* (<https://opiniindonesia.com/2021/05/18/humor-hoax-kritik-sosial-kepada-penguasa>) sejak 18 Mei 2021 sampai dengan 23 Juli 2021, pada semester genap 2020/2021.

### **Organisasi Pelaksana**

Kegiatan penyuluhan literasi digital ini dilaksanakan di bawah pengelolaan Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, dan Program Studi Sastra Inggris, FIB, Universitas 17 Agustus 1945 (Untag) Surabaya, dengan personalia yang terlibat:

- Drs. D. Jupriono, M.Si., Prodi Ilmu Komunikasi, FISIP, sebagai ketua, berperaqn menuliskan artikel opini;
- Ambar Andayani, S.S., M.Pd, Prodi Sastra Inggris, FIB, sebagai anggota, berperan menyiapkan dan mengklasifikasikan materi penyuluhan dari media-media sosial;
- Bambang Sigit Pramono, S.Sos., M.Si., Prodi Ilmu Komunikasi, FISIP, sebagai anggota, berperan mengelaborasi dan mendeskripsikan kandungan nilai-nilai sosial dalam humor media sosial.

### **Output dan Outcome**

Keluaran dari penyuluhan literasi media digital menolak berita hoax melalui humor media sosial ini adalah terpublikasikannya materi penyuluhan berupa artikel opini berjudul “Humor Hoax: Kritik Sosial kepada Penguasa” pada media online *Opini Indonesia* (<https://opiniindonesia.com/2021/05/18/humor-hoax-kritik-sosial-kepada-penguasa>) sejak 18 Mei 2021 sampai dengan 23 Juli 2021. Sebanyak 351 nitizen membaca artikel ini melalui android miliknya masing-masing. Ke-351 nitizen ini selanjutnya menyebarluaskan (share) ke di media-media sosial yang diikuti (IQ, WA). Pada saat membaca artikel ini setiap nitizen menangkap nilai-nilai sosial yang terkandung di dalamnya.

Sebagai materi penyuluhan, artikel ini menyajikan banyak humor ringan dari media-media sosial lain. Dengan demikian, tidak dibutuhkan perenungan dan pemikiran rumit untuk menangkap sisi humor dan kandungan nilai sosialnya.

## **C. PEMBAHASAN**

### **Permasalahan Mitra**

Ada tiga permasalahan yang dihadapi nitizen terpilih (351). Pertama, nitizen mudah termakan pada isi berita hoax, serta sulit memastikan apakah berita di media sosial yang dibacanya itu faktual atautkah hoax. Kedua, nitizen gampang tergoda untuk turut menyebarkan setiap berita dari media sosial. Ketiga, nitizen bersikap medua, tetapi sama-sama ekstrem, ada yang menganggap semua berita di media sosial pasti benar, ada pula yang sangat yakin bahwa semua berita di media sosial pasti hoax dan tidak berguna, karena tidak mengerti bahwa di dalam humor-humor media sosial pun terdapat kandungan nilai-nilai sosial budaya.

### **Tujuan Publikasi Materi Penyuluhan “Humor Hoax: Kritik Sosial kepada Penguasa”**

Publikasi materi penyuluhan “Humor Hoax: Kritik Sosial kepada Penguasa” bertujuan sebagai berikut.

- 1) merangsang nitizen, 351 mahasiswa, dalam hal ini 351 mahasiswa, membaca dan memahami isi artikel;
- 2) mendorong para nitizen untuk membicarakan/mendiskusikan isi artikel

bersama nitizen-nitizen lain dalam kelompoknya (rombongan belajar, rombel);

- 3) menafsirkan nilai-nilai sosial budaya yang terkandung di dalam artikel;
- 4) menyebarkan/luaskan link materi penyuluhan artikel tentang humor hoax (<https://opiniindonesia.com/2021/05/18/humor-hoax-kritik-sosial-kepada-penguasa>) ke media-media sosial, terutama grup-group WhatsApp (GWA), yang diikuti oleh setiap mahasiswa (nitizen).

### **Kandungan Nilai-nilai Sosial Budaya dalam Materi Penyuluhan**

#### **a. Kritik Sosial terhadap Kecerobohan Kinerja Penguasa**

Humor-humor hoax di media sosial mengandung nilai kritik sosial terhadap kecerobohan penguasa yang arogan. Berita hoax humor mengirimkan pesan agresif, tetapi tidak tampak karena dibungkus dalam humor. Komunikasikan (penonton, pembaca) dalam hal ini diposisikan sebagai pihak yang “menertawakan kebodohan atau nasib sial” orang lain (yang kurang disukai). Perhatikan berita hoax (1):

##### **(1) ANIES PECAT “PEGAWAI” RENDAHAN**

Gubernur DKI Anies Baswedan mendadak sidak ke salah satu kantor di SKPD DKI di Jakarta Timur untuk mengecek kinerja pegawai-pegawainya. Ia melihat seorang pria muda sehat dan segar tengah bersandar santai, sementara di ruangan itu semua pegawai sibuk bekerja. Lalu, Anies segera menghampiri pria itu dan bertanya:

“Berapa gaji lo dapat sebulan?”

