

Pola Filter Informasi dari Media Sosial pada Ibu Rumah Tangga

Iky Putri Aristhya¹, Dian Marhaeni Kurdaningsih²

^{1,2}Ilmu Komunikasi, FBIK, Unissula

¹iky.putri@unissula.ac.id, ²marhaeni@unissula.ac.id

Abstract

This training program to filter hoax news intends to provide new knowledge for housewives so that they do not easily take information for granted. During the covid-19 pandemic, forcing housewives with various backgrounds to use the Whatsapp Messenger Application. Both for the benefit of socialization in neighboring life and for the purposes of children's school activities. The method in this community service program uses the Seminar and Focus Group Discussion (FGD) method. After participants understand various types of hoax news. Participants were given examples of cases of several incoming messages via whatsapp, which were perverted messages. As for the results of this training, it refers to two formulations. First, participants still need someone else to determine whether the message is misleading or not. The presence of other people (peer groups) is still very necessary in everyday life, to have discussions and provide a different point of view from oneself. Second, participants still feel confident if they have a Community Leader who is used as a reference to ask questions. This community leader is also an Opinion Leader in sharing issues. The filter pattern that occurs is filtering at 2 (two) stages. After receiving the message, it will ask true or false. After there is a conclusion, proceed to the second stage, selecting, important or not.

Keywords : *Whatsapp, Housewife, Hoax, Information literacy*

Abstraksi

Program Pelatihan menyaring berita hoaks ini bermaksud untuk memberikan pengetahuan baru bagi ibu rumah tangga agar tidak mudah menerima informasi begitu saja. Masa pandemi covid-19, memaksa ibu rumah tangga dengan dengan berbagai latar belakang untuk menggunakan Aplikasi Messenger Whatsapp. Baik untuk kepentingan sosialisasi dalam kehidupan pertetangga maupun untuk keperluan kegiatan sekolah anak-anak. Metode dalam program pengabdian kepada masyarakat ini, menggunakan metode Seminar dan *Focus Grup Discussion (FGD)*. Setelah peserta memahami berbagai jenis berita hoaks. Peserta diberikan contoh kasus beberapa pesan masuk via *whatsapp*, yang merupakan pesan-pesan sesat. Adapun hasil dari pelatihan ini, merujuk pada dua rumusan. Pertama, peserta masih memerlukan orang lain untuk menentukan pesan tersebut apakah pesan yang menyesatkan atau tidak. Kehadiran orang lain (*peer group*) masih sangat diperlukan dalam kehidupan keseharian, untuk melakukan diskusi dan memberikan sudut pandang yang berbeda dari diri sendiri. Kedua, Peserta tetap baru merasa yakin jika mempunyai Tokoh Masyarakat yang dijadikan acuan untuk bertanya. Tokoh masyarakat ini juga menjadi *Opinion Leader* dalam berbagi isu. Pola filter yang terjadi adalah penyaringan pada 2 (dua) tahap. Setelah menerima pesan, akan bertanya benar atau salah. Setelah terdapat kesimpulan, lanjut pada tahap kedua, menyeleksi, penting atau tidak.

Kata kunci : *Whatsapp, Ibu Rumah Tangga, Hoax, Literasi Informasi*

1. Pendahuluan

Pandemi Covid-19 menggiring banyak ibu rumah tangga menggunakan *smartphone* untuk kebutuhan pendampingan anak sekolah. Tidak hanya sekedar pendampingan, namun terpaksa untuk ikut mengenal dan menggunakan fitur-fitur dalam *smartphone* dengan intens. Dalam waktu singkat ibu-ibu yang awalnya hanya menggunakan fitur telepon dan *short message service (sms)*, harus terampil menggunakan aplikasi messenger whatsapp, dan berlanjut pada *google classroom*, *google meet* hingga *zoom*.

