

Edukasi Wacana Publik Berbasis *Political Correctness* pada Siswa SMA se-Kota Mataram sebagai Upaya Pencegahan Penyebaran Hoaks.

Kamaludin Yusra, Amrullah, Yuni Budi Lestari, Nuriadi, & Husnul Lail
Prodi Pendidikan Bahasa Inggris, FKIP Universitas Mataram
e-mail: kamaludin@unram.ac.id

Abstract: Hoax news has become a very sensitive issue in political world particularly when one party accuses others of spreading hoaxes and this eventually ends up in legal court rooms. For millennial netizens like high school students, surfing the digital world is not a problem, but identifying fake from real news requires more detailed discursive analytical skills. These skills, nonetheless, have not been covered in curriculum so that many of the jailed hoax-spreaders are those of millennial ages. This community service targets this age group, training them to identify social functions, generic structures, and language as well as non-language features of hoax news and aiming at equipping them with this skill and evading hoax-related millennial arrests. The participants were recruited from high schools in Mataram recommended by headmasters and, due to Covid19 pandemic, pursued and coordinated further by a participant coordinator. Thirty students were recruited and educated via one-day web meeting on November 7th, 2020. The participants were trained to identify fake news with training materials devised by the team. The activity has successfully increased the participants' knowledge and self-awareness on socio-communicative functions, generic structures, and features of fake news. All in all, the participants expect to be trained further in the matter to higher level text-identification skills.

Keywords: *fake news, communicative goal, generic structure, language features*

Abstrak: Berita Hoax menjadi wacana yang sensitif dalam dunia politik apalagi jika salah satu pihak menuduh yang lainnya menyebarkan hoax dan berbuntut panjang sampai ke ranah hukum. Bagi netizen milenial seperti siswa SMA/MA/SMK, berselancar di dunia maya bukan masalah bagi mereka, tetapi membedakan berita hoaks dari berita sebenarnya membutuhkan keterampilan menganalisis wacana secara rinci. Namun, keterampilan berbahasa ini belum diajarkan di tingkat sekolah menengah sehingga banyak pesakitan terangkut berita hoaks kebanyakan berasal dari netizen dari kelompok umur milenial. Kegiatan pengabdian ini sengaja menyasar kelompok umur milenial dan melatih mereka mengidentifikasi fungsi sosial, struktur generik, dan fitur-fitur kebahasaan yang menjadi petanda berita hoaks dengan harapan agar mereka memiliki kemampuan mengidentifikasi jenis dan ciri-ciri berita hoaks dan menghindarkan diri dari menyebarkannya. Peserta direkrut dari SMA/MA/SMK di Kota Mataram atas rekomendasi kepala sekolah masing-masing dan, karena pandemic Covid19, selanjutnya peserta tersebut direkrut melalui seorang koordinator peserta. Sebanyak 30 siswa mengikuti kegiatan ini yang dilaksanakan melalui *web meeting* selama sehari pada tanggal 7 Nopember 2020. Kegiatan bersifat penyuluhan dan pelatihan mengidentifikasi berita-berita hoaks. Kegiatan ini berhasil meningkatkan pengetahuan siswa pada fungsi sosial (tujuan komunikasi), struktur generik, dan ciri-ciri tekstual berbagai jenis hoaks tetapi juga meningkatkan rasa percaya diri siswa mengidentifikasi berita-berita hoaks. Secara umum, peserta menguasai materi pelatihan dan penyuluhan dan berharap agar pelatihan tersebut berkelanjutan ke tingkat yang lebih tinggi lagi.

Kata kunci: *berita hoaks, tujuan komunikasi, struktur generik, fitur kebahasaan*

Pendahuluan

Akhir-akhir ini, banyak kasus tentang siswa atau netizen usia muda lainnya yang tersangkut kasus penyebaran berita hoax. Walau berita negatif menyebar di media mainstream, penyebarannya di media social lebih banyak yang tersangkut dengan kasus hukum. Di media *mainstream* seperti televisi, radio dan media masa lainnya, berita tidak berimbang dan berat sebelah tetapi pemilik media masa jarang, jika ada, yang tersangkut kasus hukum. Informasi yang diberikan sering bersumber dari satu pihak tanpa melibatkan pihak lain yang kemungkinan memberikan informasi sebaliknya. Pelanggaran seperti ini, walau sudah menjadi pengetahuan umum, jarang mendapatkan teguran atau sanksi hokum dari pihak berwenang. Selain itu, sering pula media-media tersebut berpihak pada satu pihak dengan mengkonstruksikan bahwa pihak tersebut benar dan

pihak yang lain salah. Walau mereka dituntut untuk tidak memihak, banyak pihak mengeluhkan adanya *trial by the press* ‘penghakiman oleh media’. Walaupun memiliki hak jawab, pihak yang dirugikan seringkali dikorbankan kerana hal tersebut.

Di media sosial, penyebaran berita hoax semakin meraja lela baik berupa berita negatif tentang kelompok suku, ras dan agama maupu perseorangan. Ketika ada stigmatisasi yang diasumsikan dilakukan oleh seseorang berlatar belakang etnis tertentu (walau secara seperti ini secara politis tidak dibenarkan, *politically incorrect*), berita negatif tentang suku tersebut dapat diasumsikan menjadi semakin banyak didistribusikan oleh lembaga pemberitaan maupun perseorangan. Sebagai contoh, ketika banyak berita tentang impor tenaga kerja asing dari ras dan etnis tertentu, maka berita atau informasi negatif tentang ras dan etnis tersebut hadir menyertai atau setelah berita tersebut dimunculkan, Berita negatif dapat muncul menyertai berita tersebut dalam bentuk status pengantar berita dan isi berita tetapi juga dalam komentar-komentar pengguna media dalam kolom komentar. Informasi negatif ini dapat terungkap secara tersurat maupun tersirat secara metaforis (di dalam makna simbolis di balik makna kata, frase atau kalimat yang dipergunakan) dan secara *implikaturis* (dalam makna tersirat yang dikonstruksikan oleh antarpemulis status atau pun komentator). Strategi yang sama kemungkinan terjadi pada wacana yang melibatkan pengguna media social berlatar belakang agama, profesi, atau kelompok sosial tertentu.

Perdebatan semakin meruncing dengan adanya berita hoax yang melibatkan kepentingan politik, partai politik dan dukungannya dalam pemilihan presiden 2019. Kepentingan politik Islam dan non-Islam menyebabkan munculnya berita positif atau negatif tentang kelompok Islam dan kelompok non-Islam dalam bentuk berita dari Koran resmi, koran online, blog kelompok organisasi, atau blog perseorangan. Sebaliknya, untuk kepentingan politik nasionalis, pendukung agenda ini membuat atau menyebarkan informasi tentang unggulnya nasionalisme atau partai pengusung nasionalisme atau buruknya anti-nasionalisme, sektarianisme, dan agamisme serta terorisme dalam kehidupan kita kontemporer. Untuk kepentingan agenda politik, pendukung partai politik tertentu membuat atau menyebarkan berita tentang unggulnya partai dukungannya atau berita tentang buruknya pertain lain. Sementara pendukung partai lainnya melakukan hal yang sama dengan mengedepankan keunggulan partainya dan mengesampingkan keunggulan partai politik dukungan pengguna media sosial lainnya. Hal ini jelas terlihat dalam berbagai status, komentar, meme, dan pesan instagram.

