



BijakBersosmed

Tips dan Informasi Gerakan #BijakBersosmed 2017



HIGHLIGHT : ETIKA BERMEDSOS

TIC TALK : TANTANGAN DI MEDSOS

SHARING CORNER : YUK, MENGENAL UU ITE

ON THE SPOTLIGHT

SOSIAL MEDIA INDONESIA





***MERDEKA DENGAN BIJAK
BIJAK DENGAN MERDEKA***

05 SAMBUTAN

08 ON THE SPOTLIGHT :
MEDIA SOSIAL INDONESIA

14 HIGHLIGHT :
ETIKA BERMEDSOS

20 TIC TALK :
TANTANGAN DI MEDSOS

26 SHARING CORNER :
MENGENAL UU ITE

29 UCAPAN
TERIMA KASIH

JIKA DIGUNAKAN DENGAN BENAR, MEDIA SOSIAL DAN TEKNOLOGI DIGITAL AKAN MENJADI BERKAH BAGI BANGSA INDONESIA, BISA MEMPERERAT SILATURAHMI DAN MEMPERSATUKAN WARGANET DARI SABANG SAMPAI MERAUKE. KARENA ITU JANGAN SAMPAI ADA KONTEN NEGATIF DI DALAMNYA. PENUHI DENGAN HAL-HAL YANG BERGUNA. BAGIKAN HANYA INFORMASI YANG TELAH KITA SARING KEBENARAN DAN MANFAATNYA. JANGAN SAMPAI JEMPOL KITA LEBIH CEPAT DARIPADA PIKIRAN SAAT BERHADAPAN DENGAN MEDIA SOSIAL. YUK #BIJAKBERSOSMED

Rudiantara, Menteri Komunikasi dan Informatika RI



"SELAMAT ATAS PELUNCURAN GERAKAN PUBLIK #BIJAKBERSOSMED, MENINGAT KONDISI MEDIA SOSIAL KITA SEKARANG, GERAKAN INI JADI PENTING DAN KRUSIAL UNTUK SELALU KITA DENGUNGKAN BERSAMA. SETIAP ORANG, SETIAP KOMUNITAS, SETIAP ORGANISASI PERLU TERLIBAT DI DALAMNYA!"

Alexander Rusli, President Director & CEO Indosat Ooredoo





#BIJAKBERSOSMED

Teknologi digital menghadirkan ruang komunikasi dan media informasi yang tidak lagi terbatas oleh waktu dan jarak.

Di media sosial kita bisa bebas berpendapat dan berekspresi, namun perlu ditegaskan bahwa kebebasan tersebut bukanlah kebebasan mutlak tanpa batas dan etika.

Dalam rangka memperingati 72 tahun kemerdekaan Indonesia dan 50 tahun usia Indosat Ooredoo, Gerakan #BijakBersosmed mempersembahkan eBook yang berupa kumpulan informasi dan panduan untuk menggunakan media sosial secara bijak. Gerakan #BijakBersosmed adalah seruan agar kita lebih bijak dalam menggunakan media sosial.

Menjaganya agar tetap positif sambil tetap berhati-hati. Karena perilaku kita di media sosial adalah cermin dan sekaligus berdampak besar di dunia nyata.



Berikut beberapa dampak positif dari penggunaan sosial media¹:

Untuk menghimpun keluarga, saudara, kerabat yang tersebar.

Berperan untuk mempertemukan kembali kerabat yang jauh dan sudah lama tidak bertemu

Sebagai media penyebaran informasi.

Informasi terkini sangat mudah menyebar melalui media sosial. Hanya dalam beberapa menit setelah kejadian, kita bisa menerima informasi tersebut.

Memperluas jaringan pertemanan.

Berkomunikasi dengan siapa saja, bahkan dengan orang yang belum kita kenal sekalipun dari berbagai penjuru dunia.

Situs jejaring sosial membuat kita menjadi lebih bersahabat, perhatian, dan empati.

Sebagai sarana untuk mengembangkan keterampilan dan sosial.

Belajar cara beradaptasi, bersosialisasi dengan publik dan mengelola jaringan pertemanan.

Sebagai media promosi dalam bisnis.

Pengusaha kecil dapat mempromosikan produk dan jasanya tanpa mengeluarkan banyak biaya.