Dari beberapa jenis media sosial, platform aplikasi messenger *Whatsapp* menempati pengguna paling tinggi di Indonesia, dibandingkan dengan platform aplikasi messenger lainnya. Data dari Techcrunch dalam dihipunk oleh databoks.katadata [1] menjelaskan bahwa pengguna aktif bulanan *whatsapp* mencapai 2 milyar pada 2020, sedangkan aplikasi serupa yang menduduki peringkat kedua adalah Telegram dengan 525 juta pengguna. Jika kita bandingkan dengan Jumlah penduduk di Indonesia sebanyak 270 Juta Jiwa, berarti rata-rata setiap penduduk di Indonesia bisa mempunyai akun di *Whatsapp*, sekitar 4 akun. Angka yang cukup fantastis. Tidak hanya itu, aplikasi Messenger *Whatsapp*, menempati posisi tertinggi penggunaan di Indonesia. Bahkan, menurut Clair Deevy, Direktur Kebijakan Layanan *Whatsapp* untuk Asia Pasifik, pengguna *whatsapp* di Indonesia merupakan pengguna terbesar di dunia [2].

Keadaan pembatasan pertemuan tatap muka yang berlangsung cukup lama tentunya mengganggu kebutuhan dasar manusia tentang bersosialisasi. Terlebih ibu-ibu rumah tangga, sebagai makhluk sosial, yang keseharian membutuhkan interaksi dengan tetangga, penjual sayuran, penjual kebutuhan rumah tangga hingga penataan rukun tetangga. Pembatasan keluar rumah pun berganti kepada pertemuan melalui media. *Whatsapp* sebagai sarana yang paling mudah untuk digunakan dan beradaptasi. Interaksi melalui *whatsapp* pun semakin intens dengan komplikasi pertemuan melalui media sosial facebook dan instagram. Banyaknya channel sosialisasi ini, semakin memperluas interaksi. Mulai dari keluarga, tetangga, kawan di masa lampau, hingga terbentuknya berbagai macam grup di aplikasi messenger *whatsapp*.

Perkembangan kebutuhan ini pun, membuat *whatsapp* berkembang menjadi media sosial, dengan hadirnya fitur status, hingga fitur komunitas.

Gagap Teknologi pun berangsur terurai karena situasi keterpaksaan ini. Masyarakat mulai mencari berbagai informasi tentang Covid-19, Mulai jenis apa, darimana, bagaimana proses penyebarannya, efeknya dan masih banyak lagi. Berbagai instansi, baik pemerintah maupun swasta memberikan informasi

dengan cepat dan banyak dalam waktu singkat, melalui berbagai saluran. Kondisi ini pun, membuat masyarakat terterpa banyak informasi, mulai yang termasuk hoaks, negatif informasi hingga yang valid.

Hoaks sebelum masa pandemi covid mulai merebak jelang Pilpres 2019. Saat itu banyak hoaks tersebar, untuk mengecek segala kebenaran yang terjadi di masyarakat. Masyarakat menjadi ragu terhadap kebenaran yang ada. Belum lagi, kurangnya filter di masyarakat, sehingga arus informasi saat itu benar-benar tak terbendung, susah dikenali benar dan salahnya.

Ibu rumah tangga yang merupakan entitas terbesar di Indonesia, juga mau tidak mau terpapar berbagai informasi dari berbagai sumber. Mulai televisi, aplikasi messenger, media sosial, koran, perbincangan *offline*, hingga kabar-kabar yang dibawa oleh anggota keluarga. Sehingga saat ini, banyak sumber yang bertindak sebagai komunikator.

Dari sudut pandang budaya Indonesia, budaya patriarki, sejatinya juga berpengaruh dalam bersikap dan mengambil keputusan. Informasi yang dibawa oleh Ayah ataupun laki-laki dewasa, seringkali dianggap sebagai informasi yang pantas untuk dijadikan acuan. Budaya patriarki menempatkan laki-laki dewasa pada posisi sentral, dan perempuan sebagai pendamping. Keseharian perempuan yang berada di rumah seringkali menjadi alasan perempuan tidak banyak mengetahui tentang apa-apa yang terjadi di dunia luar. Saluran yang cukup banyak ini dapat membebani pikiran seseorang bahkan *overload* informasi. Terlebih, dari sisi psikologis, perempuan lebih emosional ketimbang laki-laki dalam bersikap.

Gagasan tentang patriarki yang dijelaskan Walby [10] adalah “sebuah sistem struktur sosial dan praktik-praktik, dimana laki-laki mendominasi, menindas dan mengeksploitasi perempuan. Dalam konteks kemandirian memahami dan menyaring informasi, bisa jadi perempuan di Indonesia menyandarkan kebenaran berita tersebut pada laki-laki.