Produksi dan reproduksi berita hoax politik di media sesial menjadi semakin intensif menjelang masa kampanye dan pemilu serentak 2019. Walau terbagi dalam berbagai aspirasi politik legislatif, pengguna media social sudah terkategori secara umum kedalam 2 (dua) kelompok: Kelompok Cebong (KC) dan Kelompok Kampret (KK). Diterima atau pun tidak, KC ditujukan kepada mereka yang beraspirasi politik kepada pasangan Capres Joko Widodo – KH Makruf Amin (JOKMA) dan diasumsikan berafiliasi politis legislatif pada partai pengusung JOKMA. Demi kebenaran politis, kelompok ini selanjutnya disebut PROJO (pro-Joko Widodo). Sebaliknya, KK adalah mereka yang berpilihan politik kepada pasangan Capres Prabowo Subiyanto – Sandiaga Salahuddin Uno (PAS) serta berafiliasi secara politis kepada partai pengusung PAS. Selanjutnya, kelompok ini disebut PRABU (Pro-Prabowo Subiyanto). Masing-masing pihak dituduh memproduksi dan mereproduksi (menyebarkan) berita dan informasi tidak benar tentang satu sama lain. Masing-masing pihak juga telah dilaporkan kepada pihak berwajib karena berita hoax yang diproduksi dan direproduksikannya, walau mereka berkelit bahwa berita tersebut bukan hoax atau pun mereka tidak tahu jika berita tersebut adalah hoax. Tidak sedikit dari mereka yang berakhir di penjara karena melanggar etika

penggunaan media social yang diatur dalam undang-undang. Untuk menghindari hal-hal seperti ini, perlu dipikirkan upaya pencegahan.

Pencegahan yang paling utama agar terhindar dari produksi dan reproduksi berita hoax dan jeratan hukumnya adalah dengan mengenal struktur dan ciri kebahasaan berita hoax. Secara teoretis, berita sebagai sebuah teks diproduksi dan direproduksi dalam konteks budaya politis dan konteks situasi pemilihan legislatif dan pemilihan presiden 2019, maka fungsi sosial berita atau teks politis adalah untuk mempengaruhi pembaca agar memilih pilihan politis penulis berita dan untuk kepentingan tersebut berita dapat berisi informasi yang benar, setengah benar, tidak benar, bohong atau bertolak belakang dengan yang sebenarnya. Celakanya, pembaca dapat terpengaruh oleh isi dan tampilan berita sehingga mereproduksinya ke jejaring yang lain dan jika ternyata informasi tersebut hoax maka mereka terperangkap dalam jeratan undang-undang anti hoax.

Sementara, kebenaran isi berita politis di media sosial sangat terpengaruh keluasan akses pengguna media social terhadap informasi sehingga yang bersangkutan dapat memutuskan berita tersebut hias atau buka dan apakah dia akan mereproduksinya atau tidak sama sekali. Kurangnya pengetahuan ini menyebabkan mereka yang tersangkut dengan pembuatan dan penyebaran berita hoax adalah generasi muda berusia antara 17-20 tahun. Solusi yang termudah adalah dengan memperkenalkan tampilan fisik tekstual dari berita tersebut dalam bentuk struktur teks dan ciri-ciri kebahasaannya. Tampilan struktural (textual structure) dan ciri-ciri kebahasaan sebuah teks yang bersifat hoax telah diteliti oleh Yusra dkk (2019) dan hasil penelitian tersebut perlu diseminasikan kepada masyarakat agar dapat dimanfaatkan. Juga telah kita ketahui, jenis-jenis berita hoax yang ada dan untuk kepentingan politis apa saja berita (teks) hoax tersebut diproduksi dan direproduksi sehingga dengan pengenalan ini siswa SMA sebagai generasi muda dapat menghindarkan diri dari membuat atau menyebarkannya.

Dari hasil survei awal yang kami lakukan kepada siswa-siswa SMA ditemukan hal-hal sebagai berikut:

- (a) Siswa-siswa SMA belum mengenal kegiatan berbahasa yang secara politis benar (political correctness)
- (b) siswa-siswa SMA belum mengenal struktur berita atau status yang secara politis tidak benar atau hoax
- (c) siswa-siswa SMA belum mengetahui karakteristik bahasa dalam berita atau status hoax
- (d) siswa-siswa SMA belum mengetahui tata cara menghindari menyebarkan hoax
- (e) siswa-siswa SMA belum mengetahui akibat-akibat dari menyebarkan

Untuk mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut di atas, solusi yang ditawarkan adalah edukasi atau penyuluhan secara terbimbing, mandiri, dan berkesinambungan kepada siswa SMA se-Kota Mataram dengan rincian materi sebagai berikut:

- (a) Latihan dan pengenalan kegiatan berbahasa secara politis benar
- (b) Latihan dan pengenalan teks hoax
- (c) Pengenalan tehnik-tehnik mengidentifikasi struktur teks hoax
- (d) Latihan dan pengenalan ciri-ciri teks hoax
- (e) Latihan dan pengenalan tehnik-tehnik pengidentifikasian teks hoax
- (f) Latihan dan pengenalan tehnik menentukan ciri kebahasaan teks hoax
- (g) Tanya jawab tentang teks hoax

Dalam jangka pendek, luaran yang diharapkan adalah sebagai berikut:

- (a) Meningkatnya kemampuan siswa berbahasa secara politis benar
- (b) Meningkatnya pengetahuan siswa tentang teks hoax

- (c) Meningkatnya kemampuan siswa mengidentifikasi struktur teks hoax
- (d) Meningkatnya kemampuan siswa menentukan ciri-ciri teks hoax
- (e) Meningkatnya kemampuan siswa mengidentifikasi ciri kebahasaan teks hoax
Dalam jangka panjang, kegiatan ini diharapkan dapat:
 - (a) Tingginya sopan santun berbahasa siswa
 - (b) Mencegah siswa terperangkap dalam kasus hoax
 - (c) Meningkatnya kesadaran siswa pada berkomunikasi yang santun dan bertanggung jawab
 - (d) Meningkatnya rasa harga-menghargai pada siswa,

Bahasa dan Komunikasi Politik

Bahasa merupakan alat komunikasi verbal paling utama bagi manusia (Littlejohn, 1996). Walau banyak alat komunikasi non-verbal seperti penggunaan kentongan, sinyal lampu dan alarm dalam dunia nyata serta emoticon dalam dunia maya, komunikasi verbal tetap menjadi pilihan utama manusia. Dalam berbahasa, isyarat verbal dan non-verbal memiliki makna. Dalam berbahasa verbal, suara dikombinasi menjadi kata, frase, kalimat atau teks sehingga mengungkapkan makna yang diinginkan penuturnya. Sebagai pembawa makna, bahasa, menurut Heryanto (1989), bersifat netral, tidak memberi makna lebih dari makna yang tersimplikasi dari pesan yang ingin disampaikan. Akan tetapi, jika cara penyampaiannya tidak tepat maka bahasa menjadi tidak netral lagi. Jika cara penyampaiannya kasar, maka bahasa dan pesan yang netral tersebut berubah menjadi sesuatu yang menyakitkan. Sebaliknya, pesan yang tidak menyenangkan disampaikan dengan bahasa yang menyenangkan maka pesan tersebut dapat diterima sebagai pesan yang menyenangkan.