Dengan sedikit gugup pria itu menatap Anies dan menjawab, “Sekitar 2 juta, Pak...”

Lalu Anies mengeluarkan dompetnya dan mengambil lembaran-lembaran pecahan 100 ribuan, kemudian menyerahkan kepada pria itu sambil berkata: “Ini gaji lo 3 bulan ke depan, dan ini 6 juta pesangon lo... cepat lo pergi dari sini dan ... awass lo jangan balik lagi! Elo gue pecat!!!”

Dengan gugup dan setengah takut pria itu segera meninggalkan tempat itu tanpa banyak bicara.

Lalu dengan muka kecut, sedikit seram, Anies melangkah mendekati pegawai yang sejak tadi menyaksikan adegan tersebut dan berkata: “Itulah nasib karyawan yang sukanya santai-santai. Di Pemda DKI ini gak ada toleransi, gua berentiin mulai sekarang juga, tidak ada tawar-menawar!!! Emang Pemda DKI ini milik nenek moyang lo?!! Semua harus kerja. Gua gak mau dengar alasan elu semua !”

Kemudian, “Ooh yaa ... Elu semua tau gak, pemuda brengsek tadi kerja di bagian mana? Tolong cepat jelaskan !!” tanyanya.

Suasana jadi hening, sampai akhirnya salah seorang staf menjawab dengan sangat ketakutan: “Dia gak kerja di sini, Pak. Dia Mukidi, tukang bubur yang lagi nunggu mangkoknya ”

(Jupriono, 2021)

Di manakah letak pesan-pesan humor-agresifnya? Humor berita hoax (1) dapat dilihat dari dua sisi; keduanya sama-sama agresif. Pertama, dari sisi Anies sebagai komunikator. Semua pernyataannya dapat dirasakan sebagai sebuah

bentuk komunikasi yang mengirimkan pesan-pesan verbal agresif yang merendahkan orang lain (pemuda tukang bubur). Kedua, dari sisi pembaca humor berita hoax sebagai komunikasi. Jelas sekali pembaca akan senyum, geli, dan memandang Anies sebagai pihak yang harus “disyukuri” (*rasain lu...!*). Anies menjadi objek bulan-bulanan humor para pembaca berita hoax. Humor ini bisa saja dimodifikasi sesuai kebutuhan: siapa yang ingin di-bully.. Cobalah, nama *Anies* di atas diganti dengan *Ridwan Kamil, Khofifah, Ahok, Ganjar Pranowo, ...* dst.

**b. Kritik Sosial terhadap Kecerobohan Individual Nitizen**

Humor-humor hoax di media sosial mengandung nilai kritik sosial terhadap kecerobohan individual diri sendiri setiap nitizen. Teks humor berita hoax juga mengirimkan pesan-pesan yang *self-enhancing*, yang menertawakan kebodohan diri sendiri. Pembaca (komunikasi) dalam hal ini adalah “korban” yang cukup bijaksana dalam sebuah *ending* yang sanggup menertawakan diri sendiri. Perhatikan humor berita hoax (2):

(2) PERHATIAN! PERHATIAN!! 20 BANK BESAR AKAN DITUTUP

Dari Kementerian Keuangan dan Moneter ....

Dollar sudah menembus 14.718! Krisis memuncak dan bersiaplah untuk situasi terburuk. Perhatikan: 20 bank nasional akan ditutup! Berlatar pada kekalahan USA dalam perang dagang dengan RRC, bercermin dari negara Yunani yang menuju bangkrut, Anda harus mencermati berita berikut:

**DAFTAR BANK-BANK YANG AKAN DITUTUP**

Kepada rekan-rekan yang punya simpanan di bank di bawah ini agar berhati-hati karena menurut info dari PCSBSI Pusat, bank-bank berikut akan ditutup, sehubungan dengan krisis global dan meningkatnya utang negara kita. Berikut daftar bank yang akan ditutup:

- |                                   |                        |
|-----------------------------------|------------------------|
| 1. Bank Bukopin                   | 2. Bank BRI            |
| 3. Bank Mandiri                   | 4. Bank BTN            |
| 5. Bank Danamon                   | 6. Bank BCA            |
| 7. Bank BII                       | 8. Bank Permata        |
| 9. Bank Niaga                     | 10. Bank Agro          |
| 11. Bank ABN                      | 12. Citibank           |
| 13. Bank HSBC                     | 14. Bank Panin         |
| 15. Bank Standard Chartered (BSC) | 16. Bank BNI 46        |
| 17. Bank Jatim                    | 18. Bank Bali          |
| 19. Bank Banten                   | 20. semua Bank Syariah |

Bank-bank tersebut akan ditutup setiap hari pukul 17.00 dan akan dibuka kembali esok pagi pukul 08.00 setelah dibersihkan.