Tujuan program pengabdian masyarakat ini adalah untuk membantu para ibu rumah tangga dalam menyaring berbagai ilmu yang beredar di masyarakat ataupun media sosial. Agar meminimalisir kejahatan yang terjadi melalui *smartphone*, baik informasi melalui *whatsapp*, maupun media sosial lainnya. Pengabdian masyarakat ini berfokus pada ibu-ibu rumah tangga dengan latar belakang pendidikan sekolah menengah, baik SMP maupun SMA. Lulusan pendidikan menengah ini, mempunyai jumlah yang cukup banyak di Indonesia. Lulusan pendidikan menengah dirasa cukup mampu memberikan *feedback* kepada lingkungan sekitarnya.

Lokasi dalam pengabdian masyarakat ini mengambil lokasi di Kelurahan Peterongan, Kota Semarang. Karena dari sisi letak geografis termasuk dalam wilayah pusat Kota Semarang. Pusat kota, seharusnya mampu memberikan akses informasi yang cepat dibandingkan daerah pinggiran lainnya. Namun, ketimpangan dalam hal budaya sering terjadi karena terkait faktor ekonomi, latar belakang pendidikan dan psikografis.

Permasalahan yang sering terjadi pada ibu-ibu rumah tangga adalah kecepatan dalam membagikan informasi yang ia terima dan menerima mentah-mentah informasi yang masuk tanpa proses penyaringan terlebih dahulu. Melalui pelatihan ini, peserta diharapkan mampu : bersikap kritis terhadap informasi yang masuk, juga menahan diri untuk membagikan informasi tersebut kepada koleganya.

2. Metode Pengabdian Masyarakat

Pelaksanaan pengabdian ini dilakukan di Kelurahan Peterongan, Kecamatan Semarang Selatan, Kota Semarang. Partisipan utama dalam pengabdian ini adalah ibu-ibu rumah tangga dengan latar pendidikan sekolah menengah, baik SMP maupun SMA. Hasil karakter pendidikan menengah di Indonesia adalah mampu bekerja sama dengan lingkungan sekitarnya, namun belum tentu memiliki karakter berpikir kritis.

Dalam meningkatkan kemampuan literasi masyarakat, terutama ibu-ibu sebagai entitas yang besar di Indonesia, ada beberapa tahapan yang dapat dilakukan. Pertama, memberikan pelatihan tentang cara-cara mengenali informasi antara yang hoaks dan yang benar. Dalam pelatihan tersebut peserta juga akan diajak menganalisa kasus yang sudah disiapkan sebelumnya. Kasus-kasus yang dimaksud adalah contoh-contoh berita hoaks yang sudah sempat tersebar di media sosial maupun whatsapp messenger, seperti : deteksi terpapar covid-19 secara mandiri tanpa perlu ke rumah sakit, virus corona adalah hasil konspirasi, orang yang telah melakukan vaksinasi covid 19 akan meninggal dalam waktu 2 (dua) tahun, dan sebagainya.

Tahapan berikutnya adalah memberikan pembekalan tentang dampak-dampak yang akan terjadi jika meyakini tentang informasi yang sesat. Kemudian, menaikkan kapasitas para peserta dengan berlatih berpikir kritis, dengan mengenali contoh-contoh informasi sesat. Walaupun berpikir kritis adalah karakter yang dimiliki di pendidikan lanjut setingkat universitas, namun kompetensi berpikir kritis merupakan hal dasar yang juga penting demi menyelamatkan diri dari tergelincir dalam keadaan tidak tepat.

Kemudian, peserta akan diajak untuk memulai berpikir kritis, dengan melempar beberapa informasi hoaks. Pertama akan dilakukan secara berkelompok, kemudian pada kasus yang lain dilakukan secara mandiri. Pada pembekalan ini, peserta diajak

mengajukan sebanyak mungkin pertanyaan dari satu informasi.

Pertama, tim akan melakukan saringan peserta yang memenuhi kualifikasi. Sosialisasi acara ini akan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti, yaitu : pelatihan anti hoaks. Karena situasi pandemi, maka pelaksanaan akan mengambil tempat yang sangat besar dan dilakukan dalam 2 (dua) kali pelaksanaan.