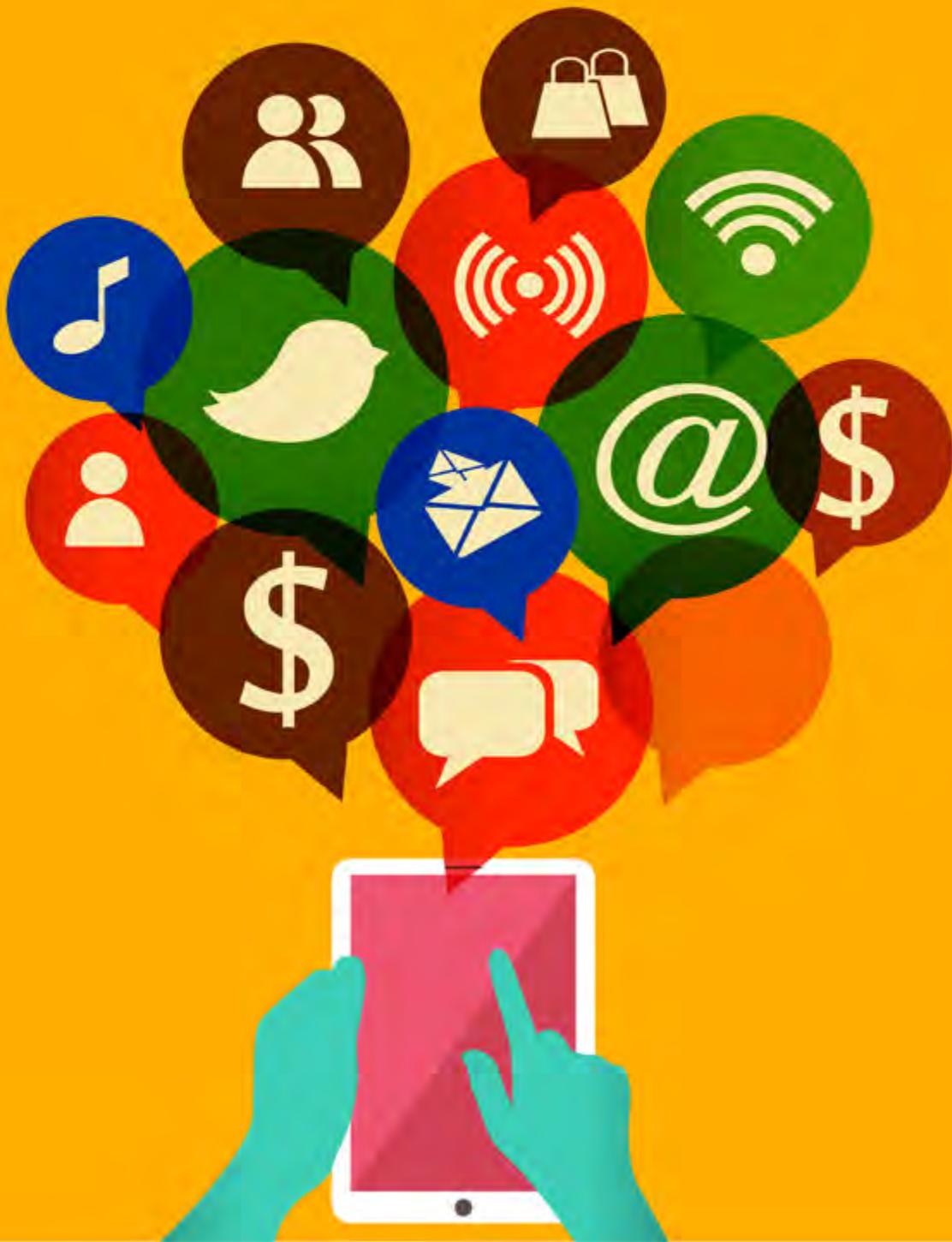
¹ https://www.instagram.com/p/BXmmwpcFJUD/?taken-by=bijakbersosmed_



**POSTING
YANG PENTING
BUKAN
YANG PENTING
POSTING**

ON THE SPOTLIGHT

MEDIA SOSIAL INDONESIA



A. Sekilas Perkembangan Sosial Media di Indonesia

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) mengungkapkan pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial. Menurut data dari Weber-shandwick, perusahaan *public relations*

dan pemberi layanan jasa komunikasi, untuk wilayah Indonesia ada sekitar 65 juta pengguna Facebook aktif. Sebanyak 33 juta pengguna aktif per harinya, 55 juta pengguna aktif yang memakai perangkat *mobile* dalam pengaksesannya per bulan dan

di sekitar 28 juta pengguna aktif yang memakai perangkat *mobile* per harinya.²



65 juta
33 juta pengguna aktif /hari



95%
mengakses media sosial

63 juta jiwa
pengguna internet indonesia



Generasi muda dalam rentang usia 20-24 tahun dan 25-29 tahun memiliki angka penetrasi hingga lebih dari 80 persen pengguna internet di Indonesia.

Angka tersebut relatif tinggi ketimbang penduduk kelompok usia lainnya berdasarkan riset terbaru yang dirilis Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.

Pada kategori 20-24 tahun ditemukan 22,3 juta jiwa yang setara 82 persen dari total penduduk di kelompok itu.

Sedangkan pada kelompok 25-29 tahun, terdapat 24 juta pengguna internet atau setara 80 persen total jumlah jiwa. Media sosial merajai konten internet sebagai yang paling sering diakses *netizen*. Tercatat 97,4 persen orang Indonesia mengakses akun media sosial saat menggunakan internet. Selain itu, indikasi dominasi usia muda terlihat dari aktivitas menonton film secara daring, memutar musik *online*, dan menonton

olahraga *online* menjadi pilihan utama pengguna internet sebagai sumber hiburannya. Cukup jelas ketiga aktivitas itu dekat dengan gaya hidup kelompok usia muda³. Disimpulkan kalau rata-rata pengguna *e-commerce* di tanah air membelanjakan sekitar US\$228 (sekitar Rp3 juta) per tahun⁴.

Dari segi pertambahan jumlah pengguna di layanan media sosial, Indonesia menempati posisi ketiga di dunia. Kita berhasil mengalahkan Brazil dan Amerika Serikat, dan hanya kalah dari Cina dan India. Khusus untuk jumlah pengguna Facebook, We Are Social (salah satu perusahaan riset dunia) mengklaim kalau Indonesia masih menempati posisi keempat dalam daftar negara dengan pengguna Facebook terbanyak, dengan jumlah seratus enam juta pengguna. Indonesia hanya kalah dari Amerika Serikat, India, dan Brazil. Terkait *e-commerce*, jumlah pengguna internet yang berbelanja secara *online* di tanah air disebut-sebut telah mencapai 24,74 juta orang. Selama setahun terakhir, para pengguna tersebut menghabiskan uang sebesar US\$5,6 miliar (sekitar Rp74,6 triliun) untuk berbelanja di berbagai *e-commerce*. Dari data tersebut dapat disimpulkan kalau rata-rata pengguna *e-commerce* di tanah air membelanjakan sekitar US\$228 (sekitar Rp3 juta) per tahun⁴.



22,3 juta
umur 20-24 th



24 juta
umur 25-29 th



US\$5,6
miliar

nilai transaksi
e-commerce
Indonesia

24,74 juta
pengguna
e-commerce

B. Jenis-jenis Platform Media Sosial

Berikut adalah 6 jenis Platform Media Sosial⁵:

1 Collaborative projects:

Wikipedia adalah ensiklopedia kolaboratif di mana semua orang bisa menulis, mengedit dan menambah isinya. Banyak orang menggunakan Wikipedia untuk menyelesaikan tugas dan pekerjaan rumah. Hanya saja yang perlu diingat, sesuai dengan sifatnya yang 'kolaboratif,' maka siapapun dapat menulis maupun mengubah informasi yang terdapat didalamnya. Untuk itu perlu klarifikasi mendalam setelah memperoleh informasi dari wadah ini.

