See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/341930116>

Peningkatan Pengetahuan Antihoaks bagi Komunitas Wanita Wirausaha “Womanwill Indonesia” Wilayah Denpasar

Conference Paper · October 2019

CITATIONS

0

3 authors, including:

Aurelius Teluma

University of Mataram

12 PUBLICATIONS 0 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)

Shinta Desiyana Fajarica

University of Mataram

6 PUBLICATIONS 0 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:

PKM-M Lolos Dikti 2018 [View project](#)

Semnaskom Unram

2019

Prosiding
Vol 1 No 1

Komunikasi Digital menuju Masyarakat Mandiri

📍 Hotel Golden Palace Lombok | 17-18 Oktober 2019

e-ISSN : 2714-6731

ISBN : 978-623-91977-0-4

ISBN 978-623-91977-0-4

Prosiding

Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat 2019

"Komunikasi Digital Menuju Masyarakat Mandiri"

Mataram, Lombok 17 Oktober 2019

Penerbit :

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mataram

2019

Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat 2019
Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mataram

(2019: Mataram)

Panitia Pelaksana

Pengarah : Prof Dr H Lalu Husni, SH, M.Hum
Penanggung Jawab : Dr. Ir. Agus Purbathin Hadi, M.Si
Steering Committee & Reviewer : Ir. I Wayan Suadnya, M.Agr.Sc, PhD
Dian Lestari Miharja, SP, MA
Dr. Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si
Muhammad Ali, S.Pt, M.Si, PhD
Organizing Committee : Siti Chotijah, S.IP, MA
Sie Acara : Yulanda Trisula Sidharta Y, S.Ikom, M.Ikom
Shinta Desiyana F, S.IP, M.Si
LO Invited Speaker : Hartin Nur Khusnia, S.IP, MA
Tenri Waru, S.Sos, M.Ikom
Sie Akomodasi : Diah Indiyati, S.Sos, M.Si
Baiq Vira Safitri, S.Ikom, M.Ikom
Sie Administrasi dan Keuangan : Muhlis, S.Sos.I, MA
Yanti Ningsih, SP
Sie Website & Submission Management: Diah Indiyati, S.Sos, M.Si
M Jamiludin Nur, S.Pd, M.Si
Publikasi & Prosiding : Aurelius RL Teluma, S.S, M.A
LO Mahasiswa : Gemuh Surya Wahyudi, S.Ikom, M.Ikom
Peralatan : Eka Putri Paramita, SP, MA
Post conference trip : Novita Maulida, S.Sos, M.Si
Editor : Diah Indiyati, S.Sos, M.Si
Aurelius RF Teluma, SS, MA
Desain sampul dan Layout : Aurelius RL Teluma, SS, MA
Penerbit : Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Mataram
Redaksi :
Gedung Soebiyanto Universitas Mataram
Jl Majapahit No 62 Mataram
Email : semnaskom@unram.ac.id
Telepon : 0370 784 2165
Cetakan pertama, Oktober 2019
Hak cipta dilindungi undang-undang.
Dilarang memperbanyak karya tulis ini untuk keperluan komersial tanpa seizin penerbit.

DAFTAR ISI

Topik1. Ekonomi Kreatif dan Pemberdayaan Masyarakat

Pelatihan Teknik Perakitan dan Pemrograman Robot *Lego Mindstorm* bagi Siswa dan Guru pada Dua Madrasah Aliyah di Bengkulu Tengah

Swadexi Istiqphara, Morina Adfa, Salprima Yudha S

Pengembangan Pupuk dari Ampas Kopi di Banda Aceh

Aliasuddin, Mirza Tabrani, Nanda Rahmi

Pengelolaan Resiko oleh Usaha Kecil dan Menengah di Daerah Terpencil (Study Kasus Usaha Kecil dan Menengah di Pulau Pari)

Andriati Fitriningrum, Willy Setyadi

Pengolahan Kelapa Menjadi Keripik Kelapa Di Desa Bentek, Kecamatan Gangga, Kabupaten Lombok Utara

Fatmah Hariani, Kadek Bunga Dinda Tamara Putri, Andi Firmansyah Kaplale, Fauzah Andriani, Mianum Anasusanti, Ahmad Zarkasi, Afronuis Nanto, Sahdani, Muhamad Zulfiqri Syahmat, Yulanda Trisula Sidarta Yohanes