Kualifikasi Peserta, yaitu : (1) Memiliki *Smartphone*, (2) mempunyai akun di Whatsapp (minimal), atau facebook atau instagram. (3) Peserta adalah lulusan Sekolah Menengah Pertama (SMP) atau Sekolah Menengah Atas (SMA) (4) Peserta adalah Ibu-ibu yang memiliki Suami dan Anak, atau Anak saja.

Kedua, Peserta akan dikumpulkan dalam 1 (satu) ruangan pertemuan, dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan. Pada gelombang pertama dan kedua, masing-masing akan mengundang ibu-ibu maksimal 12 orang. Kemudian akan dilakukan pra tes. Pra Tes ini dimaksudkan mengetahui kefahaman ibu-ibu sebelum mendapatkan pelatihan. Selanjutnya setelah selesai pelatihan, maka ibu-ibu akan diminta mengisi post-test. Sehingga ukuran keberhasilan dari pelatihan ini dapat terlihat.

Ketiga, Peserta akan diberi penjelasan tentang maksud acara, lalu akan lanjut kepada materi. Materi akan berfokus pada bagaimana mengenali pesan hoaks, perbandingan, hingga berpikir kritis. Pada bagian berpikir kritis, peserta akan diminta untuk mengajukan pertanyaan sebanyak mungkin tentang informasi yang mereka terima. Tim pelaksana, akan menyediakan pesan Hoaks yang beredar tentang covid-19 serta hasil penelusuran yang valid. Kemudian peserta akan diajak untuk menjelaskan hasil pemikirannya dan membandingkan dengan pesan yang valid. Sesi Berpikir kritis dan kroscek informasi ini akan dilakukan dengan 2 (dua) tipe, yaitu : secara berkelompok dan mandiri.

Tabel 1. Tahapan Kegiatan

Tahapan	Deskripsi
Pertama	Pemateri akan melakukan seleksi dari peserta yang telah diberikan oleh mitra. Peserta yang sesuai untuk program ini, bersyarat sebagai berikut : memiliki <i>smartphone</i> pribadi, mempunyai akun di whatsapp (minimal), peserta adalah lulusan SMP atau SMA, memiliki suami dan anak atau anak saja.
Kedua	Peserta melakukan Pre Tes
Ketiga	Peserta mendapatkan pengetahuan tentang definisi dan Ruang Lingkup, serta jenis-jenis Informasi yang menyesatkan.
Keempat	Peserta dibagi dalam beberapa kelompok, diberi contoh kasus, dan diskusi.
Kelima	Peserta melakukan Post Tes

3. Hasil dan Pembahasan

Program Pelatihan Literasi bagi Ibu Rumah Tangga ini berjalan dengan lancar sesuai rencana. Namun, ada 2 (dua) ibu-ibu yang merupakan ketua Rukun Tetangga (RT) yang ingin ikut serta walau diluar kualifikasi peserta. Keduanya merupakan sarjana strata 1 (satu). Keduanya menjelaskan, bahwa dalam hal ini, sarjana pun belum banyak mengetahui perkembangan zaman yang terbaru. Karena pendidikan saat kuliah sudah terlampau lam. Bagi pelaksana, hal ini merupakan hal yang sangat positif. Karena semakin banyak ibu-ibu yang terpapar materi, maka akan semakin cepat pengetahuan tersebar, dan kejahatan digital dapat diminimalisir.



Gambar 1. Saat Pelaksanaan Materi 1

Ibu rumah tangga yang menjadi peserta dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, antusias dalam melakukan tanya-jawab. Hal ini dikarenakan, sejak pandemi, peserta merasa keberlimpahan informasi hadir dari berbagai sumber dan tumpang tindih. Saling berlawanan. Hal ini membuat kebingungan dalam bersikap dan membuat keputusan. Sedangkan sejak pandemi, interaksi yang berpindah ke *smartphone* sudah menjadi kebutuhan dasar manusia.