Dalam komunikasi politis, terutama antara penguasa dan rakyat, bahasa sering disamakan untuk merepresentasikan relasi kuasa (*power relation*) antarmereka. Menurut Lubis (1989), penguasa sebagai pihak yang berkuasa cenderung mempergunakan bahasa birokrasi yang samar kepada masyarakat dengan harapan mereka tidak kehilangan kuasa atas masyarakat. Lubis mencontohkan bahwa penguasa jika bersalah akan berkata “saya bersalah” secara profesional dan institusional dan jarang sekali mau mengakui kesalahan secara personal dengan berkata “Maaf, saya khilaf” atau “Maaf, saya salah”. atau “Maaf, saya khilaf”. Ungkapan kuasa atau rasa bersalah tersebut tidak terungkap secara gamblang tetapi tersirat di balik kata-kata dan riwayat interaksi antarpenutur.

Kurniawan (2003) mengungkapkan bahwa bahasa dalam komunikasi politik mewakili kepentingan penguasa dan pengusaha. Hal ini jelas terlihat dalam bahasa yang dipergunakan dalam surat kabar dan juga media sosial. Dalam surat kabar, misalnya, pemberitaan menggunakan struktur yang mengedepankan siapa yang menjadi berita dan mengabaikan tokoh lain yang terlibat dalam berita tetapi kalah secara sosio-politi bersaing menjadi pokok berita. Padahal, dalam penyampaian berita sebagai sebuah wacana memiliki konteks yang ingin disampaikan dibangun bersama dengan pasangan komunikasi karena wacana sebagai ruang social, secara bersamaan di dalamnya terjadi proses representasi pengalaman dan interaksi social antarpartisipan. Wacana sebagai alat untuk berkomunikasi tidak akan terlepas dari kepentingan dan afiliasi pada kepentingan politik golongan atau kelompok.

Bahasa dan komunikasi politik dapat dikaitkan dengan pikiran Ludwig Wittgenstein dimana komunikasi politik dan kegiatan berkomunikasi lainnya dipandang sebagai sebuah *language game* ‘permainan bahasa’ dimana kuasa dan kekuasaan dipertandingkan dalam sebuah kegiatan semiosis. Menganalisis bahasa politik dalam perspektif filsafat bahasa Wittgensteinian, Wilujeng (2003) mengungkapkan bahwa

komunikasi politik menempatkan bahasa bukan hanya sebagai alat untuk menyampaikan pesan komunikasi tetapi juga sebagai media dimana permainan politik dipertandingkan secara semiosis dan daripadanya pemenang dan pecundang dalam permainan tersebut ditentukan. Sebagai sebuah pertandingan, bahasa mengatur aturan permainan dalam bentuk etika dan prosedur berkomunikasi (misalnya siapa berbicara kapan, dengan cara bagaiman dan dengan instrumen apa, dengan tata urutan seperti apa, kapan menginterupsi, dengan cara bagaimana). Sebagai alat dan medan permainan politik, bahasa memegang peranan sangat menentukan dan oleh sebab itu pelaku politik sebagai partisipan dalam tindak komunikasi politik hendaknya berperilaku sedemikian rupa sehingga bahasa dan pesannya membujuk lawan bicara dan lawan politiknya mengikuti alur berpikir dan pilihan politik penutur (Bertens, 1983). Jika bertentangan pandangan, penutur harus secara santu mempertanyakan latar belakang sebuah pernyataan politik, data pendukungnya dan implikasi dari pernyataan tersebut.

Dalam perspektif Witgenstenian, bahasa politik banyak mempergunakan kata-kata atau kalimat bermakna simbolis dan implikatif (*state of the affair*) walau implikasi ini bertolak belakang dengan fakta empiris (*state of the fact*). Hal ini terlihat pada pikiran Witgenstein Tahap I yang dikeoreksinya kembali pada Tahap II. Pada Tahap I, bahasa dipandang sebagai media untuk merepresentasikan dan mengkomunikasikan pilihan politik dan media ini pada awalnya dipandang netral tidak memihak pada salah satu pilihan politik. Pada tahap ini, bahasa juga dipandang sebagai sebuah ruang yang netral, aman dan damai dimana permainan dipertandingkan (Hikam, 1999). Selanjutnya, pandangan tersebut diperbaiki pada Tahap II. Bahasa tidak lagi dipahami sebagai alat komunikasi yang netral. Pilihan kata, kalimat atau bahasa merepresentasikan ideologi, pilihan politik, hegemoni dan counter-hegemony dari penuturnya. Dengan demikian, bahasa dalam permainan komunikasi politis bukan lagi ruang hampa yang netral, aman dan damai tetapi ruang penuh konflik dimana serangan dan balasan serta hegemony (dominasi) dan counter hegemony (pellawanan dominasi) berkecamuk, dengan demikian, dalam komunikasi politik bahasa menjadi senjata menyerang dan bertahan serta perilaku berbahasa (komunikasi politik) sebagai arena pertarungannya. Dalam perspektif Witgensteinian, dalam permainan komunikasi politik, bukanlah kebenaran faktual (*state of the fact*) dari informasi yang diberikan melainkan kesan empiris dalam relasi politis antarpenerut (*state of the affair*) yang bias saja bertentangan dengan fakta yang sebenarnya (Hikam, 1999; Wilujeng, 2003). Dengan demikian, bahasa dalam komunikasi politis tidak lagi berperan sebagai alat untuk merepresentasikan pilihan politik dan pesan komunikasi tetapi juga alat untuk menyampaikan pesan komunikasi yang tidak benar (hoax) yang dapat membantu penuturnya menang dalam permainan komunikasi politik.

Konteks dan Teks

Bahasa dalam komunikasi politik dan permainannya diatur oleh etika sosial pada umumnya dan etika berkomunikasi pada khususnya. Dell Hymes seorang pioneer dalam kajian bagaimana bahasa dipergunakan dalam tindak komunikasi mengatakan bahwa perilaku berbahasa diatur oleh konteks (Hymes, 1974), yaitu faktor sosial, kultural dan situasional yang berkontribusi pada sikap penutur dan pendengar dalam tindakan berkomunikasi. Oleh Michael Halliday pakar semiosis berkebangsaan Australia, konteks selanjutnya dierdalam menjadi beberapa lapisan: kultural, situasional, dan tekstual (Halliday, 1994).