Pengenalan Bidang Komunikasi dan Komunikasi Lingkungan di SDN 02 Pulau Pramuka, Kepulauan Seribu

Martriana PS

Penguatan Nilai Produk *Home Industry* Menuju Kesejahteraan Masyarakat Desa Suradadi Terara Lombok Timur

Muhammad Zainul Majdi, Baiq Yuliana Rizkiwati, Rasyid Hardi Wirasasmita

Pemberdayaan Petani Jagung Lahan Kering Melalui Peningkatan Akses Terhadap Modal dan Input Produksi Untuk Meningkatkan Produksi Dan Pendapatan Di Nusa Tenggara Barat.

I Wayan Suadnya, I Komang Damar Jaya, Rosmilawati, Sudirman, I Wayan Sudika

Peningkatan *Brand Awariness* Kampoeng Rajoet di Wilayah Binong Jati Kota Bandung Melalui Pelatihan *Digital Marketing*

Rah Utami Nugrahani, Lintang Corina Damayanti

Model Pendampingan untuk Pengembangan Usaha Kuliner Jatinangor

Wa Ode Zusnita Muizu, Umi Kaltum, Alamsyah Yahya Nugraha

Pelatihan *Digitaling Product* pada UMKM Desa Wiyoro, Kecamatan Ngadirojo, Kabupaten Pacitan

Mohammad Insan Romadhan, Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana

Promosi Digital sebagai Upaya Penguatan Manajemen Pemasaran Batik di Kampung Gedong Kota Semarang

Lintang Ratri Rahmiaji, Hapsari Sulistyani, Turnomo Rahardjo

Peningkatan Pengetahuan Antihoaks bagi Komunitas Wanita Wirausaha "Womanwill Indonesia" Wilayah Denpasar

Aurelius R.L. Teluma, Shinta Desiyana Fajarica, Novita Maulida

Topik 2. Media Baru dan Multikulturalisme

Pelatihan *Soft Skill* Komunikasi Bagi Calon Sarjana Universitas Sumatera Utara

Mazdalifah, Fatma Wardy Lubis, Munzaimah Masril

Literasi Media Sosial bagi Millenials dalam Mempromosikan Pariwisata Lombok Pasca Gempa Agustus 2018

Siti Chotijah

Pelatihan Menulis Konten Media *Online* pada Pelaku UMKM Desa Galengdowo, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang

Bagus Cahyo, Shah Adhi Pradana, Mohammad Insan Romadhan

Penguatan Relasi Kerukunan Antarumat Beragama Dalam Perspektif Dialog Multikultural di Kota Mataram

Arif Nasrullah, Siti Nurjannah, Dwi Setiawan Chaniago, Ika Wijayanti

Peningkatan Pemahaman Etika Bermedia Sosial Bagi Siswa SMK 1 Lingsar, Lombok Barat, Nusa Tenggara Barat

Muhlis, Hartin Nur Khusnia, Siti Chotijah, Diyah Indiyati, Eka Putri Paramita.

Peningkatan Partisipasi Remaja Dalam Komunikasi Publik Melalui Praktik *Citizen Journalism* Berbasis Media Sosial

Eka Putri Paramita, I Wayan Suadnya, Siti Chotijah, Aurelius R.L Teluma, Dian Lestari Miharja

Sosialisasi Harmoni Sosial Melalui Pendidikan Karakter "Tepo Seliro" Kepada Siswa SD di Kabupaten Brebes

Lintang Ratri Rahmiaji, Hapsari Sulistyani, Turnomo Rahardjo

Psikoedukasi Dampak *Body Shaming* pada Remaja

Sumi Lestari

PKM Peningkatan Kompetensi Terapis dalam Mengembangkan Media Terapi Sensori Integrasi bagi Anak Berkebutuhan Khusus

Muhaimin Hasanudin, Indrianto, Dadan Ramdhani

Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Alternatif dalam Penyajian Informasi Pendidikan bagi Siswa SMA