2 Content communities:

YouTube adalah sebuah situs web video sharing (berbagi video) populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Di Youtube kita dapat mengunggah video kita sendiri, mempromosikan video klip baru para musisi atau mempromosikan film – film baru.

3 Blogs and microblogs:

Sekarang, Twitter menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan. Aplikasi yang sederhana hanya dengan meng-*update* status menjadi daya tarik para penggunanya.

4 Social networking sites:

Facebook adalah sebuah layanan jejaring sosial yang diluncurkan pada Februari 2004. Bermula dari jejaring sosial yang didirikan dan diperuntukan untuk mahasiswa Universitas Harvard, Amerika Serikat, kini Facebook menjadi media sosial paling populer di dunia. Di Facebook kita berbagi informasi, foto, dan video dengan teman dan keluarga.

5 Virtual game worlds:

Virtual Worlds terikat diantara *online gaming dan social networks*, *virtual world emulations* berubah dari eksperimental menjadi surga untuk *immersive communities*.

6 Virtual social worlds:

Second Life atau Kehidupan Kedua (bahasa Indonesia) adalah dunia maya berbasis internet dan diluncurkan pada tahun 2003. Second Life dikembangkan oleh perusahaan riset Linden Research, Inc. (sering disebut juga sebagai lab Linden), komunitas maya ini menjadi perhatian dunia saat diliput oleh media berita pada akhir tahun 2006 dan awal 2007.

⁵ Kaplan Andreas M., Haenlein Michael (2010) Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media, *Business Horizons*, 53(1), 59–68

Berdasarkan fitur dan kegunaannya, media sosial dapat dibagi menjadi 8 jenis : ⁶

1 Relationship Networks

Contoh : Facebook, LinkedIn, Google Plus

Relationship Networks dapat dikatakan sebagai awal mula media sosial menjadi *booming*. Jenis media sosial ini biasanya berisikan halaman profil yang berguna untuk memposting foto, biodata dan informasi lainnya mengenai pengguna.

3 Online Reviews

Contoh : Yelp, Open Rice, Zomato, Trip Advisor

Media sosial jenis ini berbasis lokasi yang menggunakan teknologi *Geolocation* (geolokasi). Artinya, pengguna dapat menginformasikan sesuatu berdasarkan lokasi atau geografis yang mereka tentukan beserta dengan konten di dalamnya.

5 Social Publishing Platforms

Contoh : Blog, Medium, Tumblr

Contoh media sosial ini adalah *blog* dan *microblog* untuk membagikan artikel yang ditulis para pengguna. *Social publishing platform* bisa bersifat *real time* maupun tidak.

7 Internet-based Network

Contoh : Facebook Groups, LinkedIn Groups, Google+ communities, dll

Manfaat utama media sosial adalah kemampuannya mempertemukan banyak orang dengan latar belakang yang sama ataupun berbeda dalam sebuah jaringan (*network*).

2 Media Sharing Networks

Contoh : YouTube, Vimeo, Snapchat, Instagram

Jenis media sosial ini dibuat dengan tujuan untuk saling berbagi informasi dan konten khusus antar pengguna misalnya foto atau video. Pengguna bisa menggunakan fitur-fitur untuk mengedit konten mereka sebelum memposting dan membagikannya ke orang lain (*tag* atau *mention*).

4 Forum Diskusi

Contoh : Kaskus, Stack Over Flow, Reddit

Forum diskusi merupakan salah satu jenis media sosial perintis pada masa awal mula berkembangnya internet. Sebelum Facebook muncul, pengguna internet bertemu dan saling berkomunikasi dalam forum diskusi.

6 Bookmarking Sites

Contoh : StumbleUpon, Pinterest dan Flipboard

Media sosial ini memungkinkan pengguna untuk mengumpulkan konten (teks, gambar, video, link) lalu menyimpannya dalam akun masing-masing. Pengguna bisa menyimpan konten secara privat atau memberikan bebas akses untuk pengguna lainnya.

8 E-Commerce

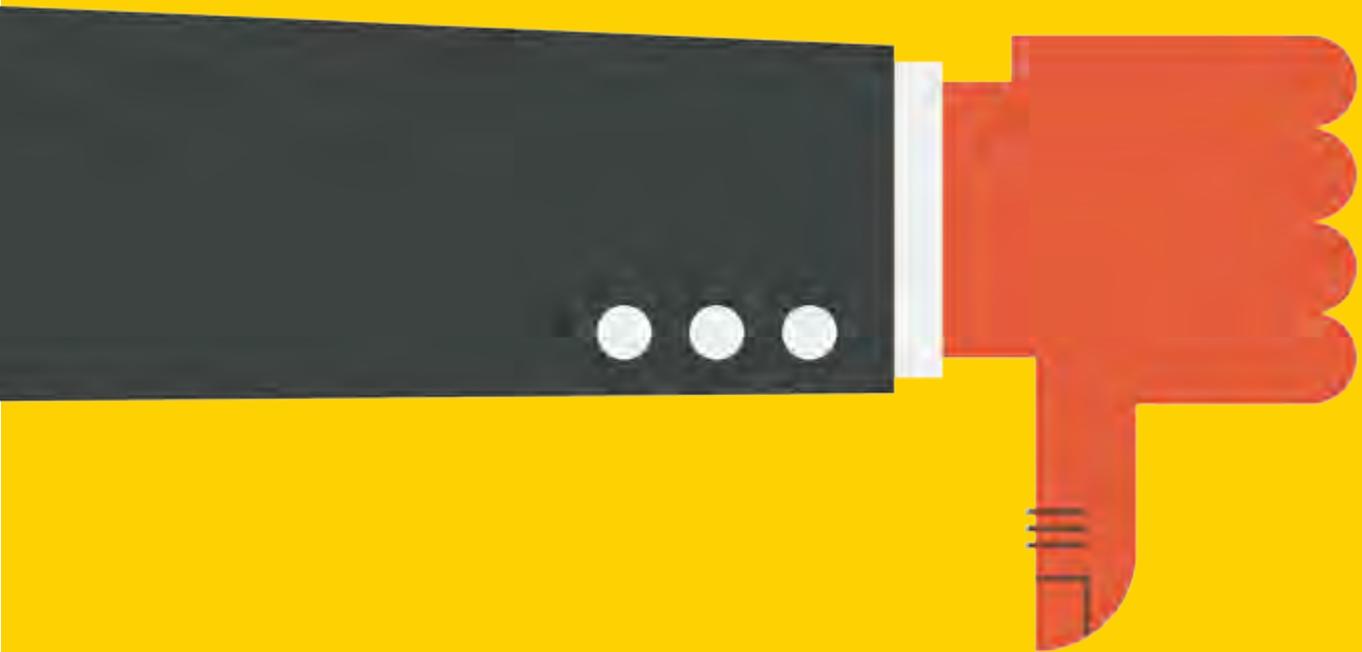
Contoh : Amazon, Tokopedia, Gojek, dll.