Hymes (1974) melalui karyanya yang monumental dalam kajian sosiolinguistik memperkenalkan hubungan antara konteks dan teks dalam sebuah akronim yang disebut SPEAKING (setting, participant, end, act, keying, instrumentality, norm of interaction and interpretation, dan genre). *Setting* menyangkut tempat, ruang dan waktu dimana

komunikasi dilakukan. *Participant* adalah keseluruhan totalitas individu yang terlibat langsung atau pun tidak langsung dalam tindakan berkomunikasi. *End* ‘tujuan’ berkaitan dengan hasil yang ingin dicapai oleh partisipan melalui tindak komunikasi yang dilakukan. *Act* ‘tindakan’ menyangkut tata urutan berkomunikasi sesuai kebiasaan dan norma masyarakat. *Keying* ‘penyisipan’ adalah cara menyisipkan pesan komunikatif dan pesan socio-politis tertentu kedalam *act* ‘tindakan’ berkomunikasi agar *end* ‘tujuan’ komunikasi dapat tercapai. *Instrumentality* berkaitan dengan instrumen perantara dalam berkomunikasi: apakah komunikasi itu langsung ataukah dijumpai oleh media perantara. *Norm of interaction and interpretation* mengatur etika berinteraksi (siapa yang boleh bicara lebih dulu dalam bahasa apa dan dengan intonasi seperti apa) dan bagaimana perilaku tersebut dimaknai. Terakhir, *genre* ‘ragam bahasa dan wacana’ menyangkut jenis wacana yang dilibati, struktur wacana, dan ragam bahasa yang sesuai untuk kegiatan komunikasi tersebut.

Halliday (1994) meringkas faktor-faktor kedalam konteks kultural, situasional dan tekstual. Pertama, perilaku partisipan dalam berkomunikasi dipengaruhi oleh konteks budaya dimana kegiatan berkomunikasi dilakukan. Dalam konteks budaya Indonesia, berbicara dengan teman sebaya atau lebih tua (*participant*) pada ranah publik atau ranah pribadi (*setting*) dengan memakai alat komunikasi atau tidak (*instrumentality*) membutuhkan pilihan ragam bahasa (*keying, genre*) dan perilaku berkomunikasi (*act, norm of interaction*) berbeda. Norma ini diatur oleh etika moral masyarakat dan Halliday (1994) menyebutnya *the context of culture* (konteks budaya) dan pesan komunikasi dimaknai dari sudut pandang ideologi kultural masyarakat penutur. Akan tetapi, makna juga dapat dibangun secara bersama oleh partisipan selama kegiatan berkomunikasi atau dalam kegiatan-kegiatan komunikasi lain sepanjang riwayat interaksi antara partisipan. Faktor ini oleh Halliday (1994) disebut sebagai konteks situasi (*the context of situation*). Situasi formal atau informal berakibat pada perilaku formal atau informal. Termasuk dalam konteks ini adalah konteks tekstual dimana kata, frase, atau kalimat dipilih penutur karena sesuai konteks generik dari teks sehingga yang bersangkutan tidak secara bebas dapat memilih kata, frase, atau kalimat sesuai kemauan dan kreatifitasnya. Memulai sebuah pidato, misalnya, mengharuskan pembicara memulainya dengan salam dan pilihan bahasa untuk kegiatan ini dapat bervariasi sesuai dengan tujuan sosial (*end*) yang ingin diimplikasikan melalui kegiatan berkomunikasi. Dengan demikian, perilaku berkomunikasi politik ataupun bukan, menurut Halliday (1993), akan dipengaruhi oleh konteks budaya, situasi dan tekstual.

Dalam komunikasi politik melalui media sosial, faktor-faktor dalam SPEAKING serta konteks budaya, situasi dan tekstual lebih unik dibanding komunikasi lainnya. Setting sudah jelas dengan konteks yang terbatas pada status dan komentar sebagai respon pada status atau pun respon pada komentar lain. Konteks ini juga sangat tergantung pada jenis pengaturan dalam *facebook* atau *instagram*. Pengaturan secara *private*, konteks terbatas pada jejaring pertemanan dan jika pengaturan secara publik, maka konteks sebaran status dan komen akan meluas di luar jejaring pertemanan. Dengan demikian, partisipan dalam komunikasi politik di media sosial tidak terbatas pada penutur/*facebooker* dan pendengar/pembacanya saja tetapi juga pembaca pasif yang tidak ikut berkomentar (*by-satnder*) yang diketahui (*ratified*) karena dalam jejaring pertemanan atau pun yang tidak diketahui (*unratified*) karena berada di luar jejaring pertemanan..

Bell (2006) dan Yusra (2012) telah membuktikan bahwa partisipan dalam tindak komunikasi akan senantiasa mengakomodasikan ujarannya sedemikian rupa sehingga cocok dan sesuai dengan kondisi *audience* ‘pendengar/pembaca’ yang mencerna ujarannya. Berkomunikasi secara internal, partisipan akan memilih strategi konvergensi

dengan menggunakan bahasa, cara bicara, dan topik yang sesuai dengan kelompoknya sendiri. Karena berbicara dengan sesama anggota kelompok, partisipan akan lebih banyak saling mendukung satu sama lain dan konflik di antara mereka tidak akan mungkin terjadi. Ketika berbicara dengan kelompok lain, partisipan akan memilih strategi divergensi dengan menggunakan bahasa, cara bicara, dan topik yang berbeda. Namun demikian, seperti ditunjukkan oleh Yusra (2012), partisipan dapat saja mengeluarkan dirinya dari satu kelompok tertentu untuk mengukuhkan dirinya sebagai bagian dari kelompok yang ditujunya. Dalam penelitian kami yang lain (Yusra & Lestari, 2018; Yusra & Lestari, 2017) ditemukan bahwa konvergensi dan divergensi juga dipergunakan secara tidak langsung oleh guru dalam berinteraksi dengan siswa untuk menyampaikan pesan moral dan spiritual dalam pembelajaran.

Dalam komunikasi politik lewat media sosial, pemilihan strategi konvergensi dan divergensi berpotensi dapat memproduksi berita hoax. Ketika berkomunikasi dengan sesama kelompok (misalnya PROJO), partisipan dapat secara konvergentif mengedepankan keunggulan calon legislatif atau eksekutif pilihan kelompok mereka dan mengesampingkan secara divergentif keunggulan kelompok lain (misalnya KK). Ketika berkomunikasi dengan anggota kelompok lain, masing-masing akan mengedepankan perbedaan di antara mereka. Keunggulan dan perbedaan tersebut dapat saja bersifat fiktif dan akibatnya bernilai hoax atau fiksional sehingga menjadi janji politik. Menurut Halliday (1994), informasi yang fiktif atau fiksional dari keunggulan dan perbedaan tersebut akan terepresentasikan secara linguistik melalui pilihan kata, frase, atau struktur teks karena bahasa (baca: teks) yang dipergunakan dalam berkomunikasi tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampai pesan (*clause as a message*) yang dipertukarkan (*clause as exchange*) tetapi juga cerminan pikiran dan cara berpikir (*clause as representation*). Dengan kata lain, fiktif atau fiksional peran dan fungsi social sebuah teks akan terrepresentasikan dalam struktur penyampaiannya (struktur teks) dan jenis kata, frase, atau kalimat (ciri kebahasaan) yang dipergunakannya.