Eka Putri Paramita, I Wayan Suadnya, Siti Chotijah, Hartin Nur Khusnia, Muhlis

Topik 3. Pariwisata Berkelanjutan

Pemberdayaan dengan Mengintegrasikan Alam dan Budaya Lokal Untuk *Recovery* Wisata Pasca Gempa

Solikatun, Ika Wijayanti, Maya Atri Komalasari, Khalifatul Syuhada

Penguatan Peran dan Strategi Calon Aparatur Pemerintah Daerah NTB dalam Kerjasama Internasional untuk Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan

Syaiful Anam

Pengenalan dan Pelatihan Pembuatan Film Pendek pada Komunitas Rumah Singgah “Hikmah Zam Zam” Banjarmasin Tentang Kearifan Lokal Kalimantan Selatan sebagai Komunikasi Pariwisata

Marhaeni Fajar Kurniawati, Ahmad Holi

***Workshop* Diplomasi Maritim Memanfaatkan Posisi Strategis Indonesia dalam Jalur Perdagangan Dunia: Meninjau Selat Lombok-Selat Makassar**

Ismah Rustam, Syaiful Anam, Zulkarnain, Y.A.Wahyuddin

Krisis Lahan Tani Sebagai Usaha Sadar Ekologi Sejak Dini pada Siswa SDN Ranupani

Intan Rahmawati, Lusy Asa Akhrani

Analisis Pengembangan Wisata Syariah Berbasis Budaya Lokal Madura

Bani Eka Dartiningsih

Relasi Ulama, Pemerintah, dan Masyarakat dalam Pengembangan Destinasi Wisata di Madura

Dewi Quraisyin

Pengembangan Desa Wisata Edukatif Berbasis Budidaya Ikan Hias di Dusun Kadisoro, Gilangharjo, Pandak, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta

Suswanta, Muhammad Eko Atmojo, Sakir

Tema 4. Penguatan Komunitas dan Penanggulangan Bencana

Pelatihan Strategi Komunikasi Efektif untuk Implementasi *Parenting* pada Orang Tua Wali Siswa Taman Kanak-Kanak di Sleman

Chatia Hastasari

Pelatihan dan Pendampingan Jurnalistik Dasar bagi Pengelola Sistem Informasi Desa (SID) di Kabupaten Lombok Timur

Agus Purbathin Hadi, Dian Lestari Miharja, Diyah Indiyati

Peningkatan *Eco Awareness* melalui Edukasi pada Warga Desa Ranu Pani untuk Memperkuat Pemahaman pada Ancaman Bencana Alam

Lusy Asa Akhrani, Sukma Nurmala

***Workshop* Akuisisi Saham PT Newmont Nusa Tenggara (PT NNT) oleh Amman Mineral Nusa Tenggara (PT AMNT)**

L. Puttrawandi Karjaya, Khairur Rizki, Muhammad Sood

Pendidikan Politik Pembangunan: Telaah Rezim *Sustainable Development Goals (SDGs)* pada Calon Aparatur Pemerintah Daerah (Institut Pemerintahan Dalam Negeri

Alfian Hidayat, Purnami Safitri

Kepemimpinan Perempuan Kepala Daerah

Sa'diyah El Adawiyah

Peran Humas Pemerintah Dalam Sosialisasi Program Pencegahan Kebakaran Pada Dinas Kebakaran Jakarta Selatan

Evi Satispi, Fal. Harmonis, Urip Budi Santoso

Pola Komunikasi untuk Penanggulangan Bencana pada Fase Mitigasi Bencana

Fatma Wardy Lubis, Mazdalifah, Raras Sutatminingsih

***Smart Journalism* untuk Ketahanan Sosial Masyarakat Suku Tengger dalam Menghadapi Erupsi Gunung Bromo**

Farianna Prabandari, Febri Handoyo

Haruskah Aku Pindah?: Keterikatan Terhadap Tempat Pada Korban Banjir dan Tanah Longsor di Bandungrejosari Malang

Ika Herani

Soliditas Kearifan Lokal Suku Sasak Sembalun Lawang dalam Mitigasi Bencana

Ika Wijayanti, Azhari Evendi, Solikatun, Arif Nasrullah

Peran Film Pendek dalam Komunikasi Tanggap Bencana

Diyah Indiyati

Pelatihan Menulis Kreatif Cerita Anak Berperspektif Ekokritik dan Mitigasi bagi Guru Sekolah Dasar Muhammadiyah di Sidoarjo Guna Mengenalkan Ekoliterasi di Sekolah Dasar