Demikian pemberitahuan ini kami sampaikan, agar semua nasabah menjadi maklum.

ttd

PCSBSI

(*Persatuan Cleaning Service Bank-bank Seluruh Indonesia*)

(Jupriono, 2021)

Kehidupan orang modern tidak bisa dipisahkan dengan bank. Maka, siapa pun yang membaca teks ini bagian awal akan panik mengingat ini menyangkut “hidup dan mati” usahanya. Akan tetapi, pada bagian akhir orang akan tersenyum, lalu mungkin juga sedikit kesal karena merasa dipermainkan. Di sinilah humor berita hoax ini sanggup membuat pembacanya *self-enhancing*, menertawakan kebodohan diri sendiri.

**c. Nilai Sosial Afiliatif: Menyatukan Pihak-pihak yang Berkonflik**

Berikutnya, humor berita hoax juga bisa mengandung nilai-nilai sosial afiliatif, yang menyatukan pihak-pihak yang tengah memperuncing konflik. Perhatikan data (3):

**(3) SERUAN BERSAMA SEMUA ORMAS ISLAM MENJELANG RAMADHAN**

Alhamdulillah ...

Akhirnya tidak ada lagi perbedaan. Sudah tercapai kesepakatan bulat antara PP Muhammadiyah, PBNU, Persis, Kementerian Agama, dan MUI Pusat, bahwa berbuka puasa harus menunggu adzan mahgrib berkumandang.

Kita bersyukur karena semua golongan dan aliran lebih mengedepankan ukhuwah islamiyah daripada ego-ego sektarian.

(Jupriono, 2021)

Sejak awal harus dipahami bahwa maksud “menyatukan pihak-pihak yang tengah memperuncing konflik” ini adalah bahwa untuk sementara semua pihak yang berbeda (atau berdebat sengit) pasti berhenti dan ganti menjadi tersenyum-senyum. Humor ini bermaksud menyadarkan pembaca bahwa segenting apa pun sebuah perbedaan dan pertentangan, sebenarnya selalu ada benang merah yang mempertemukan dan harus diupayakan agar selalu ada. Potensi afiliatif seperti ini mungkin saja dituduh sebagai upaya mengalihkan persoalan, bahkan mungkin tindak eskapisme: lari dari persoalan. Biarlah, yang penting, upaya mencapai titik persinggungan, agar lebih melihat persamaan dan melupakan perbedaan, sudah terjadi secara alami.

**d. Nilai-nilai Sosial Self-defeating Melancarkan Perlawanan Balik**

Humor-humor berita hoax ternyata juga mengandung nilai sosial *self-defeating*, yang melakukan perlawanan balik terhadap *bullying* verbal-agresif. Humor berita hoax (1) dapat juga dikategorikan ke dalam kelompok ini. Sikap mementahkan terhadap persoalan serius yang diributkan umat-umat lain berikut ini (4) dapat dipandang sebagai bentuk perlawanan terhadap keharusan memenangkan perdebatan di atas umat-umat lain.

**(4) UMAT MANA YANG PALING DEKAT TUHAN?**

Seorang pedanda Ida Bagus Dewamantra, pastor Haryatmoko S.J., dan Gus Mus (Mustofa Bisri) berdebat siapa yang paling dekat Tuhan.

“Jelas umat Hindhu dong. Kami biasa menyapa Tuhan dengan *Om. Om swastiatsu ... Om shanti, shanti Om...*,” kata Ida Bagus Dewa.

Pastor Haryatmoko S.J. tidak mau kalah. “Kalau itu alasannya, umat Katolik dong yang lebih dekat. Lihat saja, kami memanggilnya *Bapa*, ... *Bapa kami yang ada di surga*. Nah...”

Gus Mus diam, Ida Bagus Dewamantra dan pastor Haryatmoko penasaran. “Kalau Gus Mus, sedekat apa umat Islam dengan Tuhan?”

“Duuh ... boro-boro dekat,” jawab Gus Mus, “wong manggil-Nya saja mesti teriak-teriak dari menara, pakai pengeras lagi ...!”

(Jupriono, 2020; 2021)

Berita hoax ini menyebutkan nama-nama yang sudah sangat akrab di telinga publik: Ida Bagus Dewamantra, Romo Haryatmoko, dan Gus Mus. Orang tidak bisa memastikan apakah memang benar-benar ini terjadi, ataukah hanya imajinatif cerdas dari penciptanya kali pertama (entah siapa). Lebih penting untuk ditekankan di sini, bahwa humor ini melancarkan kritik keras terhadap kecenderungan umat beragama untuk selalu mengkalim diri sebagai “yang paling dekat dengan Tuhan” sekaligus dengan sendirinya menganggap dungu, salah, sesat, atau bahkan kafir kepada umat lain. Di sinilah letak pentingnya humor-humor agama yang diharapkan bisa membuka simpul-simpul kemanusiaan yang tertutup oleh sekat-sekat sektarianisme antarumat beragama.

#### **Pemantauan dan Evaluasi**

Tahap pemantauan dalam penyuluhan online ini dilakukan integral dalam interaksi antara pengabdian (dosen pengampu mata kuliah online) dan para netizen (mahasiswa peserta perkuliahan daring. Semuanya da 9 kelas, 4 mata kuliah, yakni Dasar-dasar Jurnalistik, Komunikasi pembangunan dan Pemberdayaan, Metode Penelitian Sosial, dan Semiotika Politik. Kedudukan pengabdian sebagai dosen pengampu mata kuliah-mata kuliah tersebut sangat menguntungkan bagi tercapainya tujuan penyuluhan ini, yakni tersebar luasnya materi humor hoax di media-media sosial yang diikuti mahasiswa (351 netizen).

Evaluasi terhadap penyuluhan ini dilihat dari pemahaman 351 netizen terhadap kandungan nilai-nilai sosial yang terkandung di dalam humor berita-berita hoax. Pada setiap pertemuan selalu diupayakan dialog singkat tentang nilai-nilai sosial humor ini. Semua netizen tidak kesulitan menangkap kandungan nilai-nilai sosial tersebut.

Dalam hal penyebarluasan materi penyuluhan di media-media sosial yang diikuti setiap netizen, dapat dilaporkan bahwa hingga 22 Juli terdapat 1.187 netizen yang mengunjungai dan membaca artikel humor hoax di media sosial. Artikel tersebut terbit secara online kali pertama pada 18 Mei 2021. Angka 1.187 adalah capaian jumlah netizen selama kurang lebih 62 hari. Berarti setiap hari terdapat tambahan 19 netizen pengunjung artikel opini ini.

#### **D. KESIMPULAN**

Literasi media hendak diberikan adalah literasi digital (online), melalui kegiatan penyuluhan. Penyuluhan melalui media online ini juga dipilih karena kondisi pandemi Covid-19 masih mengancam masyarakat. Di samping itu, juga semua orang akrab dengan handphone android. Literasi media ini memanfaatkan humor-humor di media sosial agar minat publik untuk selalu menilai informasi



bisa dipertahankan dan kandungan nilai-nilai sosial di dalam humor tersebut bisa ditemukan untuk memperkaya wawasan mereka. Adapun nilai-nilai sosial budaya yang dikandung dalam humor berita hoax adalah: (a) kritik sosial terhadap kecerobohan kinerja penguasa; (b) kritik sosial terhadap kecerobohan individual netizen; (c) nilai sosial afiliatif: menyatukan pihak-pihak yang berkonflik; (d) nilai-nilai sosial self-defeating melancarkan perlawanan balik.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Jupriono, D. (2020). Humor Gus Dur, Multikulturalisme-inklusif vs Sektarianisme-Eksklusif. *Opini Indonesia*, 22 September 2020. <https://opiniindonesia.com/2020/09/22/humor-gus-dur-multikulturalisme-inklusif-vs-sektarianisme-inklusif/> Akses 18 Mei 2021.
- Jupriono, D. (2021). Humor hoax : Kritik sosial kepada penguasa. *Opini Indonesia*, 18 Mei 2021. <https://opiniindonesia.com/2021/05/18/humor-hoax-kritik-sosial-kepada-penguasa/> Akses 18 Juli 2021.
- Potter, J. (2019). *Media literacy*, 9th Edition. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: Sage Publication
- scb.telkomuniversity.ac.id. (2020). Menangkal hoaks dengan literasi digital di New Normal. <https://scb.telkomuniversity.ac.id/menangkal-hoaks-dengan-literasi-digital-di-new-normal/> Akses 2 Juli 2021.
- Septianingrum, A. dkk (2018). *Pengantar tata kelola internet: Seri literasi digital*. Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia.
- Silverblatt, A. (2014). *Media literacy: Keys to interpreting media messages*. 4<sup>th</sup> edition. London: Praeger.
- Sutedjo, B. (2017). Pakar IT: Tangkal hoax dengan literasi media. [https://www.kominfo.go.id/content/detail/9725/pakar-it-tangkal-hoax-dengan-literasi-media/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/9725/pakar-it-tangkal-hoax-dengan-literasi-media/0/sorotan_media). Akses 18 Mei 2021.
-