

Hoaks dan Indeks Alibaca

FAISAL ZAINI DAHLAN

Dosen UIN Imam Bonjol Padang

BARU-baru ini, Puslitjakdikbud Kemendikbud RI merilis Indeks Aktivitas Literasi Membaca disingkat Indeks Alibaca, di tengah marak dan menjamurnya hoaks terutama di media sosial. Melalui sejumlah dimensi dan indikator, alat ukur ini merekam tingkat aktivitas literasi membaca masyarakat di 34 Provinsi pada kurun waktu 2018. Hasilnya ternyata sangat memprihatinkan. Secara nasional, aktivitas literasi kita berada pada kategori rendah, di angka 37,32. Menariknya, ada dua dimensi indeks yang tergolong positif, yakni dimensi kecakapan dan dimensi alternatif. Aspek yang disebut terakhir, terkait pemanfaatan perangkat teknologi informasi. Artinya, masyarakat kita sangat gandrung mengakses komputer dan internet. Namun bisa jadi, justru inilah penyebab maraknya hoaks di masyarakat selama ini. Tingginya akses teknologi informasi, ternyata belum diimbangi oleh budaya literasi yang memadai.

Indeks Alibaca

Sejak beberapa tahun belakangan, berbagai lembaga internasional menempatkan Indonesia pada urutan bawah tingkat literasi dunia. DetikNews (5/1/19) merilis sejumlah hasil riset yang menunjukkan parahnya minat baca kita. Penelitian PISA (Program for International Student Assessment) 2015 terhadap sekitar 540 ribu anak di 70 negara, menempatkan Indonesia pada peringkat 62. Puncaknya, riset CCSU (Central Connecticut State University) pada Maret 2016, merilis data yang mendudukan bangsa ini di urutan 60 dari 61 negara yang disurvei tingkat literasinya.

Meski ada pihak yang meragukan hasil survei itu, tetapi Indeks Alibaca yang dirilis Kemendikbud RI jelas menguatkan data yang diungkap lembaga-lembaga tersebut. Indeks Alibaca menyebut bahwa dari 34 provinsi, tidak satu pun yang berada pada level aktivitas literasi tinggi. Hanya 9 provinsi (26%) dengan level sedang, yakni DKI

Jakarta, DI Yogyakarta, Kepri, Kaltim, Bali, Kaltara, Kep. Babel, Banten, dan Sulut. Sedangkan 24 provinsi selebihnya (71%), termasuk Sumatera Barat berada pada level rendah, bahkan 1 provinsi (3%) yakni Papua, masuk kategori rendah sekali.

Survei ini tersusun dari 4 indeks dimensi, yakni kecakapan, akses, alternatif, dan budaya. Dari dimensi kecakapan dengan indikator bebas buta aksara latin dan rata-rata lama sekolah, indeks menunjukkan hasil secara umum telah memadai. Sementara dimensi akses, baik di sekolah maupun masyarakat, termasuk sangat rendah. Angka perpustakaan sekolah dengan kondisi baik berikut pengelolanya, belum memadai. Demikian pula tingkat keberadaan perpustakaan umum, serta rumah tangga yang membeli koran dan majalah, masih jauh dari ideal. Indeks dimensi budaya menunjukkan bahwa perilaku masyarakat dalam membaca buku, koran/majalah, artikel atau berita di media elektronik/internet, masih rendah. Demikian pula aktivitas mengunjungi perpustakaan umum dan taman bacaan.

Berbeda dari dimensi akses dan budaya, seperti disebutkan di atas ternyata dimensi alternatif dengan indikator ketersediaan jaringan internet di sekolah, serta akses internet dan penggunaan komputer di rumah tangga, memberi angka cukup besar meski belum merata di seluruh daerah. Data ini menjelaskan bahwa keandrungan masyarakat kita terhadap komputer dan internet, sudah memadai. Mestinya kondisi ini bisa dimanfaatkan lebih jauh untuk peningkatan tingkat aktivitas literasi masyarakat.