Ari Setyorini, Masulah

Peningkatan Pengetahuan Antihoaks bagi Komunitas Wanita

Wirausaha “Womanwill Indonesia” Wilayah Denpasar

Aurelius R.L. Teluma¹, Shinta Desiyana Fajarica², Novita Maulida³

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mataram

aureliusteluma@unram.ac.id

Abstrak

Berita bohong atau hoaks berdampak buruk pada ekosistem wirausaha baik berskala mikro maupun makro. Hal ini terkait erat dengan pentingnya kebenaran dan akurasi informasi sebagai basis pengambilan sebuah keputusan bisnis. Karena itu, penting bagi setiap pelaku usaha yang menghadirkan bisnisnya dalam dunia digital untuk memiliki pengetahuan tentang karakteristik hoaks dan langkah-langkah memerangnya. Untuk itu, telah diadakan kegiatan pelatihan dalam rangka meningkatkan pengetahuan pemilik usaha kecil dan menengah yang hendak dan telah memasarkan barang dan jasanya secara daring pada bulan Maret – April 2019 di Denpasar, Bali. Kelompok masyarakat sasaran kegiatan ini adalah para wanita pemilik usaha yang bergabung dalam komunitas Womanwill Indonesia wilayah Denpasar. Pendekatan pelaksanaan kegiatan berupa pelatihan dengan metode ceramah, diskusi dan role play. Hasil pengamatan dan wawancara pasca pelatihan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan terkait karakteristik, faktor penyebab dan cara penyebaran hoaks, serta langkah-langkah memerangi hoaks atau berita bohong di berbagai platform internet.

Kata kunci: *Pengetahuan antihoaks, wanita wirausaha, Womanwill Indonesia*

Pendahuluan

Ini adalah era digitalisasi berbagai bisnis baik skala kecil, menengah apalagi besar. Berbagai peluang dan kemudahan oleh kehadiran Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) modern berbasis internet telah menggerakkan setiap pelaku usaha untuk memasukkan informasi bisnis mereka bahkan melakukan transaksi jual-beli secara daring. Istilah dan jenis bisnis yang disebut *e-commerce* dan Ekonomi Digital kini menjadi sesuatu yang populer dan lumrah.

Secara faktual, berdasarkan proyeksi Frost & Sullivan, pasar *e-commerce* Indonesia diperkirakan tumbuh pesat 31% per tahun, menembus US\$ 3,8 miliar pada 2019 (dalam Chandra, 2019). Laju pertumbuhannya jauh di atas pasar *e-commerce* Asia Pasifik yang diperkirakan rata-rata hanya 26% per tahun, atau mencapai US\$ 79 miliar pada 2020.

Diperkirakan, dalam lima tahun ke depan industri *e-commerce* Indonesia akan tumbuh dengan nilai ekonomi sekitar US\$ 15 miliar, dan pada 2025 bisa menembus US\$ 80 miliar.

Menurut Chandra (2019), semakin agresifnya ekspansi perusahaan *e-commerce* tentu memiliki landasan ekonomi riil yang jelas. Selain geliat *e-commerce* pada khususnya, dan ekonomi digital pada umumnya yang potensi pasarnya semakin tak terbatas alias *borderless*, watak konsumen di Indonesia dan Asia Pasifik pun sudah sangat mendukung berkembangnya pasar digital. Pelaku bisa menjual barang dan jasa dari perusahaan mana saja, tanpa *market place*. Walhasil, ceruk *market* yang satu ini kian kompetitif, semakin banyak pemain lokal dan global yang berebut kue dan berjibaku menarik kepercayaan konsumen dengan berbagai terobosan dan kekuatan yang berbeda.

Selain semakin akrab di telinga para pelaku usaha, dan proyeksi kedepan yang optimistis, digitalisasi ekonomi terus dikembangkan bahkan secara cepat dan massif baik oleh pihak swasta maupun pemerintah. Bulan Juli 2019, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) melalui Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika menyelenggarakan program bernama Fasilitas UMKM Go Online yang memfasilitasi *marketplace* dan platform dompet digital dengan para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam rangka pemerataan akses pasar melalui digital untuk meningkatkan ekonomi kerakyatan (teknologi.bisnis.com, 2019). Melalui program tersebut, diharapkan para pelaku UMKM saat ini memiliki dua kios, yakni kios tradisional di pasar dan kios di dunia internet. Program tersebut dijalankan dengan beberapa strategi, seperti melalui pelatihan para pandu digital, pendampingan proses *on-boarding* UMKM Go Online, serta pembinaan lanjutan.

Dari pihak swasta, terdapat begitu banyak program peningkatan kapasitas melek digital para pelaku usaha maupun para konsumen yang diinisiasi oleh korporasi-korporasi besar berbasis ekonomi digital baik melalui program CSR maupun lainnya. Tentu saja berbagai langkah tersebut bertujuan pula untuk menopang aktivitas bisnis korporasi-korporasi tersebut. Sebagai contoh, megakorporasi transnasional Google memiliki begitu banyak upaya literasi digital dengan karakter *digital economy-oriented*.

Google Indonesia memiliki dua platform pelatihan yang terkenal yaitu Gapura Digital dan Womanwill Indonesia yang mulai terlaksana sejak tahun 2015. Paket kegiatan Gapura Digital merupakan pelatihan keterampilan digital dengan memanfaatkan aneka fitur Google Bisnis yang diperuntukkan bagi semua pemilik usaha kecil dan menengah. Sedangkan paket pelatihan Womanwill hanya diperuntukkan bagi wanita wirausaha atau wanita pemilik usaha mikro, kecil dan menengah. Saat ini, Womanwill sudah hadir di 14 kota besar di Indonesia, yaitu Jakarta, Surabaya, Bandung, Palembang, Yogyakarta, Makassar, Malang, Padang, Pontianak, Semarang, Denpasar, dan Mataram (<https://www.womenwill.com/indonesia/?hl=id>). .

Sejak tahun 2015, secara total Google Indonesia telah melatih lebih dari 1 juta UKM melalui kombinasi antara pelatihan langsung dan program pelatihan digital, seperti Gapura Digital dan Womanwill. Google memiliki modul yang cukup lengkap sebagai ilmu dasar untuk berbisnis, seperti "Kisah Sukses dan Tips Mengelola Usaha Untuk Pengusaha Wanita", "Melatih Kemampuan Berkomunikasi", "Manfaat e-Mail dan Kalender Untuk Usahamu", "Pentingnya Pemasaran Melalui Digital", "Media Sosial Untuk Usaha Anda" dan "Kembangkan Bisnis Anda dengan Google Bisnisku".

Di tengah gencarnya berbagai pelatihan dan pendidikan berkaitan dengan digitalisasi bisnis tersebut, satu persoalan serius yang harus diatasi secara terencana, multidimensi dan

komprehensif adalah pembuatan dan penyebaran hoaks atau berita bohong di jagat internet secara massif dan sistematis.

Survei yang dilakukan oleh Masyarakat Telekomunikasi (Mastel) Indonesia yang dirilis pada bulan April 2019 mengungkapkan bahwa 34,6% responden masyarakat Indonesia menerima hoaks setiap hari (Mastel, 2019). Bahkan dari jumlah tersebut 14,7% responden mendapat informasi palsu lebih dari sekali dalam sehari. Dengan jumlah penduduk Indonesia yang mencapai lebih dari 260-an juta jiwa serta dari 140-an juta merupakan pengguna internet aktif, maka persentase penerima hoaks setiap hari tersebut termasuk suatu jumlah yang besar.

Fakta semacam ini tentu saja menjadi salah satu hambatan besar bagi perkembangan ekonomi digital di Indonesia apalagi bagi para pelaku UMKM yang mulai dan baru saja memasukkan profil usaha mereka di internet. Salah satu pelaku bisnis online tersebut adalah para wanita pemilik usaha yang bergabung dalam komunitas Womanwill Indonesia. Untuk itu, kegiatan ini dilakukan dalam rangka membantu para pelaku usaha tersebut untuk memiliki pengetahuan yang cukup berkaitan dengan hoaks dan cara mengantisipasinya.

Metode

Pendekatan utama pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan antihoaks bagi komunitas Womanwill atau wanita pemilik usaha kecil dan menengah wilayah Denpasar Bali adalah Pendidikan Orang Dewasa (POD) (Widodo, dkk, 2018). Selain usia yang telah dewasa hingga tua, anggota komunitas Womanwill Bali merupakan kumpulan orang dewasa yang memiliki tekad besar dan pengalaman dalam berwira usaha. Karena itu, pelatihan dapat dilakukan dengan memberdayakan potensi yang ada dalam diri anggota komunitas.

Secara praktis, metode pelatihan yang digunakan adalah kombinasi metode ceramah dan bermain peran atau *role play*. Ceramah dilaksanakan untuk memberikan informasi atau pengetahuan bagi peserta sekaligus menghimpun pendapat atau pengalaman dari para peserta. Sedangkan *role play* bertujuan ‘menghadirkan’ peran-peran yang ada dalam dunia nyata ke dalam suatu ‘pertunjukan peran’ di dalam kelas atau pertemuan untuk mendukung refleksi peserta dalam membangun niat dan aksi nyata. Selain itu, untuk mengetahui gambaran pengetahuan dan perubahan pengetahuan, maka kepada peserta diberikan angket pada awal pelatihan serta kuis atau praktik analisis pada akhir pelatihan. Secara singkat, metode dan tahapan pelaksanaan kegiatan pelatihan ditunjukkan dalam Bagan 1.

Bagan 1. Metode & Prosedur Pelatihan Antihoaks Womanwill Denpasar Tahun 2019

Hasil dan *Output*

Deskripsi Umum Kegiatan

Kegiatan pelatihan peningkatan pengetahuan tentang hoaks dan antihoaks bagi anggota komunitas Womanwill Denpasar dilaksanakan pada Sabtu, 3 Maret 2019 yang bertempat di Grand Mirah Boutique Hotel, kota Denpasar, Bali. Secara keseluruhan, kegiatan digitalisasi bisnis bagi komunitas Womanwill dilaksanakan sejak pukul 08.00 hingga pukul 16.00 WITA. Namun khusus pengenalan dan pelatihan peningkatan pengetahuan dan keterampilan antihoaks dialokasikan waktu 2 jam yakni pukul 11.00 – 13.00 WITA.

Jumlah peserta yang menghadiri kegiatan tersebut adalah 80 wanita pemilik usaha kecil dan menengah yang bergabung dalam komunitas Womanwill Denpasar. Komposisi peserta terlihat dalam Grafik 1.

Grafik 1. Komposisi peserta berdasarkan umur

Materi & Pelaksanaan Kegiatan

Materi yang disampaikan dalam sesi ceramah berkaitan dengan pemaparan data terkini tentang profil pengguna dan penggunaan internet di Indonesia, data terkait jumlah, jenis dan media penyebarluasan hoaks, pengertian dan jenis-jenis hoaks, latar belakang kehadiran hoaks, pengenalan ciri-ciri hoaks, dan pengenalan beberapa *tools* dalam google serta aplikasi internet lain yang dapat digunakan untuk mengenali serta melaporkan hoaks.

Agar lebih mudah terinternalisasi dan kontekstual maka dilakukan juga diskusi dan sharing pengalaman di tengah ceramah. Langkah tersebut terlihat berhasil melahirkan beberapa pertanyaan orisinil dan konkrit dari peserta terkait pengalaman mereka menerima terpaan hoaks serta kesulitan-kesulitan praktis dan kultural dalam melawan berita-berita bohong tersebut. Dua gambar dalam Gambar 1 berikut ini memperlihatkan pelaksanaan sesi ceramah dan diskusi.

Gambar 1. Ceramah & Diskusi tentang ciri dan jenis Hoaks
(Sumber: Dokumentasi penulis)

Bagian kedua pelaksanaan kegiatan adalah melakukan *role play* yang menggambarkan peristiwa ketika peserta menerima kabar bohong atau hoaks baik dari teman maupun keluarga sendiri, serta dari topik kesehatan, bencana alam hingga informasi bisnis. Pada pelaksanaan kegiatan tersebut, terdapat tiga cerita rekaan yang diperankan. Sebagai contoh, berikut ini adalah salah satu kisah rekaan yang dimainkan peserta:

*Kelompok 3: Anda menjual gado-gado, suatu hari di kolom komen postingan anda di facebook, seseorang memposting gambar kecoa besar dalam gado-gado dan berkata bahwa gambar itu diambil orang tersebut setelah membeli gado-gado dari tempat anda. Anda tahu gambar itu sebenarnya diambil dari internet dan merupakan manipulasi gambar. **Bagaimana anda akan bertindak?***

Para peserta dibagi kedalam 6 kelompok besar lalu masing-masing kelompok melakukan *role play* sesuai cerita. Gambar 2 memperlihatkan gambaran pelaksanaan *role play* salah satu kelompok.

Gambar 2. Penampilan *role play* salah satu kelompok
(Sumber: Dokumentasi Penulis_

Pada akhir pelatihan, peserta diminta untuk mengerjakan satu bentuk kuis sederhana sebagai praktik membedakan hoaks vs bukan hoaks. Selain itu, peserta juga diminta menuliskan niat atau tekad pada selembar kertas kecil dan ditempelkan pada papan yang telah disediakan. Kegiatan akhir tersebut terlihat pada Gambar 3 dan Gambar 4.

Gambar 3. Contoh Kuis Hoaks vs Bukan Hoaks

Gambar 4. Niat Peserta yang Tertempel

Hasil & Refleksi Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan anggota komunitas Womanwill Wilayah Denpasar pada tanggal 3 Maret 2019 dapat dikatakan berhasil. Hal ini ditunjukkan oleh dua indikator.

Pertama, partisipasi aktif semua peserta dalam seluruh kegiatan yang telah direncanakan. Peserta terlihat dengan aktif melibatkan diri dalam kegiatan yang ditunjukkan dengan sikap bersedia berbagi pengalaman, berdiskusi, bertanya dan terutama melakukan *role play* sesuai scenario yang telah disusun. Secara khusus, pada bagian *role play*, improvisasi peserta yang mendukung skenario baik melalui gerak tubuh maupun dialog tambahan.

Kedua, hasil latihan soal atau kuis sejumlah 5 nomor untuk praktikum membedakan hoaks vs bukan hoaks. Terdapat 5 soal kuis yang diberikan kepada peserta. Rerata perolehan peserta yang dengan benar membedakan hoaks dari bukan hoaks adalah 82,9 % dan yang salah mengidentifikasi adalah 17,1%. Perbandingan rerata jawaban yang benar vs jawaban yang salah tersebut dapat menunjukkan bahwa pengetahuan anggota komunitas Womanwill Denpasar tentang hoaks atau berita bohong di internet tergolong tinggi (baca: meningkat).

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Mbak Astari Yanuarti dan rekan-rekan anggota REDAXI (Relawan Edukasi Anti Hoax Indonesia) dan PIC Google Indonesia Wilayah Denpasar, Mas Unggul, untuk kesempatan belajar dan mengabdikan ini.

Daftar Pustaka

Chandra, N. (2019). Digitalisasi Pasar UMKM. Opini. Diakses dari <https://news.detik.com/kolom/d-3979754/digitalisasi-pasar-umkm>. Tanggal 4 Oktober 2019.

Mastel Indonesia. (2019). Hasil Survey Wabah Hoax Nasional. Diakses dari <https://mastel.id/hasil-survey-wabah-hoax-nasional-2019/>, 20 Agustus 2019.

Widodo, A.S., Safriyani, H., & Sutrisno. (2018). *Modul Pelatihan: Teknik Fasilitasi dalam Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta: LPPM Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Widodo, E. Kabar bohong merusak ekonomi? Bagaimana pelaku ekonomi merespons informasi yang tidak akurat. Opini. Diakses dari <https://theconversation.com/kabar-bohong-merusak-ekonomi-bagaimana-pelaku-ekonomi-merespons-informasi-yang-tidak-akurat-105669>. Tanggal 4 Oktober 2019.

<https://teknologi.bisnis.com/read/20190701/84/1118537/kemenkominfo-fasilitasi-marketplace-digital-umkm>