Hal tersebut sejalan dengan kebutuhan manusia saat ini yang dijabarkan Anwar Abugaza dalam bukunya *Social Media Politica* [6] “Dalam keseharian manusia modern, interaksi adalah kebutuhan, dimana jarak dan waktu tidak lagi menjadi penghalang, *social media* hadir membantu manusia menjawab segala tantangan dan memenuhi kewajibannya sebagai makhluk sosial”

Kemampuan manusia dalam manajemen informasi yang masuk merupakan hal yang mendasar. Karena ini menjadi pijakan dalam bersikap dan menentukan langkah selanjutnya. Hal inilah yang harus dijelaskan. Dalam konteks ruang lingkup dan definisi dari literasi. Menurut D. Yuan, dkk dalam Suadi [4] literasi dalam penggunaan media sosial sangat diperlukan. Literasi dalam hal ini dimaknai sebagai kemampuan literasi media dan informasi yang membuat seseorang mampu untuk mengakses (*access*), melacak (*retrieve*), memahami (*understand*), mengevaluasi (*evaluate*), menggunakan (*use*), menciptakan (*create*), dan

membagi (*share*) informasi dalam aktifitas sosial dan aktifitas pribadi. Lebih jauh, kemampuan literasi bermedia sosial dianggap bahwa seorang yang sudah melek media sosial (*social media literate person*), juga memiliki sikap ingin tahu yang bertanggungjawab, mampu menciptakan pengetahuan dan informasi serta inovator yang mampu memaksimalkan aneka informasi, alat komunikasi dan media.

3.1 Jenis-Jenis Informasi Hoaks

Setelah memahami, bahwa setiap diri harus mempunyai kemampuan literasi secara mandiri, peserta dikenalkan dengan 7 (tujuh) jenis konten yang mis dan disinformasi

Claire Wardle dari First Draft [7] sebuah proyek di bidang literasi media mengelompokkan berita bohong (mis dan disinformasi) dalam 7 kategori berikut :

Pertama, Satire atau Parodi. Informasi yang dibuat untuk menyatakan sindiran terhadap suatu keadaan atau seseorang. Biasanya disampaikan dalam bentuk ironi, sarkasme, atau parodi. Satir umumnya dibuat tanpa maksud untuk mengelabui orang yang melihatnya, karena hanya bersifat sindiran. Namun bagi yang tidak memahami gaya bahasa ini dapat terkecoh dan menganggap informasi yang dilihatnya sebagai sebuah kebenaran, terutama ketika yang menyampaikannya tidak secara jelas menyatakan bahwa informasi tersebut satire.

Kedua, Konten yang menyesatkan. Penggunaan informasi yang sesat untuk membingkai sebuah isu. Biasanya informasi ditampilkan dengan menghilangkan konteksnya untuk menggiring persepsi publik agar sesuai dengan keinginan pembuat informasi tersebut

Ketiga, Konten tiruan. Informasi yang dibuat mirip dengan aslinya dengan tujuan untuk mengelabui publik, seperti situs web yang dipalsukan agar pengunjungnya tertipu dan menganggap situs tersebut adalah situs aslinya

Keempat, Konten palsu. Konten baru yang 100% salah, sengaja dirancang dan dibuat untuk mengelabui pembacanya. Pembuatan konten palsu ini dapat dilatarbelakangi oleh berbagai tujuan, baik keuntungan finansial, propaganda, maupun kepentingan politik, sehingga berpotensi menyesatkan dan bahkan membahayakan

Kelima, Koneksi yang salah. Ketika judul, gambar atau keterangan tidak mendukung konten yang sebenarnya. Salah satu contohnya adalah metode click bait, membuat judul atau gambar yang mengundang orang untuk mengklik tautan yang tersedia dengan bentuk yang provokatif, menarik dan sensasional, padahal kontennya sendiri tidak seheboh judulnya.

Keenam, Konten yang salah. Ketika konten yang asli disampaikan dalam konteks yang salah, dimana sebuah informasi (tulisan, gambar, atau video) yang benar ditempatkan dalam konteks yang tidak sesuai aslinya.

Ketujuh, Konten yang dimanipulasi. Informasi yang asli dimanipulasi dengan tujuan menipu. Bisa jadi hanya sekedar iseng, tetapi bisa juga bertujuan untuk memprovokasi, menyebarkan propaganda, maupun untuk kepentingan politik.

3.2 Filter Informasi

Filter yang dimiliki setiap orang berbeda-beda. Hal ini sangat dipengaruhi oleh pengalaman yang dialami dan pengetahuan yang dimiliki. Filter, dapat berupa fisik, psikologis maupun budaya. Makna filter dalam konteks komunikasi massa, menurut Nurudin [9] adalah kerangka pikir melalui mana audience menerima pesan. Filter ibarat sebuah bingkai kacamatanya tempat audience bisa melihat dunia.