Literasi untuk Turn Back Hoaks

Rendahnya tingkat literasi masyarakat kita ternyata memang berbanding terbalik dengan tingginya tingkat akses internet. Untari (2019)

menyebut bahwa Indonesia masuk 5 besar negara yang paling kecanduan internet. Mengutip laman Guardian, Untari mengungkapkan, masyarakat kita menghabiskan lebih sepertiga hari (8 jam 36 menit) untuk mengakses internet. Angka ini cukup tinggi dibanding Jepang yang menghabiskan paling sedikit waktu online dengan hanya rata-rata 3 jam dan 45 menit sehari.

Tingginya akses internet di tanah air terutama didominasi pengguna perangkat mobile. Dalam catatan Sidik (2018), angkanya sangat signifikan, termasuk pengguna media sosial. Mengutip data Hootsuite, jumlah pengguna Internet di Indonesia per Januari 2018 saja, menembus angka 132,7 juta, dengan pengguna aktif media sosial sebesar 130 juta. Sedangkan populasi pengguna perangkat mobile sendiri masih lebih besar, mencapai 177,9 juta pengguna, 120 juta di antaranya pengguna aktif mobile social.

Angka yang sangat fantastis ini tentu saja merupakan potensi besar bagi kemajuan berbagai bidang kehidupan jika dimanfaatkan untuk tujuan-tujuan positif. Namun di sisi lain, bisa berubah menjadi musibah besar ketika digunakan untuk maksud-maksud destruktif. Karenanya, sikap kritis dalam menerima konten media menjadi mutlak dimiliki oleh setiap pengguna. Misalnya saja fenomena hoaks dan ujaran kebencian yang meski kelihatan sederhana, tetapi berdampak sangat besar. Cyber crime ini terbukti mampu memecah belah dan memperuncing polarisasi. Jika tidak ditangani segera dan serius, maka tidak mustahil bisa meruntuhkan sendi-sendi persatuan dan kesatuan bangsa.

Upaya turn back hoax harus menasar kepada dua pihak secara simultan; pembuat dan penyebar hoaks. Meski kedua pihak ini sama-sama bertanggungjawab, tetapi motivasi keduanya cenderung berbeda dari

aspek kepentingan. Christiany Juditha (2018) mengidentifikasi tiga tujuan disebarkannya hoaks, yakni motif ekonomi, motif ideologis-politis, dan motif kesenangan. Menurutnya, setiap hoaks pasti diproduksi untuk merugikan pihak lain. Beberapa pihak menyebut bahwa motif utama pembuat berita bohong ini adalah ekonomi, terutama meraup keuntungan melalui "klik" para konsumen.

Berbeda dari produsen yang sengaja membuat berita bohong, para konsumen yang kemudian menjadi penyebar seringkali justru tidak menyadari kebohongan hoaks. Bahkan, mereka menyebarkannya karena menganggap berita atau pesan tersebut sebagai kebenaran dan karenanya perlu disampaikan. Lantaran itulah mutlak dibutuhkan pencerdasan melalui peningkatan literasi, baik tentang dunia media sosial itu sendiri maupun berbagai pengetahuan dan keilmuan, terutama menyangkut kepentingan publik.

Dalam konteks inilah perlu kembali membangun kepercayaan publik terhadap media mainstream, baik cetak maupun elektronik. Trust terhadap media mainstream akan menjadikannya sebagai sumber rujukan, sehingga media sosial justru berperan sebagai perpanjangan tangan sumber terpercaya tersebut. Berita dan analisis liar tentang isu-isu aktual di media sosial, dengan sendirinya akan tersaring oleh pikiran kritis hasil literasi dari media mainstream. Di sisi lain, kebutuhan publik yang tinggi akan isu-isu sosial politik adalah sebuah fakta, yang karenanya kini menjadi konten utama hoaks yang diminati di media sosial. Nah, jika kebutuhan ini terpenuhi oleh media mainstream, maka dengan sendirinya akan memicu minat literasi terhadap media mainstream. Pada akhirnya, angka pengguna media sosial yang tinggi tersebut akan berbanding lurus dengan tingkat literasi. Ketika tingkat literasi naik maka pengguna media sosial semakin cerdas, dan hoaks pun akan turn back. Wallahu a'lam. (*)