Teks: Fungsi Sosial, Struktur Teks, dan Ciri Kebahasaan

Halliday (1993) mendefinisikan teks sebagai contoh interaksi linguistik dimana manusia terlibat secara interaktif satu sama lain. Apa yang diungkapkan atau ditulis dalam teks sebagai produk keterlibatan antarindividu akan berbeda dengan apa yang tertulis dalam kamus yang hanya berupa daftar kata. Teks bukan hanya unit linguistik yang lebih besar dari kalimat atau super-sentence tetapi sebuah pilihan dari semua pilihan yang secara potensial dapat dipergunakan untuk mengungkapkan makna. Teks memang diungkapkan dalam kalimat tetapi teks bukanlah terdiri dari kalimat-kalimat yang acak. Halliday (1993) menyebutkan teks sebagai “a basic unit of semantic process” [unit terkecil dari proses penciptaan makna] dan “actualized meaning potential” [potensi makna atau pesan yang teraktualisasikan] dan makna ini lebih sering disebut *social function*, sebuah peran yang dimainkan oleh teks sebagai bagian dari sistem semiotik yang hidup dan berkembang di masyarakat. Dalam bahasanya Voloshinov (1993), setiap teks memainkan peran ideologis kultural dan tanpa teks maka tidak akan ada ideology dalam masyarakat. Dalam komunikasi politik di media sosial, peran social yang dimainkan oleh berita hoax yang disebar oleh kelompok politis adalah mengukuhkan pilihan sesama kelompok dan mengalihkan pilihan kelompok lain ke pilihan kelompok sendiri.

Halliday (1993) juga mengungkapkan bahwa peran social tersebut harus terealisasikan dalam teks yang disusun secara teratur dalam satu tata tulis sesuai ragam dan jenis teks. Susunan teratur ini disebut struktur teks, yang sesuai dengan ragam teks (*generic structure*) dan mencerminkan sistem sosial dan struktur sosial masyarakat penggunaannya. Agar dapat menjalankan perannya mengekspresikan fungsi sosial, sebuah

teks memiliki struktur berbeda dengan struktur teks lainnya. Struktur di sini diartikan sebagai cara sebuah teks diorganisasikan. Sebagai contoh, teks deskriptif dengan fungsi social menggambarkan suatu benda teksnya disusun dengan memberikan batasan benda tersebut dalam bentuk definisi yang selanjutnya diikuti oleh uraian/deskriptif tentang ciri fisik, bentuk dan fungsinya bagi kehidupan manusia. Walau tidak selalu mudah menentukan struktur teks tersebut, setiap jenis teks, menurut Halliday dan Hasan (1985), selalu memiliki pola yang potensial untuk menjadi struktur teks.

Struktur teks sebagai unit terkecil dalam produksi makna direalisasikan dalam kata, frase, klausa dan kalimat dengan ciri-ciri tertentu. Unsur untuk merealisasikan makna ini disebut *language features* 'ciri-ciri kebahasaan'. Masing-masing komponen dalam struktur tersebut dan jika ciri ini dilanggar maka teks akan gagal merealisasikan fungsi sosialnya. Sebagai contoh, teks narasi pengalaman direalisasikan dengan struktur teks sebagai berikut: orientasi^rangkaian peristiwa. Orientasi bertugas menyiapkan pembaca tentang waktu, pelaku, kegiatan dan tempat kegiatan. Waktu direalisasikan dengan unsur kebahasaan berupa keterangan waktu, pelaku dengan kata benda, kegiatan dengan kata kerja, dan tempat dengan keterangan tempat. Seperti disebutkan Lukin (2013), fitur kebahasaan ini menjadi pembentuk konteks (*context-construing*) dan tanpanya peran teks sebagai pembawa pesan komunikatif dan sosial. Afroz dkk (2012) menambahkan bahwa perubahan gaya berbahasa sebagai fitur kebahasaan yang tidak lazim dapat menjadi indikasi adanya pesan hoax, bohong, atau fitnah dalam sebuah berita.

Dalam Kurikulum 2013 dan kurikulum-kurikulum sebelumnya, pembelajaran bahasa (bahasa Inggris, bahasa Indonesia, dan bahasa-bahasa lain) didasarkan pada fungsi social, struktur teks dan cirri/fitur kebahasaan ini (Yusra & Lestari, 2018; Yusra & Lestari, 2017).

Walaupun berbagai ragam teks termasuk teks berita telah dianalisis fungsi, struktur dan fiturnya, teks berita hoax belum dianalisis secara teliti. Walaupun fungsinya adalah untuk menyebarkan keburukan lawan untuk keunggulan diri sendiri, struktur dan ciri kebahasaannya belum ada yang meneliti secara khusus dan lebih teliti. Pinheiro, Cappeli, dan Maciel (2017), Afroz, Brennan, dan Greenstadt (2012) meneliti berita hoax dan pemerian informasi salah lainnya dan menemukan bahwa berita hoax (*false information*) memiliki fitur-fitur tertentu dalam pengembangannya agar menjadi viral dan, oleh karena itu, transparansi dan auditabilitas informasi serta pengecekan latar belakang penulis berita serta gaya menulisnya menjadi suatu keharusan sebelum pembaca dapat memutuskan berita tersebut layak dibagikan atau tidak. Bahkan, Gelfert (2018) serta Bhatt dkk (2017) mengingatkan bahwa berita palsu memang sengaja (*by-design*) dipalsukan dalam layout, struktur tekstual dan fitur kebahasaan sehingga menghasilkan teks yang memanipulasi kognisi pembacanya.

Dalam penelitian ini, berita politik yang bersifat hoax dan bukan hoax dianalisis dari berbagai dimensi di atas agar dapat diperoleh gambaran tentang fungsi, struktur textual (dan visual) dan fitur-fitur kebahasaan (dan visual) dari berita hoax politik yang membedakannya dari berita yang bukan hoax.

Solusi yang ditawarkan dalam kegiatan ini adalah penyuluhan dan praktek dalam berbahasa yang benar secara politis serta pengidentifikasian berita hoax. Penyuluhan diberikan oleh tim pengabdian dengan mempergunakan teori-teori di atas. Materi ini akan diberikan melalui penjelasan terbimbing berbentuk tutorial.