Setelah melalui proses pelatihan, terdapat beberapa pola yang terjadi, yaitu : Pertama, peserta mampu menyaring informasi, jika melakukan diskusi terlebih dahulu dengan orang lain. Orang lain ini, bisa siapapun. Orang terdekat dalam lingkungan keluarga ataupun tetangga. Atau pun orang lain yang dianggap dekat, walau harus bertanya melalui media whatsapp.

Orang lain yang dianggap penting ini, disebut *Significant others* dalam konsep George Herbert Mead [5], mereka adalah orang tua kita, saudara kita, dan orang yang tinggal satu rumah dengan kita. Richard Dewey dan WJ Humber dalam [5] memainkannya dengan *affective others*, yaitu orang lain yang mempunyai ikatan emosional dengan kita. Dari merekalah secara perlahan, kita membentuk konsep diri kita. Pada ibu rumah tangga, *significant others* atau *affective others*, dapat berupa suami, saudara, ayah, anak, tetangga, bahkan penjual sayur. Terkadang, ada beberapa ibu-ibu yang menjadikan teman di lokasi yang berjauhan sebagai orang yang sangat penting. Sehingga, ia akan melakukan diskusi melalui *smartphone* yang ia miliki. Hal ini, seringkali terjadi karena memang ia percaya atau pun karena kapasitas yang ia miliki.

Kedua, Pola kedua yang sering dilakukan oleh ibu rumah tangga adalah bertanya pada tokoh masyarakat. Tokoh masyarakat ini menjadi sosok yang penting karena sikap dan perilakunya yang akan ditiru oleh masyarakat umum. Tokoh masyarakat ini, seringkali seperti Ketua Rukun Warga (RW), Imam Masjid, Orang yang sering memimpin gagasan untuk masyarakat. Tokoh masyarakat ini, sering juga menjadi *Opinion Leader* dalam rujukan keputusan bersikap. Disinilah peran *Opinion Leader* diperlukan.

3.3 Sikap Kritis

Memiliki kemampuan literasi media, menjadi kebutuhan mendesak dan mendasar di era ini. Urutan literasi media, mulai mengakses, melacak, memahami, mengevaluasi, menggunakan, menciptakan hingga membagi, merupakan proses panjang.

Kemampuan literasi tersebut membutuhkan modal dasar kognitif yang kuat. Sesungguhnya hal tersebut termasuk dalam kemampuan kognitif di tahapan ; pemecahan masalah dan pengambilan keputusan, yang kita sering gunakan sehari-hari dan berulang-ulang. Namun,, sejatinya kemampuan tersebut didasari oleh kemampuan berpikir kritis. Berpikir kritis sejatinya adalah berpikir secara mendalam dan produktif serta mengevaluasi bukti-bukti yang ada [8].

Modal dasar dalam berpikir kritis, terdapat 2(dua) hal penting dan mendasar, yaitu : kesadaran penuh (*mindfulness*) dan keterbukaan pikiran (*open – mindedness*).

Kesadaran penuh (*mindfulness*), adalah keadaan waspada (memberikan perhatian penuh) dan secara mental siap untuk aktivitas harian. Individu yang waspada akan tetap mempertahankan kesadaran aktif terhadap kondisi kehidupannya.

Keterbukaan pikiran (*open-mindedness*), adalah menerima cara-cara lain untuk menerima sesuatu. Seringkali individu tidak mengetahui bahwa terdapat sisi lain dari masalah atau bukti yang berlawanan dengan hal yang mereka yakini. Keterbukaan terhadap sudut pandang lain ini dapat membantu menjaga individu dari membuat kesimpulan secara tiba-tiba.

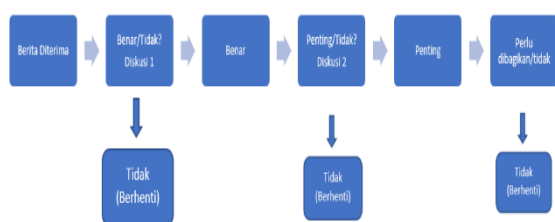
3.4 Pola Filter Informasi

Pola informasi yang terjadi adalah sebagai berikut : Pertama, ketika informasi diterima, maka akan berpikir benar atau salah.

Penentuan benar atau salah ini, kebanyakan melalui diskusi terlebih dahulu. Diskusi ini akan mencari orang lain yang dianggap penting (*significant others*).

Setelah penentuan hasil diskusi. Jika tidak benar, maka akan diabaikan. Jika benar, maka akan diteruskan, pada diskusi selanjutnya.

Kedua, Berpikir selanjutnya, adalah penting atau tidak. Jika tidak penting, maka informasi tersebut akan diabaikan. Namun jika merasa penting, maka akan dibagikan ke grup-grup yang dimilikinya.



Gambar 2. Pola Filter Informasi pada Ibu rumah tangga

Sebagaimana kita ketahui bersama tentang Asas Komunikasi, salah satunya adalah bahwa komunikasi adalah proses. Sehingga, pola filter tersebut sebagai cerminan atas Asas Komunikasi. Komunikasi adalah proses maksudnya suatu kegiatan yang memiliki langkah terpisah, tetapi saling berhubungan sepanjang waktu [3].

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa para ibu dengan tingkat pendidikan SMP dan SMA ini masih membutuhkan seseorang yang memiliki wawasan, atau seseorang yang bisa ditokohkan, untuk ditanyai tentang informasi baru. Mereka belum memiliki filter sendiri untuk menyaring berbagai informasi yang begitu cepat merebak. Ketergantungan mereka masih tinggi, meskipun mereka sudah berusaha melakukan penyaringan informasi.

Di lingkup lingkungan terkecil semisal RT, tentu sangat diharapkan para pengurus RT bisa membantu memberikan keterangan yang lebih valid dari suatu informasi. Setidaknya mereka bisa lebih memilah mana informasi yang benar dan mana informasi yang salah. Namun ternyata tidak semua bisa diharapkan seperti itu, karena hal ini terkait dengan tingkat pendidikan masyarakat.

5. Ucapan Terima Kasih

Terima kasih, penulis ucapkan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Islam Sultan Agung (Unissula), yang telah menyokong pembiayaan dan berbagai macam sarana demi terselenggaranya program ini.

Terima kasih juga kami ucapkan kepada Mitra Kerjasama, kelompok Majelis Taklim As Sakinah, Kelurahan Peterongan, Kecamatan Semarang Selatan, atas kerjasamanya dalam kepesertaan dan tempat pelaksanaan

Daftar Rujukan

- [1] Lidwina, Andrea. 2021. Berapa Jumlah Pengguna Aktif WhatsApp dan Platform Pesaingnya? [teknologi dan telekomunikasi] <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/21/berapa-jumlah-pengguna-aktif-whatsapp-dan-platform-pesaingnya>
- [2] antaranews. 2019. Kominfo, WhatsApp Kenalkan Literasi Privasi Dan Keamanan Digital. [sorotan media] : https://www.kominfo.go.id/content/detail/22824/kominfo-whatsapp-kenalkan-literasi-privasi-dan-keamanan-digital/0/sorotan_media
- [3] Ruben, Brent dan Lea P Stewart. 2013. Komunikasi dan Perilaku Manusia. Jakarta : PT. RajaGrafindoPersada, H.16
- [4] Suadi, Literasi Bermedia Sosial Terhadap Pemuda Pemudi Sebagai Digital Native , Vol. 2. No. 1 (2022) 45-49, doi : <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamitra.v2i1.120>
- [5] Rakhmat, Jalaludin. 2012. Psikologi Komunikasi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- [6] Abugaza, Anwar. 2013. Social Media Politica : Gerak Masa tanpa lembaga. Jakarta : Tali Writing & Publishing House
- [7] AW Adnan, Shobih. 2019. *Mengenal Tujuh Jenis Hoaks*. [Portal berita] : <https://www.medcom.id/telusur/cek-fakta/4KZ6rAqK-mengenal-7-jenis-hoaks>
- [8] A.King, Laura. 2016. Psikologi Umum : Sebuah Pandangan Apresiatif. Jakarta : Salemba Humanika. Pp. 334
- [9] Nurudin. 2019. Pengantar Komunikasi Massa. Depok : PT. Rajawali Press, H.134.
- [10] Nengah Bawa Atmaja dan Luh Putu Sri Ariyani. 2018 . Sosiologi Media. Depok : PT> Rajawali Press, h.315