E-Commerce adalah bentuk media sosial yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi jual beli menggunakan fitur yang ada.

***YOU ARE
WHAT YOU
SHARE***

HIGHLIGHT

ETIKA BERMEDIASOSIAL



A. Prinsip

THINK (*True, Helpful, Illegal, Necessary, Kind*) dapat dijadikan prinsip dasar yang sederhana untuk membantu kita menggunakan media sosial dengan cerdas:

IS IT TRUE?

Apakah informasi atau konten yang diunggah atau akan dibagi adalah benar? Banyak informasi yang beredar merupakan *hoax* (bohong) atau sudah disunting oleh banyak tangan. Kita harus mampu menelaah kebenaran isi media sosial. Misalnya dengan membiasakan mengecek ke beberapa sumber berbeda yang terpercaya: situs berita, ensiklopedi, atau bertanya langsung kepada sumbernya. Kita juga sebaiknya tidak mudah untuk menerima permintaan pertemanan dari orang-orang yang tidak kita kenal, bahkan ketika memiliki *mutual friend*. Tidak semua profil dapat dipercaya!

Teknologi hendaknya digunakan untuk kebaikan dan bermanfaat bagi orang lain. Ketika kita mengunggah sebuah informasi, foto atau video, mari kita pikirkan apakah materi tersebut bermanfaat dan mungkin dapat menolong teman dan keluarga kita yang menerimanya.

IS IT HELPFUL?

IS IT ILLEGAL?

Sadari adanya hak cipta. Ketika kita akan memuat atau membagi tulisan atau foto, tanyakan kembali: Apakah si empunya sudah setuju? Biasakan diri untuk menuliskan sumber materi yang ingin diunggah ke media sosial. Misalnya: kredit foto: [nama empunya/sumber], sumber: [nama situs/buku/penulis]. Mintalah izin di media sosial dengan cara menulis di komentar atau mengirimkan pesan pribadi.

Ketahui juga bahwa ada yang dikategorikan termasuk dalam konten ilegal atau melawan hukum, contohnya konten yang mengandung pornografi, ujaran kebencian, penipuan hingga ancaman atau intimidasi.

Kita biasanya memiliki kecenderungan berbagi semua hal di media sosial. Ke mana kita pergi, apa yang kita pikirkan, sampai terkadang tidak sadar ingin berbagi sesuatu yang bersifat pribadi. Mari kita berpikir lagi, sedemikian perlukah kita mengunggah konten tersebut? Buatlah skala prioritas. Perlukah konten tersebut dimuat? Dari skala 1 – 10, di manakah posisi konten ini? Jika kurang dari 5, mari pikirkan ulang keputusannya. Ingatlah selalu, bahwa apapun yang diunggah ke media sosial akan tetap berada di sana. Jejak digital akan selalu tercatat dan dapat ditelusuri dengan mudah.

IS IT NECESSARY?

IS IT KIND?

Hal utama yang penting untuk kita ingat adalah untuk selalu mengunggah hal-hal yang tidak jahat. Apa gunanya kita memposting konten yang hanya akhirnya hanya mencederai perasaan orang lain? Tidak hanya konten berupa teks, tetapi juga foto dan video. Mari kita saling menghormati dan menghargai keberadaan *netizen* lain. Hidup terlalu pendek untuk kita habiskan saling menyakiti.

B. Panduan

Berikut 5 panduan dasar dalam menggunakan media sosial:

Menghindari Hoax

Tidak mudah percaya dengan berita yang diterima sebelum melakukan klarifikasi.

Jaga Keamanan Akun

Membuat kata kunci yang cukup sulit untuk ditebak, dan mengubahnya secara berkala.

Menyebarkan hal yang positif

Tetaplah menyebarkan informasi-informasi positif, sekalipun di media sosial yang sifatnya eksklusif.

Gunakan Seperlunya

Tetap gunakan media sosial untuk membantu meningkatkan produktifitas diri dan sadari diri jika telah mengalami ketergantungan.

Menjaga Privasi

Tidak dengan mudah memberikan informasi data diri di sosial media.



C. Etiket Media Sosial

Memulai konflik.

Perang kata-kata sangat mungkin muncul di media sosial dan sebenarnya hal ini cukup sering terjadi, contohnya saja perkelahian antar selebriti. Tapi kemudian apa yang terjadi? Mereka malah jadi bahan olok-olok pengguna media sosial yang lain, karena mengumbar perkelahian di forum umum.

Berikut adalah beberapa hal yang pantang dilakukan di media sosial.⁷

6 HAL YANG PANTANG DILAKUKAN DI MEDIA SOSIAL⁷.

Curhat masalah pribadi.

Memang, saat ini media sosial dijadikan semacam buku harian untuk para pemiliknya. Tapi kita juga harus membatasi curhat masalah pribadi yang seperti apa? Terus-terusan bercerita soal kesedihan, kemarahan, atau mengeluh akan berbagai hal hanya akan membuat reputasi kita buruk.

Mengejek orang lain dan menyebut namanya.