Metode Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan penyuluhan ini direncanakan dilakukan dengan merekrut 30 orang siswa SMA/SMK/MA se-Kota Mataram dimana per sekolah mengirimkan 5 orang siswa. Namun, karena adanya Covid19, perekrutan tersebut tidak berjalan sebagaimana

mestinya, dan komunikasi dengan siswa yang direkomendasikan oleh pihak sekolah tidak dapat berjalan dengan baik. Sebagai solusinya adalah dengan merekrut para siswa yang berada dalam jejaring komunikasi anak-anak SMA/SMK/MA yang berada di Lingkar Selatan dan sekitarnya yang direkrut melalui bantuan seorang siswa MAN 2 Mataram (Muhammad Amarus Salam). Dengan metode perekrutan model *communities of practices* seperti ini terekrutlah 30 orang siswa dari berbagai sekolah di Kota Mataram lengkap dengan nomor WA dan alamat e-mail agar dapat dilibatkan secara online dalam kegiatan penyuluhan ini.

Kegiatan dilaksanakan secara terpadu dengan melibatkan unsur teori dan praktek, kerja terbimbing dan kerja mandiri.

Materi Kegiatan

Materi penyuluhan sebagai berikut.

Tabel 1: Materi Kegiatan

No	Materi	JPL	Narasumber
1	Pembukaan (Opening)	1	Tim
2	Pentingnya Berbahasa Baik dan Benar	4	Drs. Kamaludin, MA, PhD
3	Berita Hoax 1: False Contexts	4	Yuni Budi Lestari, MA
4	Berita Hoax 2: Imposter News Content	4	Dr. H. Nuriadi, M.Hum
5	Berita Hoax 3: Fake News Sites	4	Dr. Amrullah, M.Pd
6	Berita Hoax 4: Misleading Content	4	Husnul Lail, M.Pd
7	Berita Hoax 5: Fake Information	4	Drs. Kamaludin, MA, PhD
8	Berita Hoax 6: Manipulated Content	4	Yuni Budi Lestari, MA
9	Berita Hoax 7: False Connection	4	Dr. H. Nuriadi, M.Hum
10	Berita Hoax 8: Satire/Parody Content	4	Dr. Amrullah, M.Pd
11	Penutupan (Closing)	1	Tim
Jumlah		38	

Peserta

Peserta adalah siswa SMA/MA/SMK di Kota Mataram yang direkrut melalui Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kota Mataram, kepala sekolah atau registrasi peserta dan dipilih berdasarkan syarat-syarat tertentu: (a) terdaftar sebagai siswa SMA/SMK/MA di Kota Mataram, (b) memiliki e-mail, akun FB atau media sosial lainnya, (c) mendapat ijin dari sekolah atau orang tua/wali siswa, dan (d) bersedia mengikuti seluruh kegiatan pelatihan.

Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksana Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan dalam rangka kerjasama antara Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris FKIP Universitas Mataram dengan MGMP Bahasa Inggris Kota Mataram. Kegiatan rencananya akan dilaksanakan di SMAN 4 Kota Mataram, Pagutan, Mataram, akan tetapi karena prosedur Covid19, kegiatan tersebut dilaksanakan secara online pada tanggal 7 Nopember 2020 melalui *web meeting* lewat google meet: <https://meet.google.com/utc-vsnm-acb> yang dibagikan kepada para petatar dan siswa peserta melalui WA Group.

Tahapan, Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini dilaksanakan dalam beberapa tahapan: penyusunan proposal, pengurusan ijin, perekrutan peserta, pelaksanaan kegiatan dan evaluasi pelaksanaan kegiatan.

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan secara virtual pada tanggal 7 Nopember 2020 dengan jadwal sebagai berikut:

Tabel 3: Jadwal Kegiatan

No	Materi	Waktu	Narasumber
1	Pembukaan (Openning)	07.00 – 08.00	Tim
2	Pentingnya Berbahasa Baik dan Benar	08.00 - 09.00	Drs. Kamaludin, MA, PhD
3	Berita Hoax 1: False Contexts	09.00-10.00	Yuni Budi Lestari, MA
4	Berita Hoax 2: Imposter News Content	10.00-11.00	Dr. H. Nuriadi, M.Hum
5	Berita Hoax 3: Fake News Sites	11.00 – 12.00	Dr. Amrullah, M.Pd
LUNCH BREAK			
6	Berita Hoax 4: Misleading Content	13.00-14.00	Husnul Lail, M.Pd
7	Berita Hoax 5: Fake Information	14.00-15.00	Drs. Kamaludin, MA, PhD
8	Berita Hoax 6: Manipulated Content	15.00-16.00	Yuni Budi Lestari, MA
TEA BREAK			
9	Berita Hoax 7: False Connection	16.15-17.15	Dr. H. Nuriadi, M.Hum
10	Berita Hoax 8: Satire/Parody Content	17.15-18.15	Dr. Amrullah, M.Pd
11	Penutupan (Closing)	18.15	Tim

Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan

Evaluasi peserta dilaksanakan sebelum, sesaat dan sesudah kegiatan dilaksanakan dengan diberikan angket melalui google form untuk mengevaluasi keterpaparan peserta pada berita hoaks di social media. Selama kegiatan berlangsung, angket juga disebarikan melalui google form agar peserta dapat menilai pelaksanaan kegiatan serta memberikan saran agar kegiatan berguna bagi mereka.

Dari angket tersebut diperoleh gambaran keterpaparan peserta kepada berita hoaks. Keseluruhan peserta melaporkan pernah menemukan berita hoaks di social media, walau hanya 40% peserta yang tahu kalau berita tersebut hoaks dan 50% peserta belakangan tahu kalau berita tersebut hoaks dan 10% bahkan tidak tahu sama sekali kalau berita tersebut adalah hoaks. Mayoritas peserta (60%) mengetahui adanya oknum yang bermasalah secara hukum karena menyebarkan berita hoaks tetapi mayoritas (73%) tidak yakin bahwa ada orang yang menyebarkan berita hoaks dan dihukum penjara.

Selama pelaksanaan kegiatan, seluruh peserta merasa puas dengan penyampaian materi dari narasumber, layanan konsumsi yang diberikan, serta sertifikat pelatihan yang mereka dapatkan.

Materi Kegiatan

Uraian singkat tentang materi yang disampaikan dapat dilihat dalam table berikut ini.

