

THE POWER OF EMAK-EMAK MELAWAN HOAKS POTENSI PERLAWANAN HOAKS MELALUI PEMBERDAYAAN PEREMPUAN

Citra Indah Lestari¹, Dwi Ajeng Widarini²

¹Universitas Multimedia Nusantara

²Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)

citra.lestari@lecturer.umn.ac.id,
ajengastroprawiro@dsn.moestopo.ac.id

Abstrak

Literasi digital menjadi salah satu solusi untuk melawan kecepatan disinformasi dan misinformasi yang tersebar melalui internet. Namun, bagaimana sebuah mekanisme Pendidikan tersebut dapat melawan deras dan cepatnya serbuan disinformasi dan misinformasi? Paparan ini menyajikan studi kasus mengenai pemahaman dan rasionalitas perempuan pada penggunaan internet dan penyebaran hoaks, serta melihat potensi kuasa (*power*) perempuan sebagai agen perubahan (*agent of change*) dalam menyebarkan virus anti hoaks dan mengklaim kembali manfaat positif internet bagi mereka sendiri, anak-anaknya, keluarganya, dan juga komunitas di sekitar mereka. Studi dilakukan bersama perempuan kelas menengah bawah di tiga wilayah sub-urban Indonesia, dengan usia 35-50 tahun, dan pengguna internet aktif. Studi menemukan pengetahuan dan kemampuan perempuan dalam penggunaan internet sangat terbatas pada media sosial seperti *facebook* dan *whatsapp*, tanpa pengetahuan mengenai peramban atau *browser* serta kredibilitas pembuat berita. Keterbatasan pengetahuan ini menjadikan pengecekan fakta tidak pernah dilakukan. Penggunaan internet oleh perempuan sebagai generasi *digital immigrant* bergantung pada generasi *digital native* dalam mengoperasikan internet. Namun, studi ini juga menemukan bagaimana perempuan yang menjalankan berbagai peran sentral dalam ranah publik dan domestik secara simultan memiliki potensi kuasa (*power*) dalam menularkan virus anti hoaks secara cepat; serta dalam menjalankan peran *gatekeeper* dalam menangkis hoaks bagi keluarga dan sistem sosialnya.

Kata Kunci: internet, literasi digital, anti-hoaks, pemberdayaan perempuan

PENDAHULUAN

Berdasarkan laporan Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) mengenai survei penetrasi dan perilaku pengguna internet Indonesia pada tahun 2017, pengguna internet berdasarkan jenis kelamin adalah 48,57% perempuan dan 51,43% laki-laki, dengan layanan yang diakses oleh pengguna internet sebanyak 89,35 % digunakan untuk chatting dan 87,13 % dipergunakan untuk media sosial. menurut *We Are Social*, platform

media sosial yang paling banyak digunakan pengguna aktif di Indonesia adalah *youtube*, *facebook*, *whatsapp* dan *instagram*.

Penggunaan internet oleh perempuan yang belum seimbang dengan kelompok laki-laki, dapat menyebabkan ketimpangan dalam memperoleh informasi. Data dari Open Data Labs (2018) menyatakan bahwa dari 48,57% pengguna internet di kalangan perempuan, hanya 26 % yang menggunakannya untuk mengekspresikan pandangan mereka dan hanya

5% yang mencari informasi mengenai hak mereka.

Penggunaan internet yang masih terbatas dikalangan perempuan inisalah satunya diakibatkan oleh minimnya pengetahuan literasi digital untuk perempuan. Potensi penggunaan internet dalam meningkatkan kehidupan perempuan terkendala kemampuan perempuan dalam mengakses internet bagi pengembangan dirinya.

Akses perempuan untuk mengadopsi pengetahuan mengenai internet dan kegunaannya bagi peningkatan kualitas hidup masih kurang dilakukan. Salah satu yang menjadi kendala adalah terbatasnya kesempatan bagi untuk mengembangkan potensi dirinya dalam penggunaan teknologi. Dalam laporan jurnal perempuan mengenai sejumlah penelitian terkait partisipasi perempuan dalam aktivitas daring, kendala tersebut disebabkan sikap perempuan yang gugup dan rasa tidak percaya diri ketika bekerja menggunakan komputer atau internet (Triastuti, 2013: 78).

Pemahaman literasi digital di kalangan perempuan usia 35-50 tahun yang bekerja ataupun ibu rumah tangga, dengan latar belakang ekonomi menengah ke bawah perlu dilakukan guna meningkatkan pemahaman penggunaan internet. Literasi digital menurut Glister (1997: 2) merupakan kemampuan untuk mengakses jaringan komputer dan menggunakannya. Literasi digital merupakan kemampuan untuk mengerti dan menggunakan informasi dengan berbagai macam format dan sumber yang berbeda yang ditampilkan di layar komputer. Pengguna tidak hanya memahami bagaimana cara untuk mendapatkan informasi, tapi juga bagaimana menggunakan informasi tersebut untuk meningkatkan kualitas hidupnya.

Dalam hal ini, perempuan tidak hanya mengerti dan menggunakan informasi yang ditampilkan di dunia maya, namun juga dapat menggunakannya sebagai salah satu cara untuk memberdayakan diri mereka, dan

meningkatkan kualitas diri sebagai pribadi, ibu maupun sebagai anggota masyarakat.

Literasi digital di Indonesia saat ini sudah diselenggarakan di sejumlah kota dengan sasaran khalayak yang berbeda-beda. Berdasarkan penelitian mengenai “Peta Gerakan Literasi Digital di Indonesia: Studi tentang Pelaku, Ragam Kegiatan, Kelompok Sasaran dan Mitra”, terdapat kelompok sasaran kegiatan literasi digital di sejumlah kota di Indonesia. Kelompok siswa/pelajar/remaja sebanyak (29,55%) mahasiswa (18,5%), masyarakat umum (15,22%), orangtua (12,23%), guru dan dosen (10,14%). Sisanya menarget pihak-pihak seperti ormas, LSM, pemerintah, dan media, dengan porsi sebesar 6,86% (Kurnia & Astuti, 2018).

Meski belum ada data secara spesifik mengenai jumlah orang tua perempuan atau laki-laki dalam data ini, namun setidaknya dapat menggambarkan orang tua yang menjadi kelompok dalam kegiatan literasi digital persentasenya tidak besar atau bukan sasaran utama dalam memperoleh pengetahuan penggunaan internet.

Kebanyakan orang tua, yang berasal dari generasi *baby boomers* dan generasi X mengalami pola perpindahan dari sistem analog ke sistem digital atau yang biasa disebut dengan *digital immigrant*. Para *digital immigrant*, pada suatu titik dalam hidupnya merasa perlu memiliki bekal pengetahuan penggunaan internet guna meningkatkan kualitas hidup dan beradaptasi dalam melakukan pemilahan informasi (Prensky, 2001).

Literasi digital khususnya untuk kalangan perempuan berusia 35-50 tahun (*mature*) di daerah urban dan sub urban, menjadi penting karena pertumbuhan infrastruktur yang semakin baik, menyebabkan penetrasi penggunaan internet di lingkungan ini meningkat. Berdasarkan pernyataan Kominfo, 97% persen penduduk Indonesia sudah bisa menikmati layanan 4G (Hutabarat, 2019). Data dari Google (2018) juga menyatakan bahwa

penduduk Indonesia di luar kota besar Indonesia kini semakin terkoneksi dengan internet. Sebanyak 46% pencarian terhadap paket internet terjadi di luar enam kota besar Indonesia.

Fakta ini menunjukkan aksesibilitas masyarakat terhadap internet semakin merata, dan telah menjangkau segmen sosio-ekonomi yang semakin beragam. Selain dampak positif dengan adanya pertumbuhan penggunaan internet, kesiapan masyarakat dan kerentanan terhadap dampak negatif internet pun bertumbuh.

Berkembangnya informasi hoaks dalam bidang kesehatan, pendidikan dan kejadian sosial lainnya, menjadikan perempuan sebagai kelompok yang rentan, baik itu menjadi korban atau menjadi tersangka dalam penyebaran hoaks. Data dari Mabes Polri yang merilis identitas tersangka penyebar hoaks yang ditangkap dalam kurun waktu 31 Oktober - 6 November 2018 mengungkapkan ibu rumah tangga (20 - 42 tahun) mendominasi sebagai tersangka penyebar hoaks. Hoaks yang disebar dari mulai kasus penculikan anak sampai dengan kecelakaan Lion Air. Ibu rumah tangga ini, bukan pembuat konten hoaks, namun terlibat dalam proses penyebaran hoaks melalui akun media sosialnya atau aplikasi percakapan (Koran Sindo, 15 November 2018).

Berdasarkan laporan Mastel (2017), 92,40% media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *instagram* dan *path* menjadi saluran menyebarkan informasi hoaks, sedangkan aplikasi *chatting* seperti *whatsapp*, *line*, *telegram* menduduki peringkat kedua, yaitu sebanyak 62,80%. Hal ini juga didukung oleh data laporan yang diterima oleh Kominfo (2019) dari Agustus 2018 sampai 21 Januari 2019, ada 43 konten hoaks yang disebar melalui aplikasi pesan instan *whatsapp*. Dari rekapitulasi aduan konten hoaks tahun 2018, Kominfo menerima aduan konten hoaks sebanyak 733 laporan.

Berdasarkan temuan-temuan ini, literasi digital di kalangan perempuan, terutama yang berusia matang menjadi penting untuk menjadi pondasi dalam melakukan filter bagi banyaknya informasi yang mereka terima dari saluran media sosial maupun aplikasi percakapan, sekaligus memberikan ruang untuk melakukan pemberdayaan diri mereka.

Namun, bagaimana sebuah mekanisme pendidikan semacam literasi digital dapat melawan deras dan cepatnya serbuan disinformasi dan misinformasi pada masyarakat kita?

Penelitian ini mencoba melihat pemahaman dan rasionalitas penggunaan internet dan penyebaran hoaks pada perempuan kelas menengah bawah di tiga wilayah sub-urban Indonesia, dengan usia 35-50 tahun yang mengikuti pelatihan literasi digital. Penelitian ini juga berusaha melihat potensi pelatihan literasi digital bagi perempuan dengan beragam peran publik dan domestik dalam menghentikan arus kuat penyebaran hoaks dalam sistem sosialnya.

METODE

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif yang bermaksud memberi gambaran secara cermat mengenai subjek atau kelompok tertentu pada sebuah keadaan (Koentjaraningrat, 1993). Moleong (2007) mengatakan bahwa penelitian kualitatif bermaksud memahami perilaku, persepsi, ataupun motivasi subjek penelitian secara holistik.

Kelompok atau subjek penelitian yang dimaksud dalam penelitian adalah perempuan pengguna internet aktif, usia 35 – 50 tahun dari kelas ekonomi menengah ke bawah yang menjadi peserta pelatihan literasi digital yang diselenggarakan oleh Program KOTAKU (Kota Tanpa Kumuh) dan *Indonesia Voice of Women* (Invow) di tiga wilayah sub-urban di kota Jakarta, Bandung dan Tangerang Selatan pada

2017. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung dan wawancara mendalam selama pelatihan yang diselenggarakan sebanyak dua kali dalam periode waktu empat bulan.

Pendekatan studi kasus digunakan untuk menjelaskan bagaimana pemahaman tiga kelompok perempuan tersebut pada penggunaan internet dan penyebaran hoaks; serta mengeksplorasi mengapa ketiga kelompok tersebut memiliki pemahaman tersebut. Lebih lanjut, penelitian ini juga melihat bagaimana potensi pelatihan literasi digital dalam menghentikan penyebaran hoaks di kalangan ibu-ibu. Penelitian dengan pendekatan studi kasus berguna untuk mendapatkan pengetahuan eksplanatif (*how*) dan eksploratif (*why*) untuk memahami tindakan subjek secara holistik dan mendalam (Yin, 1994; Yunus, 2010).

Studi literatur terhadap data-data sekunder dilakukan sebagai upaya triangulasi data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kesenjangan Literasi Digital antara *Digital Immigrant* dan *Digital Native*

Penelitian ini menemukan bahwa pengetahuan dan kemampuan perempuan usia 35 – 50 tahun yang tergabung sebagai kader pada Program Kotaku (untuk selanjutnya disebut “ibu-ibu”) dalam penggunaan internet masih sangat terbatas. Sebagai pengguna internet aktif, penggunaan daring mereka terbatas pada media sosial seperti *facebook* dan *whatsapp*, tanpa pengetahuan mengenai peramban atau *browser*. *Facebook* dianggap sebagai media, sehingga “berita” yang disampaikan melalui *facebook* dianggap sebagai layaknya berita yang sudah terverifikasi, sehingga penting untuk disebarluaskan. Keterbatasan pengetahuan ini menjadikan pengecekan fakta tidak pernah dilakukan, pun pengetahuan mengenai cara-cara pengecekan fakta tidak dimiliki.

Penggunaan internet oleh ibu-ibu sebagai *digital immigrant* sangat bergantung pada bantuan anak-anaknya sebagai *digital native*. Prensky (2001) menyampaikan bahwa *digital immigrant* adalah orang yang tidak sejak lahir terpapar teknologi digital, namun pada suatu tahap dalam hidupnya mulai mengadopsi teknologi digital. Salah satu poin yang ditekankan oleh Prensky adalah bahwa tahapan dan pencapaian belajar setiap *digital immigrant* berbeda satu dengan yang lain. Serupa dengan penggunaan bahasa, pengadopsian teknologi digital pada *digital immigrant* akan menghasilkan “aksen” atau pola adopsi yang berbeda-beda.

“Bahasa” dan “aksen” *digital immigrant* juga akan sangat berbeda dengan *digital native*, yaitu orang yang sejak lahir sudah terpapar teknologi digital. Karena itu, proses pengajaran antara *digital immigrant* ke *digital native*, atau sebaliknya, menghadapi berbagai kendala (Prensky, 2001).

Sebagian besar ibu-ibu, terutama yang berusia 40 hingga 50 tahun dibantu anaknya dalam mengoperasikan gawai pintarnya sejak awal dimiliki, termasuk untuk mengunduh dan mendaftar aplikasi *facebook* dan *whatsapp*. Anak-anaknya seringkali tidak cukup sabar menjelaskan cara-cara teknis terkait teknologi dan lebih memilih untuk mengerjakan sendiri dan memberikan kepada ibu mereka setelah selesai dengan persoalan teknisnya.

Sebagian ibu memiliki beberapa aplikasi lain, sebagian lain tidak. Ketersediaan aplikasi pada gawai pintar mereka lagi-lagi bergantung pada kesediaan anak-anak mereka untuk membantu. Selama dirasa cukup untuk menjalankan fungsi sosial mereka untuk berkomunikasi dengan anggota lain dalam sistem sosial mereka, yaitu melalui *Whatsapp* dan *Facebook*, maka kebutuhan teknologi dirasa sudah cukup bagi ibu-ibu.

Diutarakan juga oleh ibu-ibu yang tidak memiliki aplikasi *facebook* atau *instagram*, bahwa anak-anak mereka tidak menginginkan

ibu mereka memiliki aplikasi tersebut karena tidak ingin dipantau. Melalui observasi lebih lanjut, ditemukan juga bahwa anak dari salah satu ibu menyembunyikan akun *Instagram* “bayangan”-nya, dan hanya menyampaikan akun “resmi” pada ibunya.

Penelitian ini menemukan bahwa kemampuan ibu-ibu dalam mengoperasikan internet ataupun gawai pintar terbatas, karena 1) kesulitan memahami tutorial yang tersedia; 2) anak-anak mereka sebagai sumber pembelajaran utama seringkali tidak sabar, terkendala bahasa teknologi, atau tidak mau memberikan pembelajaran; dan 3) tidak tahu kemana mencari sumber pembelajaran praktis lain.

Teori difusi inovasi (Rogers, 1995) mengatakan bahwa proses adopsi dari sebuah inovasi terjadi melalui proses komunikasi yang dilakukan oleh anggota dari sebuah sistem sosial dalam sebuah periode waktu. Menurut Rogers, pengadopsian sebuah inovasi terjadi melalui beberapa tahapan, yaitu *understanding, persuasion, decision, implementation, confirmation*. Tahapan yang dilalui tersebut kemudian memunculkan perbedaan proses adopsi bagi setiap anggota sistem sosial yang kemudian digambarkan Rogers dalam *S-shaped adoption curves of innovators* sebagai *early adopters, early majority, late majority, dan laggards*.

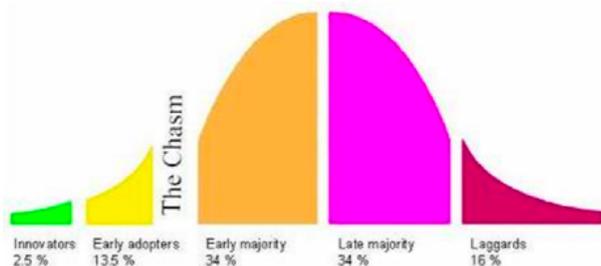


Figure 1fig 1. *S-shaped Adoption Curves oleh Rogers (1995)*

Proses adopsi terhadap teknologi yang dialami oleh ibu-ibu sebagai *digital*

immigrant yang masih gagap dalam pembelajarannya dapat dikategorikan sebagai *late majority*, sedangkan anak-anak mereka telah lebih dahulu mengadopsi teknologi sebagai *early majority* atau bahkan *early adopters*. Anak-anak yang sudah terlebih dahulu mengadopsi teknologi ini, sebagai anggota sistem sosial terdekat bagi ibu-ibu, merupakan tumpuan terbesar ibu-ibu dalam mengadopsi teknologi. Resistensi anak-anak untuk mengajari ibu-ibu mereka kemudian menjadi salah satu kendala utama bagi ibu-ibu untuk menjadi *digital literate*.

2. Ibu-ibu yang terjebak dalam Pusaran Penyebaran Hoaks

Kesenjangan pengetahuan digital dan kegagapan terhadap teknologi ini kemudian berimplikasi pada penerimaan ibu-ibu terhadap hoaks.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mencatatkan kata hoaks sebagai berita bohong atau tidak benar. Dalam Bahasa Inggris, hoaks disebut *hoax* atau juga *fake news*. Terkait *fake news*, UNESCO, di dalam modulnya “*Journalism, Fake News and Disinformation*” (2018: 45) menyatakan kata *fake news* memiliki dua konotasi, yaitu misinformasi dan disinformasi. Misinformasi adalah berita yang tidak benar, namun orang yang menyebarkan percaya bahwa berita tersebut benar; Sedangkan, disinformasi adalah berita yang tidak benar dan orang menyebarkannya mengetahui bahwa berita tersebut tidak benar. Penyebaran disinformasi adalah kesengajaan penyampaian berita tidak benar untuk sebuah tujuan tertentu.

Terdapat ketidakpahaman ibu-ibu bahwa Facebook merupakan sebuah medium dengan pendekatan *user generated content* (UGC) dimana konten atau berita yang termuat pada facebook dibuat oleh pengguna *facebook* (Luca, 2016), bukan oleh jurnalis atau editor seperti media massa. Ibu-ibu menganggap bahwa *facebook* adalah situs media massa di mana

berita yang termuat di dalamnya merupakan berita yang sudah terverifikasi. Pemahaman ini membuat ibu-ibu merasa tidak perlu melakukan pengecekan fakta, disamping ibu-ibu juga tidak paham langkah-langkah untuk melakukan pengecekan fakta. Sehingga, ketika menerima berita dari *facebook* yang dianggap penting, terdapat kecenderungan untuk membagikan berita tersebut.

Untuk berita yang tersebar melalui *whatsapp* meski ada ketidakpercayaan terhadap isi berita, namun jika berita tersebut dirasa penting atau membahayakan keselamatan diri dan keluarga, penyebaran berita tetap dilakukan.

Hoaks yang kerap diteruskan oleh ibu-ibu terutama adalah berita terkait kesehatan, makanan dan minuman, penculikan anak, dan kajian agama. Hoaks terkait politik termasuk berita yang sering diterima, namun tidak selalu langsung diteruskan, begitu pula dengan hoaks yang tidak terlalu terkait dengan keseharian mereka.

Studi yang dilakukan Mastel (2017) pun menyatakan hoaks SARA, kesehatan dan makanan/minuman masing-masing menempati urutan ke-2, 3 dan 4 sebagai berita hoaks yang paling banyak disebar, setelah hoaks politik.

Dalam teori *social presence*, salah satu faktor penting dalam proses komunikasi yang termediasi adalah perasaan yang dialami seseorang secara subjektif yang terasosiasi oleh medium komunikasi yang digunakan. Perasaan subjektif yang dialami ini kemudian terkait dengan perasaan intimasi dan kesegeraan (*urgency*). Semakin tinggi tingkat kehadiran sosial (*social presence*) dari sebuah medium, semakin tinggi pula perasaan subjektif yang dialami seseorang terkait intimasi dan kesegeraan (Spears & Lea, 1992).

Berdasarkan teori *Computer Mediated Communication* (CMC), media sosial merupakan proses komunikasi yang terjadi melalui komputer, melibatkan beberapa orang dalam sebuah konteks dengan melibatkan perasaan dan kemudian membentuk diskusi

serta hubungan personal antar penggunanya (Thurlow, 2004).

Berita yang didapatkan melalui media sosial, terutama yang terkait erat dengan keseharian dan keselamatan keluarga mereka, seperti berita kesehatan, bahaya akan suatu makanan atau minuman, dan berita terkait keagamaan menimbulkan perasaan intimasi dan kesegeraan untuk membagikannya demi kebaikan mereka dan keluarganya.

Penelitian ini menemukan bahwa penyebaran hoaks yang dilakukan ibu-ibu merupakan penyebaran misinformasi yang dilakukan tanpa intensi untuk menyebarkan kebohongan, namun lebih terkait pada kondisi psikologis; peran sosial dan domestik ibu-ibu; serta ketidakpahaman akan hoaks dan dampaknya.

Penyebaran misinformasi dilakukan karena beberapa sebab, yaitu 1) ketidakpahaman mengenai kredibilitas sumber berita; 2) ketidakpahaman akan definisi dan karakteristik hoaks atau berita bohong; 3) ketidakpahaman akan cara melakukan pengecekan fakta, namun merasa perlu membagikan berita karena kekhawatiran akan keselamatan diri dan anggota keluarga jika berita tersebut benar; serta 4) ketidakpahaman akan resiko penyebaran berita bohong melalui internet.

Hampir semua peserta pelatihan menyatakan tidak mengetahui Undang Undang No.11/2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), salah satunya pasal mengenai menyebarkan berita bohong dan menyesatkan dalam Pasal 28 ayat (1) UU ITE. Hal ini, dapat berimplikasi bagi rentannya ibu-ibu terkena pasal-pasal UU ITE sebagai akibat dari ketidaktahuan dan pemahaman mereka terhadap undang-undang yang berlaku. Berbagai ketidakpahaman tersebut kemudian membawa ibu-ibu untuk masuk ke dalam pusaran penyebaran hoaks, hal ini sejalan dengan laporan Mabes Polri yang merilis data mengenai penyebar hoaks yang didominasi dari kalangan ibu-ibu rumah tangga yang menyebarkan

informasi bohong dan menyesatkan dengan alasan "iseng" memposting informasi tersebut.

Akses informasi yang terbuka menyebabkan, ibu-ibu melakukan prokreatif di media sosial dengan menjadi yang pertama dalam menyebarkan informasi di media sosial maupun melalui aplikasi percakapan instan. Dalam artikel "Hoaks dan Perempuan" di Koran Sindo, media sosial menjadi tempat untuk melepas kepenatan dalam keseharian mereka sehingga mereka ingin menampilkan diri mereka sebagai sosok yang selalu mendapatkan informasi terkini, meski berada di ranah domestik (Pariangu, 2018). Penyebaran informasi ini, tidak dibarengi oleh kemampuan untuk berpikir kritis dengan melakukan verifikasi terhadap informasi yang mereka terima. Acapkali, mereka mengirimkan dengan ujaran "sekedar mengingatkan" atau "Mungkin saja ini benar, jangan sampai keluarga kita terkena bahaya. Kan saya sekalian bisa mengecek kalau ini benar atau salah". Pemakluman terhadap penerimaan pesan hoaks meningkatkan keretanan ibu-ibu.

3. Multi Peran yang Dimiliki Ibu-ibu sebagai Pisau Bermata Dua

Peserta pelatihan digital literasi adalah perempuan berusia 35 hingga 50 tahun yang merupakan kader Program KOTAKU, sebuah program pemerintah yang bertujuan untuk memberdayakan masyarakat dalam pembenahan tata kota melalui aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Sebagai kader, mereka memiliki kepentingan untuk melakukan komunikasi melalui proses CMC, paling tidak melalui *whatsapp*, menjadikan mereka sebagai *digital immigrant* yang aktif menggunakan internet.

Selain menjalankan peran sosial sebagai kader Program KOTAKU, ibu-ibu juga menyandang beragam peran publik dan domestik lain secara simultan. Mereka adalah ibu, istri, guru taman kanak-kanak (TK) atau pendidikan anak usia dini (PAUD), anggota atau pengurus PKK, kader kelurahan, kader

posyandu, dan juga anggota kelompok-kelompok pengajian.

Dengan berbagai peran yang dijalankan secara simultan tersebut, ibu-ibu memiliki potensi kuasa dan kekuatan (*power*) untuk dapat menjadi agen perubahan bagi keluarga, dan lingkungan sosialnya. Teknologi informasi atau internet dalam pandangan Lucy Irigaray, tokoh feminis post-strukturalis, seperti dituliskan oleh Saputra (2001), perempuan dan komputer dianalogikan sebagai 'jembatan' yang menghubungkan antara manusia (laki-laki) dan materi (realitas eksternal), identitas dan perbedaan, faktual dan ilusi, sehingga anggapan bahwa teknologi adalah milik laki-laki, tidaklah relevan.

Penggunaan teknologi informasi oleh ibu-ibu, disatu sisi menjadi jembatan untuk pengetahuan yang lebih luas, karena tidak terbatasnya informasi yang ditampilkan, mulai dari pengetahuan kesehatan, pendidikan anak, tempat wisata, hingga materi ajar untuk PAUD. Internet juga memiliki nilai guna positif bagi ibu-ibu, seperti membuka peluang bisnis atau pertemuan dengan teman lama.

Namun, disisi lain juga dapat menjadi negatif ketika mereka terpapar hoaks, dan kuasa yang dimiliki ibu-ibu dalam peran publik dan domestiknya digunakan untuk penyebaran hoaks tersebut.

Penyebaran hoaks di kalangan ibu-ibu, berdasarkan penelitian ini terjadi akibat ketidakmampuan ibu-ibu dalam melakukan proses seleksi informasi yang mereka dapatkan. Selain itu, penguasaan terhadap teknologi dan memproduksi konten yang bermanfaat yang belum optimal, mengakibatkan perputaran informasi hoaks lebih sering diterima dibandingkan dengan informasi yang bermanfaat.

Literasi digital melalui proses pemberdayaan perempuan menjadi penting bagi perempuan *digital immigrant* ini untuk memanfaatkan peran publik dan domestiknya agar berfungsi sebagai pisau yang ampuh untuk

mengklaim kembali manfaat positif internet.

4. *The power of emak-emakdigital immigrant* dalam upaya perlawanan terhadap hoaks

Sebagai perempuan yang memegang berbagai peran publik dan domestik, ibu-ibu dalam subjek penelitian ini adalah perempuan yang berdaya dan memiliki kuasa dan kekuatan untuk mengambil berbagai keputusan sosial dan domestic.

Namun demikian, pada ranah CMC dan literasi digital, proses pemberdayaan masih diperlukan. Pemberdayaan menurut Rowland (1997) adalah proses bagi orang untuk memahami dinamika kuasa di sekitar mereka, meningkatkan kapasitas mereka agar memiliki kontrol, menggunakan kontrol mereka, dan memberdayakan orang lain di komunitas mereka.

Wawancara yang dilakukan peneliti kepada ibu-ibu yang dilakukan paska pelatihan menemukan bahwa terdapat keinginan dari ibu-ibu untuk keluar dari pusaran penyebaran hoaks dan mulai menjalankan peran sebagai *agent of change* untuk menyebar virus anti hoaks. Kekuatan dan kuasa sosial dan domestik ibu-ibu yang semakin dikuatkan dengan pemahaman atas kuasa di dunia teknologi digital yang didapatkan melalui pelatihan literasi digital, telah setidaknya berhasil menyetop penyebaran hoaks lebih lanjut setelah sampai di gawai mereka. Ibu-ibu pun telah berupaya memberdayakan orang lain di sekitar mereka, termasuk pada keluarga, anak-anak mereka dan kelompok sosial (*peer group*) mereka, seperti anggota pengajian, kader-kader KOTAKU, guru-guru TK dan PAUD lainnya.

Kecepatan penyebaran informasi yang dilakukan ibu-ibu sangat mendukung upaya penyebaran virus anti hoaks pada berbagai sistem sosial yang diikuti oleh mereka. Tekanan sosial pun seringkali diberikan oleh mereka kepada kelompok sosialnya (*peer group*) yang menyebarkan hoaks.

Kuasa (*power*) ini sejalan dengan berbagai pandangan terhadap perempuan Indonesia, yang jika dibandingkan dengan perempuan di negara lain, bahwa perempuan Indonesia memiliki mobilitas, otonomi, dan otoritas yang relatif tinggi. Perempuan Indonesia dalam konotasi *emak-emak* juga seringkali dikonotasikan sebagai perempuan yang bisa dan mau melakukan apa saja untuk menyelesaikan suatu pekerjaan atau mencapai kesejahteraan anak dan keluarganya (Afrianti, 2018).

Dua pelatihan literasi digital yang diterima, telah memberikan pemahaman dasar terkait kredibilitas sumber berita; serta definisi dan karakteristik hoaks. Pemahaman ini telah setidaknya meningkatkan kemampuan dan kepercayaan diri ibu-ibu, untuk kemudian membangun kesadaran kolektif diantara ibu-ibu lain disekitar mereka, serta mengajak anak-anak dan suami mereka untuk melakukan perubahan.

Pemberdayaan perempuan dimulai sejak tahapan dimana perempuan merasa tidak mampu, menuju ke penemuan terhadap kemampuan dan kontrol diri, hingga pembentukan identitas, kemampuan dan kepercayaan diri kolektif untuk melakukan perubahan (Johnson, 1992; Kabeer, 1994). Karena itu, pemberdayaan perempuan sudah seharusnya melibatkan proses yang membuat perempuan dapat memandang diri mereka sebagai mampu (Rowland, 1997).

Namun demikian, terkait dengan pemahaman terhadap teknis pengecekan berita dan resiko-resiko negatif pada penggunaan internet seperti perundungan atau kriminalitas pada dunia maya, tidak serta merta mereka kuasai melalui dua kali pelatihan literasi digital bersama Program KOTAKU dan Invow.

Seperti layaknya teknologi, wajah dan bentuk hoaks juga berevolusi dengan cepat. Pun, berbagai kejahatan dan penipuan dalam dunia maya juga terus berevolusi. Kecepatannya masih melampaui kemampuan dan ketersediaan waktu untuk belajar bagi para *digital immigrant*

dengan beragam peran publik dan domestik ini. Kebutuhan akan akses yang lebih cepat dan mudah bagi mereka untuk menemukan bahwa berita yang mereka dapatkan adalah hoaks atau bukan, serta akses untuk mempertanyakan hal-hal teknis menjadi kebutuhan mereka untuk menjadi semakin berdaya di dunia digital.

Selain itu, ketidakpercayaan diri ibu-ibu *digital immigrant* berusia matang (*mature*) terhadap dunia internet/digital seringkali mengubur potensi mereka sebagai pejuang virus anti hoaks.

Dua sesi pelatihan literasi digital yang diterima ibu-ibu ini merupakan langkah awal dari proses pemberdayaan perempuan yang bermaksud untuk meningkatkan pemahaman dan kepercayaan diri ibu-ibu untuk kemudian mampu menggalang kekuatan kolektif ibu-ibu melalui beragam peran publik dan domestiknya dalam menyebarkan virus anti hoaks.

Namun, proses pemberdayaan perempuan ini masih harus dilanjutkan, terutama dalam meningkatkan peran *digital native* yang terdekat dalam sistem sosial ibu-ibu ini dalam proses pemberdayaan ibu-ibu *digital immigrant* dalam upaya perlawanan terhadap hoaks.

KESIMPULAN

Kemampuan perempuan, khususnya *digital immigrant* berusia 35-50 tahun dari kelas ekonomi menengah ke bawah di tiga lokasi sub-urban di Jakarta, Bandung, dan Tangerang Selatan terbatas pada penggunaan media sosial yang sesuai dengan peran-peran publik dan domestiknya. Penggunaan peramban serta kemampuan pengecekan fakta masih sangat terbatas. Pun, kemampuan teknologi digital yang dimiliki sangat bergantung pada peran *digital native*, yaitu anak-anak mereka.

Terbatasnya kemampuan dan ketergantungan mereka pada *digital native*, ditambah dengan terbatasnya pengetahuan mengenai definisi dan karakteristik hoaks, serta kredibilitas berita, membuat mereka mudah

terjebak dalam pusaran penyebaran hoaks dan rentan terhadap resiko negatif penggunaan internet.

Peran pelatihan literasi digital dapat meningkatkan kapasitas ibu-ibu dalam penggunaan internet. Selain untuk memberdayakan dirinya, keluarganya dan lingkungan sekitarnya untuk mengklaim kembali manfaat positif internet, pelatihan literasi digital yang dikelola dengan pendekatan pemberdayaan perempuan dapat menjadi pondasi bagi ibu-ibu untuk mengambil peran aktif dalam menangkal informasi hoaks.

Kekuatan dan kuasa ibu-ibu urban dan sub-urban Indonesia dalam ranah sosial dan domestik yang sering dikonotasikan sebagai “emak-emak” yang kuat, berpotensi menjadikan mereka sebagai *gate keeper* informasi bagi keluarga dan komunitasnya untuk menghentikan penyebaran hoaks yang lebih luas. Kuasa (*power*) emak-emak ini juga berpotensi untuk memberdayakan sekitarnya dan menyebarkan virus anti hoaks yang semakin luas.

Namun demikian, satu atau dua kali pelatihan literasi digital belum cukup kuat untuk mensejajarkan kemampuan ibu-ibu dengan perkembangan teknologi dan evolusi pada wajah dan bentuk hoaks, serta resiko-resiko negatif penggunaan internet seperti perundungan, prostitusi *online*, persekusi dan penipuan dengan basis *online*, dan *porn revenge*.

Pemberdayaan lebih lanjut masih diperlukan, terutama pemberdayaan perempuan yang simultan antara *digital immigrant* ini dengan *digital native* yang terdekat dalam sistem sosial mereka, sehingga kedua generasi tersebut dapat berkolaborasi dalam hal mengikuti perubahan teknologi, produksi konten positif sebagai perlawanan terhadap konten negatif, serta memberdayakan sekelilingnya. Kepedulian *digital native* untuk tidak meninggalkan generasi yang lebih tua di sekitarnya menjadi penting dalam upaya

peningkatan literasi digital.

Saat ini, pelatihan literasi digital telah dilakukan oleh banyak pihak, baik dari pemerintah, maupun dari lembaga sosial masyarakat, dan perguruan tinggi. Perlu dilakukan koordinasi dan kerjasama antar pihak dalam melakukan kegiatan literasi digital kepada ibu-ibu. Terlebih mendidik ibu, merupakan jaminan bagi generasi yang akan datang.

REFERENSI

Afrianti, D. 2018. *The Power of Emak-emak: Empowering or Patronising Indonesian Women?* Diakses 22 Februari 2019. <http://indonesiaatmelbourne.unimelb.edu.au/the-power-of-emak-emak-empowering-or-patronising-indonesian-women/>

Glitser, Paul. 1997. *Digital Literacy*. John Wiley & Sons, Inc. United States of America

Google. 2018. *Year in Search: Insights for Brands 2018*. Diakses January 2019. <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-apac/trends-and-insights/year-in-search-2018/>

Hutabarat, D. 2019. *Sudah 97 persen Penduduk di Indonesia bisa menikmati layanan 4G LTE*. Diakses dari https://kominfo.go.id/content/detail/16566/sudah-97-persen-penduduk-di-indonesia-bisa-nikmati-layanan-4g-lte/0/sorotan_media

Johnson, H. 1992. *Women's Empowerment and Public Action: Experiences from Latin America. Development policy and public action*, pp. 147-174

Kabeer, N. 1994. *Reversed Realities: Gender Hierarchies in Development Thought*. Verso. London.

Kurnia, N dan Astuti, S. (2018). *Peta Gerakan Literasi Digital di Indonesia: Studi Tentang Pelaku, Ragam Kegiatan, Kelompok Sasaran dan Mitra*. Jurnal Informasi. Diunduh 21 Februari 2019.

<https://journal.uny.ac.id/index.php/informasi/article/view/16079>

Kominfo. 2019, Januari 22. *Siaran Pers No. 17/HM/KOMINFO/01/2019*. Diakses dari https://kominfo.go.id/content/detail/16003/siaran-pers-no-17hmkominfo012019-tentang-tahun-2018-kominfo-terima-733-aduan-konten-hoaks-yang-disebar-via-whatsapp/0/siaran_pers

Koran Sindo. (2018, November 15). *Ibu Rumah Tangga dan Hoaks*. Diakses dari <https://nasional.sindonews.com/read/1354784/16/ibu-rumah-tangga-dan-hoaks-1542223033>

Koentjaraningrat. 1993. *Metode-metode Penelitian Masyarakat*. PT. Gramedia. Jakarta.

Luca, M. 2016. *User-Generated Content and Social Media*. Chap. 12 in *Handbook of Media Economics*. Vol. 1B, edited by Simon Anderson, Joel Waldfogel, and David Strömberg. North-Holland Publishing Company. Diunduh 22 February 2019. <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=50700>

Mastel. 2017. *Survey tentang wabah hoax nasional*. Diakses 21 February 2019. <https://mastel.id/infografis-hasil-survey-mastel-tentang-wabah-hoax-nasional/>

Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.

Open Data Labs. (2018, July 16). *How We Can Build Up Digital ICT Literacy in Indonesia by Empowering Women and (Men)*. Diakses dari <https://labs.webfoundation.org/how-we-can-build-up-digital-ict-literacy-in-indonesia-by-empowering-women-and-men/>

Pariangu, U,TW. 2018. *Hoaks dan Perempuan*. Diakses dari <https://nasional.sindonews.com/read/1355813/18/hoaks-dan-perempuan-1542585721>

Prensky, M. 2001. *Digital natives, digital immigrants*. Diunduh 21 February 2019. [www.marcprensky.com/writing/Prensky - Digital Natives, Digital Immigrants - Part1.pdf](http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-Digital-Natives-Digital-Immigrants-Part1.pdf)

Rogers, E.M. 1995. *Diffusion of Innovations*. 4th ed., The Free Press. New York

Rowland, J. 1997. *Questioning Empowerment*. Oxford University Press. Oxford.

Saputra, D. 2001. *Single White E-mail Fenomena Perempuan Abad Millenium?* Jurnal Perempuan 18.2001. Yayasan Jurnal Perempuan. Jakarta

Spears, R. & Lea, M. 1992. *Social influence and the influence of the 'social' in computer-mediated communication*. In M. Lea (Ed.) *Contexts of Computer-Mediated Communication*. (pp. 30–65). Harvester-Wheatsheaf. London.

Thurlow, C. 2004. *Computer Mediated Communication*. SAGE. London.

Triastuti, E,C. 2013. *Technopobia dan Internet Efficacy Scale (Tingkat Keyakinan Diri Terhadap Kemampuan Mengaplikasikan Internet): Studi Blogger Indonesia*. Jurnal Perempuan 28. Yayasan Jurnal Perempuan. Jakarta.

UNESCO. 2018. *Journalism, Fake News and Disinformation*. UNESCO. Paris.

Yin, Robert K. 1994. *Case Study Research*. Sage Publications. London.

Yunus, H. 2010. *Metode Penelitian Wilayah Kontemporer*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.