Lewat *tag* dan *mention*, kita bisa menyebut nama seseorang dan menuliskan pesan untuknya di muka umum. Tapi jika kita mengejeknya dengan harapan menjatuhkan reputasinya, artinya kita malah melakukan hal yang sama pada diri kita sendiri. Jika ada masalah, selesaikan secara langsung. Membawa permasalahan ke depan umum, adalah sikap yang kekanak-kanakan.

Menjelekkkan orang lain tanpa menyebut nama.

Ada juga orang yang terbiasa menulis "*no mention*", tapi kemudian menjelek-jelekkkan pihak tertentu. Hal ini juga sangat mengganggu dan bisa merusak reputasi, karena orang lain akan melihat Anda sebagai orang yang hanya berani bicara di belakang.

Berbagi foto pesta gila-gilaan.

Kamu mungkin dikenal sebagai si penggila pesta, tapi batasi juga penyebaran foto pesta gila-gilaan kamu di media sosial. Bukan tidak mungkin, keluarga, atasan atau manajemen perusahaan melihatnya dan bisa menyalahartikan karena mereka tidak mengerti konteks dari foto kamu

Bersikap terlalu ekstrem.

Sah-sah saja jika Anda punya pandangan agama dan politik tertentu. Tapi bersikap terlalu ekstrem dengan mengagung-agungkan pendapat Anda kemudian menjatuhkan opini orang lain, sama saja merusak reputasi Anda sendiri.

D. Tips penggunaan media sosial

3 TIPS SEDERHANA PENGUNAAN MEDIA SOSIAL⁸:

Sesuaikan penggunaan media sosial dengan kebutuhan atau minat. Contoh, bagi yang memiliki hobi fotografi atau membuat video, dapat menggunakan media sosial Instagram dan YouTube. Atau Anda yang memiliki bisnis, dapat membuat Fans Page di Facebook.

1

2

Supaya tidak menjadi candu, batasi penggunaan media sosial. Usahakan untuk bisa menjadwalkan waktu penggunaan media sosial pada jam dan durasi tertentu. Dengan begitu kita bisa lebih fokus dan produktif dengan penggunaan waktu kita.

3

Apabila kebiasaan untuk sekadar melihat laman **home** media sosial (Facebook, Twitter, dan Instagram) sulit dihilangkan, cobalah alokasikan waktu luang singkat, seperti ketika berada di kendaraan umum atau menunggu antrean untuk melakukan kebiasaan tersebut. Dengan mengalokasikan waktu luang tersebut, Anda bisa tetap mendapat informasi terkini, tapi tidak kehilangan waktu Anda untuk aktivitas lain yang lebih penting.

7. <http://manajemen.bisnis.com/read/20130418/56/9564/etiket-media-sosial-6-hal-pantang-dilakukan>

8. <http://cantik.tempo.co/read/news/2016/06/14/330779697/cara-bijak-menggunakan-media-sosial#qtHJfvqAMMFVv2.99>

SARING DULU

BARU

SHARING

TIC TALK

TANTANGAN DI MEDSOS



A Hoax & Berita Palsu

Hoax menjadi perbincangan hangat di media massa maupun media sosial belakangan ini karena dianggap meresahkan publik dengan informasi yang tidak bisa dipastikan kebenarannya.

Istilah *hoax*, kabar bohong, menurut Lynda Walsh dalam buku "Sins Against Science", merupakan istilah dalam bahasa Inggris yang masuk sejak era industri, diperkirakan pertama kali muncul pada 1808.

Asal kata "*hoax*" diyakini ada sejak ratusan tahun sebelumnya, yakni "*hocus*" dari mantra "*hocus pocus*", frasa yang kerap disebut oleh pesulap, serupa "*sim salabim*".

Alexander Boese dalam "Museum of Hoaxes" mencatat *hoax* pertama yang dipublikasikan adalah almanak (penanggalan) palsu yang dibuat oleh Isaac Bickerstaff alias Jonathan Swift pada 1709. Saat itu, ia meramalkan kematian astrolog John Partridge. Agar meyakinkan, ia bahkan membuat obituari palsu tentang Partridge pada hari yang diramal sebagai hari kematiannya. Swift mengarang informasi tersebut untuk mempermalukan Partridge di mata umum. Partridge pun berhenti membuat almanak astrologi hingga enam tahun setelah *hoax* beredar.

Direktur Institute of Cultural

Capital di University of Liverpool, Simeon Yates, dalam tulisan "'Fake News'- Why People Believe It and What Can Be Done to Counter It" yang dimuat di world.edu, menyebut ada fenomena gelembung, atau *bubbles*, dalam penggunaan media sosial.

Pengguna media sosial cenderung berinteraksi dengan orang yang memiliki ketertarikan yang sama dengan diri sendiri.

Dikaji dari studi kelas sosial, gelembung media sosial tersebut mencerminkan gelembung "*offline*" sehari-hari



Kelompok tersebut, kembali ke model lama, juga bertumpu pada opini pemimpin, mereka yang memiliki pengaruh di jejaring sosial. Kabar bohong yang beredar di media sosial, menjadi besar ketika diambil oleh situs kelompok tersebut, kembali ke model lama, juga bertumpu pada opini pemimpin, mereka yang memiliki pengaruh di jejaring sosial.

Kabar bohong yang beredar di media sosial, menjadi besar ketika diambil oleh situs atau pelaku terkemuka yang memiliki banyak pengikut. Kecepatan dan sifat media sosial yang mudah untuk dibagikan, *shareability* berperan dalam penyebaran berita *hoax*.⁹

Untuk bisa membedakan sebuah berita merupakan *hoax* atau tidak, memang cukup sulit. Hal ini dikarenakan *publisher* berita *hoax* membuat artikel-artikel bohong dengan sangat rapi dan teratur. Mereka sudah mengetahui selera masyarakat di Indonesia sehingga mereka semakin mahir dalam membuat berita bohong yang bisa merayu pembaca untuk mempercayainya. Namun, sebagai pembaca yang bijaksana mesti lebih teliti untuk menilai, sehingga tidak termakan *hoax*. Berikut ini tanda atau ciri yang biasanya ditemukan pada berita *hoax*¹⁰:

Tanda panah dan lingkaran merah.