Tabel 4: Pokok-Pokok Materi

No	Materi	Isi
1	Pembukaan (Openning)	Registrasi peserta, silaturahmi, dan persiapan teknis
2	Pentingnya Berbahasa Baik dan Benar	Berbahasa yang baik dan benar, bahasa dan konteks, bahasa dan sopan santun, bahasa dan jati diri
3	Berita Hoax 1: False Contexts	Definisi, contoh, analisis tujuan komunikasi, struktur generik, dan fitur-fitur kebahasaan

4	Berita Hoax 2: Imposter News Content	Definisi, contoh, analisis tujuan komunikasi, struktur generik, dan fitur-fitur kebahasaan
5	Berita Hoax 3: Fake News Sites	Definisi, contoh, analisis tujuan komunikasi, struktur generik, dan fitur-fitur kebahasaan
6	Berita Hoax 4: Misleading Content	Definisi, contoh, analisis tujuan komunikasi, struktur generik, dan fitur-fitur kebahasaan
7	Berita Hoax 5: Fake Information	Definisi, contoh, analisis tujuan komunikasi, struktur generik, dan fitur-fitur kebahasaan
8	Berita Hoax 6: Manipulated Content	Definisi, contoh, analisis tujuan komunikasi, struktur generik, dan fitur-fitur kebahasaan
9	Berita Hoax 7: False Connection	Definisi, contoh, analisis tujuan komunikasi, struktur generik, dan fitur-fitur kebahasaan
10	Berita Hoax 8: Satire/Parody Content	Definisi, contoh, analisis tujuan komunikasi, struktur generik, dan fitur-fitur kebahasaan
11	Penutupan (Closing)	Pembagian sertifikat dan foto bersama

Evaluasi Peserta Setelah Kegiatan

Setelah pelaksanaan kegiatan, evaluasi pemahaman siswa dilaksanakan dengan menguji pemahaman mereka pada tujuan komunikasi, struktur teks dan fitur kebahasaan sebagai petanda jenis-jenis berita hoaks.

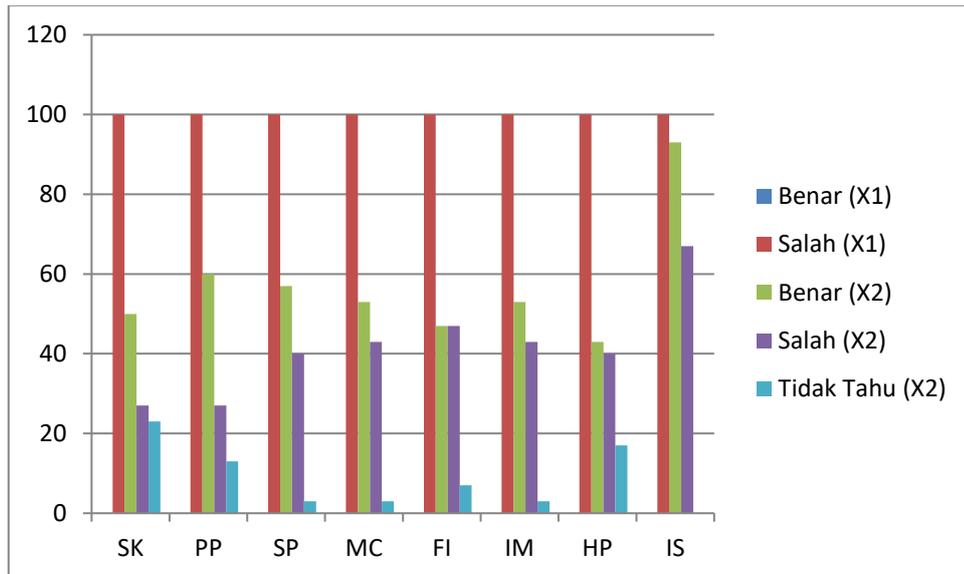
Evaluasi pemahaman peserta terhadap fungsi social atau tujuan komunikasi berbagai jenis teks hoaks menunjukkan bahwa sebelum pelatihan ini seluruh siswa tidak mengetahui tujuan komunikasi tersebut. Setelah diberi pelatihan, ada peningkatan pemahaman sehingga mereka dapat terhindar dari menyebarkannya (Lihat Grafik 1).

Perlu dicatat bahwa Grafik 1 dan grafik-grafik lain dalam artikel ini menggunakan symbol sebagai berikut:

Tabel 5: Simbol dalam Grafik

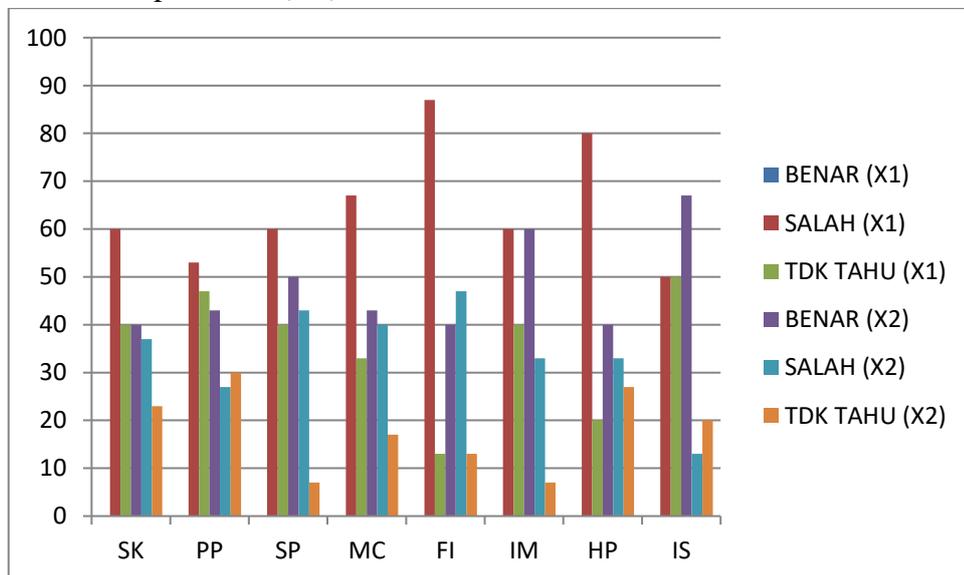
Simbol	Jenis Berita Hoaks
SK	False Context (Salah Konteks)
PP	Penyiar Palsu (Imposter News Content)
SP	Situs Palsu (Fake News Site)
MC	Isi Palsu (Misleading Content)
FI	Informasi Palsu (Fake Information)
IM	Isi Manipulatif (Manipulated Content)
HP	Hubungan Palsu (False Connection)
IS	Isi Sindiran (Satire/Parody Content)

Grafik 1: Pemahaman Siswa tentang tujuan komunikasi {fungsi social) berita hoaks sebelum (X1) dan setelah pelatihan (X2)



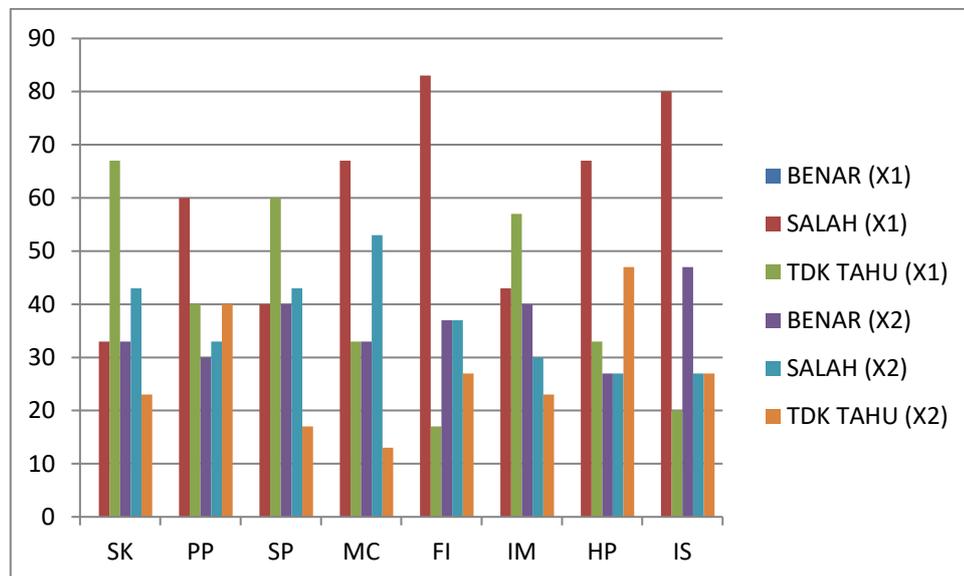
Pemahaman siswa terhadap struktur generik berita hoaks dan kemampuan mereka mendeteksi permainan bahasa yang dilakukan penulis untuk menyamarkan berita hoaks yang dibuatnya meningkat setelah pelatihan ini. Jika sebelumnya seluruh siswa (100%) salah mendeteksi berita hoaks, setelah pelatihan rata-rata 45% siswa telah mampu mendeteksi struktur generik berita hoaks.

Grafik 2: Pemahaman Siswa tentang struktur generik berita hoaks sebelum (X1) dan setelah pelatihan (X2)



Terakhir, kemampuan siswa mendeteksi petanda-petanda kebahasaan dan non-kebahasaan berita hoaks juga meningkat setelah pelatihan ini. Jika sebelum pelatihan siswa peserta 100% tidak dapat menentukan ciri-ciri kebahasaan dan non-kebahasaan berita hoaks, setelah pelatihan terdapat peningkatan pemahaman rata-rata 36% untuk setiap jenis berita hoaks yang diujikan.

Grafik 3: Pemahaman Siswa tentang fitur berita hoaks sebelum (X1) dan setelah pelatihan (X2)



Luaran Kegiatan

Luaran kegiatan ini dapat berupa luaran jangka pendek dan jangka panjang. Luaran jangka pendek telah tercapai dengan adanya peningkatan pemahaman siswa terhadap tujuan komunikasi, struktur generic dan fitur berita hoaks. Luaran jangka panjang masih perlu ditinjau lebih lanjut dan hal ini amat sulit dilakukan karena bersifat pribadi dalam laku perbuatan pribadi siswa.

Simpulan dan Saran**Simpulan**

Kegiatan pelatihan ini telah berhasil meningkatkan pemahaman siswa terhadap fungsi social, tujuan komunikasi, struktur generik, dan fitur-fitur kebahasaan dan non-kebahasaan dalam berita hoaks. Materi yang disampaikan para petatar dapat dinilai efektif dan para peserta telah berpartisipasi dengan baik.

Saran

Agar kegiatan serupa dapat berjalan dengan baik di masa mendatang, disarankan agar kegiatan tersebut berkelanjutan dan berkesinambungan dengan program sekolah.

Referensi

- Afroz, Sadia., Brennan, Michael, dan Greenstadt, Rachel. 2012. *Detecting Hoaxes, Frauds, and Deception in Writing Style Online*. 2012 IEEE Symposium on Security and Privacy. <https://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?arnumber=6234430>. Diakses 12 Pebruari 2019 pukul 17.00 WITA
- Bhatt, Gaurav., Sharma, Aman., Sharma, Shivam., dan Nagpal, Angkush. 2017. On the Benefit of Combining Neural, Statistical and External Features for Fake News Identification. *Cornell University Computation and Language*. <https://arxiv.org/pdf/1712.03935.pdf>. Diakses 12 Pebruari 2019 pukul 19.00 WITA
- Bell, Allan. 2006. Speech Accommodation Theory and Audience Design Keith Brown (Ed.), *Encyclopedia of Language and Linguistics*. Oxford, UK: Elsevier. pp. 11--648
- Bertens, Kees. 1983. *Filsafat Barat Abad XX: Inggris-Jerman*, Gramedia.
- Gelfert, Axel. 2018. Fake News: A Definition. *Informal Logic*, Vol. 38, No.1 (2018), pp. 84–117.
- Heryanto, Ariel. (1989). Berjangkitnya Bangsa-Bangsa di Indonesia. *Majalah Pemikiran Sosial Ekonomi. Prisma No 1 Tahun XVIII, 1989*. Halaman 3-16, LP3ES.
- Hymes, Dell. 1974. *Foundations of Sociolinguistics: An Ethnographic Approach*. Philadelphia: University of Pennsylvania P, 1974..
- Halliday, M. A. K. 1993. "Language as Social Semiotic." Janet Maybin (Ed.) *Language and Literacy in Social Practice: A Reader*: Clevedon: Multilingual Matters, pp. 23-43.
- Halliday, M.A.K. 1994. *An Introduction to Functional Grammar (2nd Ed.)*. New York, Edward Arnold
- Halliday, M.A.K. and Hasan, R. 1985. *Language, Context And Text: Aspects Of Language In A Social-Semiotic Perspective*. Victoria: Deakin University.
- Hikam, AS. 1999. *Demokrasi dan Civil Society*. Jakarta, LP3ES
- Wilujeng, Sri Rahayu. (2003). *Bahasa Politik dalam Perspektif Filsafat Bahasa Ludwig Wittgenstein*. <https://media.neliti.com/media/publications/5029-ID-bahasa-politik-dalam-perspektif-filsafat-bahasa-ludwig-wittgenstein.pdf>. Diakses 12 Pebruari 2019 pukul 19.00 WITA.
- Pinheiro, A., Cappeli, C. and Maciel, C. 2017. Designing Auditability in Social Networks to Prevent the Spread of False Information. *IEEE Latin America Transactions*, VOL. 15, No. 12, December 2017, pp. 2282-2289
- Voloshinov, N.N. 1993. "Language and Ideology." Janet Maybin (Ed.) *Language and Literacy in Social Practice: A Reader*: Clevedon: Multilingual Matters, pp. 44-57.
- Yusra, Kamaludin. 2012. *Language and Social Solidarity*. Mataram, CERDAS Publication

- Yusra, Kamaludin, dan Lestari, Yuni Budi. 2018. Integrating Attitude, Knowledge and Skills in K-13 English Lesson Plans: Explorations into Teachers' Agentic Roles in Materials Development. *Asian EFL Journal*, 20 (3): 172-190.
- Yusra, Kamaludin, dan Lestari, Yuni Budi. 2017. *Teacher Strategies in Integrating Attitude, Knowledge and Skills in K-13 English Lessons: A Case Study of Islamic Boarding Schools in Lombok*. Makalah dipresentasikan The Tenth Conference On Applied Linguistics And The Second English Language Teaching And Technology Conference November 22 - 23, 2017 Banana Inn Bandung.