Membuat tanda panah dan membuat lingkaran berwarna merah pada sebuah foto ternyata ampuh membuat masyarakat penasaran. Biasanya hal ini dilakukan untuk memancing orang lain untuk membaca atau menonton sebuah video yang sebetulnya tidak ada maknanya sama sekali. Pembuat berita berusaha menipu pembaca dengan membuat foto yang membuat penasaran, setelah pembaca tertipu dan masuk membaca artikel di dalamnya, maka kita akan tertipu lagi karena isi artikel tidak ada makna dan tidak semenarik foto juga judulnya.

Menggunakan judul berita yang spektakuler.

Untuk membuat penasaran, biasanya berita bohong menggunakan judul yang tidak masuk akal dan membuat penasaran. Tidak jarang mereka juga menambahkan kata-kata seperti "mencengangkan," "baru terjadi," "menakjubkan," dan lain-lain. Dengan menggunakan trik ini, pembaca akan sangat penasaran dan meningkatkan rasio klik dari artikel yang mereka share. 75 Persen berita dengan judul seperti ini tidak faktual terkadang isinya hanya sesuatu yang tidak penting dan tujuan utamanya hanya untuk memancing pengunjung agar lebih banyak yang masuk kedalam *website*.

Menggunakan unsur mencocok-cocokkan ("Cocoklogi").

Tidak Mencantumkan Nama Penulis Artikel

Website yang benar selalu mencantumkan nama penulisnya dan info sosial mediana atau memberikan informasi mengenai *website*-nya. *Website* berita *hoax* biasanya terkesan menyembunyikan informasi pemilik dan penulis *website*-nya.

Menggunakan alamat website yang mirip dengan media besar.

Menggunakan alamat *website* yang mirip dengan media besar. Penyebar berita bohong biasanya menggunakan alamat *website* yang aneh seperti 1001beritaaneh.com, beritabooming.tk. atau meniru nama media lain, seperti kompas.co.cc, tempo.ga, newskompass.com, dan lain-lain

HOAX!

9 <http://www.antaranews.com/berita/605171/apa-itu-hoax>

10 <https://www.karebatoraja.com/apa-itu-hoax-dan-bagaimana-cara-mengetahuinya/>

Dengan begitu banyaknya informasi dan berita yang berseliweran di dunia maya, sebaiknya Anda lebih berhati-hati dan selektif.

BERIKUT, CARA PRAKTIS MENGHINDARI BERITA BOHONG ATAU HOAX:

01

Bacalah berita hanya dari sumber yang layak dipercaya dan kredibel.

02

Baca dulu isi beritanya, baru *share* (bagi) ke media sosial (facebook, twitter, WA, dan sebagainya). Banyak orang yang hanya setelah membaca judul dan gambarnya, langsung menyebarkan berita tersebut ke media sosial tanpa mengetahui dan memahami isi berita.

03

Lihat alamat situs. Bila mendapatkan informasi hoax berupa pemberitaan media, perhatikan nama media yang membuat berita sekaligus alamat situs.

05

Jangan menelan mentah-mentah informasi yang ditemukan di internet. Pelajari setiap informasi yang didapat dari internet, lakukan cross check dengan membaca informasi serupa dari situs lain. Dengan demikian Anda akan lebih paham mana informasi yang bermanfaat dan mana yang menyesatkan.

07

Jangan mudah terprovokasi.

04

Cek fakta. Perhatikan nara sumber yang dicantumkan dalam berita tersebut, apakah berasal dari sumber resmi atau yang memiliki kredibilitas. Pembaca juga sebaiknya dapat membedakan antara fakta dan opini. Fakta merupakan peristiwa yang terjadi dan ada bukti sedangkan opini adalah pendapat dan kesan dari penulis.

06

Jangan percaya mitos. Masyarakat Indonesia masih banyak yang percaya dengan mitos-mitos tidak masuk akal, orang-orang seperti ini sangat mudah percaya dengan informasi yang tidak benar namun karena banyak yang *share* di facebook, mereka jadi percaya juga.

08

Selalu ingat, bahwa tidak semua yang dibaca di internet dan media sosial adalah benar.



B Konflik di Media Sosial

Pegiat Forum Komunikasi Digital, Damar Juniarto mengatakan, 'gelembung filter' merupakan sistem rekomendasi yang menyesuaikan media sosial dengan perilaku berinternet penggunaannya. Pengguna media sosial hanya akan menerima informasi yang sesuai dengan rekomendasi tersebut. Hal inilah yang menyebabkan konflik di media sosial kerap terjadi. Informasi homogen tersebut kerap membuat penggunaannya menjadi fanatik terhadap calon tertentu, misalkan dalam kontesasi politik. Sebab, pengguna media sosial akan melewatkan semua informasi dari sudut pandang berbeda.¹²

Dirjen Komunikasi dan Informasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika Rosarita Niken Widias-tuti mengatakan potensi konflik bisa terjadi jika penggunaan media sosial ini tidak dilakukan secara bijak. Komunikasi bertanggung jawab untuk berinisiatif meredam konflik dan menebarkan saling pengertian di antara kelompok sosial sehingga timbul saling pengertian di masyarakat.¹³

Berpendapat di media sosial merupakan hak setiap orang dan merupakan ciri demokrasi. Semua orang, baik dari kalangan intelek, tidak berpendidikan, tua, muda, lelaki, perempuan dan sebagainya memiliki

kebebasan berpendapat yang sama dan punya porsi yang tidak ditentukan karena semua manusia adalah sama-sama makhluk ciptaan Tuhan yang mulia. Namun kebebasan berpendapat sebaiknya dilandasi nilai dan norma, etika, musyawarah, toleransi, persatuan dan kesatuan dan kedamaian agar pendapat yang berbeda tidak memicu konflik, baik konflik pribadi maupun masyarakat¹⁴.



C. KRIMINALITAS DI MEDIA SOSIAL

Berikut adalah beberapa macam kriminalitas yang terjadi di media sosial:

Penipuan berkedok jual beli online.

Banyak modus para pelaku kejahatan ini misalnya dengan menawarkan barang terbaru dengan harga murah, menawarkan barang bermerek dengan harga murah, menawarkan barang bermerek dengan bahan palsu dan lainnya. Setelah pembeli tertarik dan melakukan pembayaran, akun penjual kemudian menghilang dan tidak dapat dikontak lagi.

Penculikan, pemerkosaan, penggelapan

Sebenarnya aksi kejahatan pemerkosaan, penculikan dan penggelapan tidak bisa terjadi secara langsung di media sosial tetapi media sosial tersebut merupakan perantara dalam melakukan aksi kejahatan tersebut. Modus pelaku kejahatan tersebut bervariasi, misalnya saja mereka menghubungi pengguna media sosial lain dengan menawarkan pekerjaan, atau imbalan tertentu sehingga korban pun merasa tertarik dan terbujuk hingga sampai mereka bertemu langsung dan si penjahat pun bisa dengan mudah melakukan aksinya, bisa-bisa malah anda bisa menjadi korban penculikan, penggelapan bahkan pemerkosaan.

Pembajakan akun media sosial.

Pembajakan akun media sosial merupakan kejahatan cyber sangat sering terjadi, butuh seseorang dengan keahlian IT yang sangat tinggi sekali untuk bisa melakukan pembajakan akun media sosial ini dan targetnya pun tidak segan-segan. Misalnya pemimpin perusahaan besar, pejabat, artis dan orang-orang yang sangat berpengaruh lainnya. Tujuan pembajakan akun media sosial ini biasanya untuk meminta tebusan sejumlah uang atau hanya untuk mengambil alih akun media sosial tersebut sehingga pembajak bisa leluasa menebarkan propaganda melalui akun media sosial yang berhasil mereka bajak.

Prostitusi online

Beberapa modus yang biasa dilakukan adalah dengan mengupload foto vulgar yang menggugah gairah pengguna media sosial lain sehingga membuat pengguna media sosial lain tertarik untuk menggunakan jasanya, atau dengan menggoda pengguna media sosial lain dengan kata-kata manis dan rayuan sehingga pengguna media sosial lain pun tertarik dan masih banyak lagi modus-modus lainnya.

SHARING CORNER

YUK, MENGENAL HUKUM DAN PERUNDANGAN DALAM BERMEDSOS



A. UU ITE

Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik atau Undang Undang nomor 11 tahun 2008 atau UU ITE adalah UU yang mengatur tentang informasi serta transaksi elektronik, atau teknologi informasi secara umum. UU ini memiliki yurisdiksi yang berlaku untuk setiap orang yang melakukan perbuatan hukum sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini, baik yang berada di wilayah hukum Indonesia maupun di luar wilayah hukum Indonesia, yang memiliki akibat hukum di wilayah hukum Indonesia dan/atau di luar wilayah hukum Indonesia dan merugikan kepentingan Indonesia

Asas UU ini adalah dilaksanakan berdasarkan asas kepastian hukum, manfaat, kehati-hatian, iktikad baik, dan kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi..

ADAPUN PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK DILAKSANAKAN DENGAN TUJUAN UNTUK:

- 1. MENCERDASKAN KEHIDUPAN BANGSA SEBAGAI BAGIAN DARI MASYARAKAT INFORMASI DUNIA.**
- 2. MENGEMBANGKAN PERDAGANGAN DAN PEREKONOMIAN NASIONAL DALAM RANGKA MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT.**
- 3. MENINGKATKAN EFEKTIVITAS DAN EFISIENSI PELAYANAN PUBLIK.**
- 4. MEMBUKA KESEMPATAN SELUAS-LUASNYA KEPADA SETIAP ORANG UNTUK MEMAJUKAN PEMIKIRAN DAN KEMAMPUAN DI BIDANG PENGGUNAAN DAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI SEOPTIMAL MUNGKIN DAN BERTANGGUNG JAWAB.**
- 5. MEMBERIKAN RASA AMAN, KEADILAN, DAN KEPASTIAN HUKUM BAGI PENGGUNA DAN PENYELENGGARA TEKNOLOGI INFORMASI.**

Secara umum, materi Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dibagi menjadi dua bagian besar, yaitu pengaturan mengenai informasi dan transaksi elektronik dan pengaturan mengenai perbuatan yang dilarang. Pengaturan mengenai informasi dan transaksi elektronik mengacu pada beberapa instrumen internasional, seperti *UNCITRAL Model Law on eCommerce* dan *UNCITRAL Model Law on eSignature*. Bagian ini dimaksudkan untuk mengakomodir kebutuhan para pelaku bisnis di internet dan masyarakat umumnya guna mendapatkan kepastian hukum dalam melakukan transaksi elektronik.

BEBERAPA MATERI YANG DIATUR, ANTARA LAIN:

Pengakuan informasi/dokumen elektronik sebagai alat bukti hukum yang sah (Pasal 5 & Pasal 6 UU ITE);

Tanda tangan elektronik (Pasal 11 & Pasal 12 UU ITE);

Penyelenggaraan sertifikasi elektronik (certification authority, Pasal 13 & Pasal 14 UU ITE); dan

Penyelenggaraan sistem elektronik (Pasal 15 & Pasal 16 UU ITE)

Perbuatan yang dilarang (cybercrimes). Beberapa cybercrimes yang diatur dalam UU ITE, antara lain:

1. Konten ilegal, yang terdiri dari, antara lain: kesusilaan, perjudian, penghinaan/pencemaran nama baik, pengancaman dan pemerasan (Pasal 27, Pasal 28, dan Pasal 29 UU ITE);
2. Akses ilegal (Pasal 30);
3. Intersepsi ilegal (Pasal 31);
4. Gangguan terhadap data (data interference, Pasal 32 UU ITE);
5. Gangguan terhadap sistem (system interference, Pasal 33 UU ITE);
6. Penyalahgunaan alat dan perangkat (misuse of device, Pasal 34 UU ITE);

Untuk lebih lengkap, UU ITE dapat diunduh pada tautan berikut:

<http://bit.ly/2uUr1NR>

UU ITE berlaku untuk setiap orang yang melakukan perbuatan hukum, baik yang berada di wilayah Indonesia maupun di luar Indonesia yang memiliki akibat hukum di Indonesia. Termasuk didalamnya terdapat pengaturan Nama domain dan Hak Kekayaan Intelektual.

Berikut sekilas pasal-pasal yang mengatur kasus dalam UU ITE:

Perbuatan yang dilarang (cybercrime) dijelaskan pada Bab VII (pasal 27-37):

Pasal 27 (Asusila, Perjudian, Penghinaan, Pemerasan)

Pasal 28 (Berita Bohong dan Menyesatkan, Berita Kebencian dan Permusuhan)

Pasal 29 (Ancaman Kekerasan dan Menakut-nakuti)

Pasal 30 (Akses Komputer Pihak Lain Tanpa Izin,)

Pasal 31 (Penyadapan, Perubahan, Penghilangan Informasi)

Pasal 32 (Pemindahan, Perusakan dan Membuka Informasi Rahasia)

Pasal 33 (Virus, Membuat Sistem Tidak Bekerja)

Pasal 35 (Menjadikan Seolah Dokumen Otentik)

E-Book Gerakan #BijakBersosmed tidak akan terlaksana tanpa bantuan dan dukungan berbagai pihak. Untuk itu kami ingin berterima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu kami dalam penyusunan e-book ini.

Secara khusus kepada Bapak Rudiantara, selaku Menteri Komunikasi & Informasi Republik Indonesia yang telah memberikan masukan juga dukungan penuh untuk #BijakBersosmed.

Kepada Bapak Alexander Rusli, CEO. Indosat Ooredoo., yang senantiasa memotivasi kami semua untuk terus mengembangkan gerakan #BijakBersosmed agar lebih mudah diakses & digunakan oleh masyarakat.'

Tentunya terima kasih juga kami sampaikan kepada seluruh masyarakat Indonesia yang telah secara langsung menjadi bagian dari gerakan #BijakBersosmed. Oleh karena partisipasi aktif kita bersama #BijakBersosmed tidak hanya terhenti dari sekedar slogan, tetapi menjadi aksi nyata dari, dan untuk kita bersama.

Yuk #BijakBersosmed!



INDEX &
REFERENSI

<http://ayobandung.com/read/20161124/63/13318/kemenkominfo-media-sosial-berpotensi-picu-konflik>
<http://cantik.tempo.co/read/news/2016/06/14/330779697/cara-bijak-menggunakan-media-sosial#qHJfvgpAMMFV2.99>
<http://manajemen.bisnis.com/read/20130418/56/9564/etiket-media-sosial-6-hal-pantang-dilakukan>
<http://nasional.kompas.com/read/2016/11/14/19564481/gelembung.filter.di.media.sosial.kerap.timbulkan.konflik>
<http://www.antaraneews.com/berita/605171/apa-itu-hoax>
<http://www.hipwee.com/opini/sosial-media-yang-kini-menjadi-war-media/>
<http://www.kombinasi.net/perlindungan-data-pribadi-di-indonesia/>
<http://www.progresstech.co.id/blog/jenis-sosial-media/>
<https://id.techinasia.com/pertumbuhan-pengguna-internet-di-indonesia-tahun-2016>
https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker
<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20161024161722-185-167570/pengguna-internet-di-indonesia-didominasi-anak-muda/>
<https://www.instagram.com/p/BXmmwpCFJUD/?taken-by=bijakbersosmed>
<https://www.karebatoraja.com/apa-itu-hoax-dan-bagaimana-cara-mengetahuinya/>

Kaplan Andreas M., Haenlein Michael (2010) Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media, Business Horizons, 53(1), 59–68
Some of image created by freepik and pixabay.

THANK

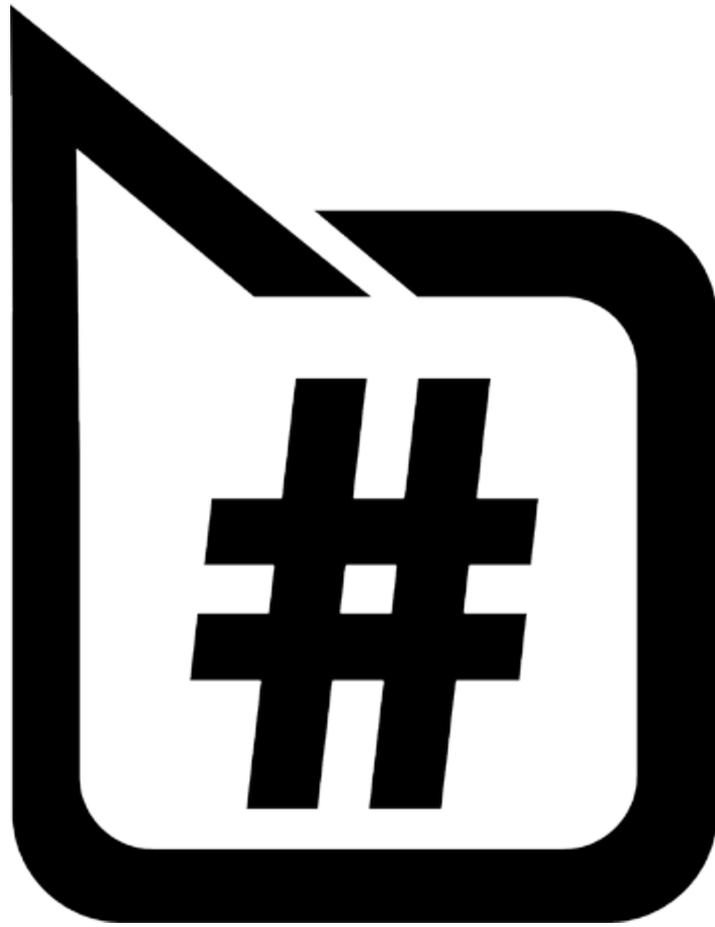


YOU

Sosial Media Berkah, Bukan Musibah

#BijakBersosmed





supported by:

