Minda Baharu, Volume x, No x Bulan, Tahun
https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/MNDBHRU

Doi. 10.33373/jmb.vxix.xxxx
P-ISSN 2656-0631; E-ISSN 2614-5944
Hal. xx-xx

TOLONG, HENTIKAN KEGILAAN INI! GENCATAN 'INFORMASI *TOXIC*' SELAMA SERANGAN COVID-19 DI INDONESIA

PLEASE, STOP THIS CRAZY! 'TOXIC INFORMATION' DURING THE COVID-19 ATTACK IN INDONESIA

Rahmawati Rahmawati[1], Saida Zainurossalamia ZA[2*], Asnawati Asnawati[3], Dio Caisar Darma[4]

[1,2,3]*Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman, Indonesia*
[4]*Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Samarinda, Indonesia*
[1]*rahmawati@feb.unmul.ac.id,*[2]*saida.zainurossalamia.za@feb.unmul.ac.id,*
[3]*asnawati@feb.unmul.ac.id,* [4]*diocaisar@stiesam.ac.id*

**Kontak: +62 812-5431-151*

Abstrak. Modernisasi TI tidak dapat dibendung lagi. Kemajuan pesat dari segala berita yang beredar di kalangan masyarakat yang aktif di *social media* kerap menimbulkan persepsi, antusias, reaksi, interpretasi; tanggapan yang beragam. Terlebih, krisis Covid-19 tentu berpotensi menimbulkan konflik akibat kesalahpahaman dalam merespon informasi yang berbeda dan ini dimaknai dengan '*toxic digital*'. Melalui PkM ini, setidaknya menjawab tantangan sekaligus peluang tentang upaya atau solusi untuk memberi strategi dan edukasi kepada netizen dalam meninjau ulang segala bentuk informasi yang masih diperdebatkan di FB, *YouTube*, *Twitter*, dan IG. Teknik PkM dirancang secara aktual dalam melihat problematika yang relevan dengan pemanfaatan literasi *digital* dan *cultue technology* yang matang untuk mereduksi *missed information*. Sederhananya, metode didukung berbasis diseminasi dan umpan balik. Perencanaan melibatkan berbagai pihak, dimana tahapan koordinasi, sosialisasi, dan *sharing-knowledge*. Tahapan PkM diterapkan di periode 2021. Peran *stakeholders* yang termuat pada konsep 'ABGC', maka setidaknya adaptasi terhadap kemajemukan pola pikir penggiat media sosial menekankan menyoroti dan menyororoti urgensitas ulasan dan berita yang berhubungan dengan angka penyebaran, kematian, penanggulangan, penanganan, dan dampak dari Covid-19 dengan bijaksana. Kami juga menawarkan kepada partisipan dan kalangan luas agar lebih cerdas dan tidak langsung mengambil kesimpulan sepihak untuk terhindar dari gangguan mental, degradasi psikologis, *cyber-bullying*, dan efek negatif lainnya.

Kata Kunci: TI; penguatan kelembagaan; edukasi; media sosial; Indonesia.

Abstract. *IT modernization is unstoppable. The rapid progress of all news circulating among people who are active on social media often creates perceptions, enthusiasm, reactions, interpretations; diverse responses. Moreover, the Covid-19 crisis certainly has the potential to cause conflict because of misunderstandings in responding to different information and they interpreted this as 'toxic digital'. Through this PkM, at least answer challenges and opportunities for efforts or solutions to provide strategies and education to netizens in reviewing all forms of information that are still being debated on FB, YouTube, Twitter, and IG. We actually designed the PkM technique to look at the problems relevant to the use of mature digital literacy and culture technology to reduce missed information. Simply put, it supports methods based on dissemination and feedback. Planning involves various parties, where the stages of coordination, socialization, and knowledge-sharing, the PkM stage, implemented in the 2021 period. The role of stakeholders in the 'ABGC' concept, then at least adaptation to the plurality of mindsets of social media activists emphasizes highlighting and highlighting the urgency of reviews and news related to the number of spread, death, prevention, handling, and impact of Covid-19 wisely. We also offer participants and the wider community to be smarter and not to jump to unilateral conclusions to avoid mental disorders, psychological degradation, cyber-bullying, and other negative effects.*

Keywords: *IT; institutional strengthening; education; social media; Indonesia.*

Minda Baharu, Volume x, No x Bulan, Tahun
https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/MNDBHRU
Doi. 10.33373/jmb.vxix.xxxx
P-ISSN 2656-0631; E-ISSN 2614-5944
Hal. xx-xx

PENDAHULUAN (TIMES NEW ROMAN, 12 BOLD)

Media *online* sebagai wadah bagi individual, sekelompok organisasi, pebisnis, dan menjalar kepada komunitas di dunia, tak terkecuali pemerintah (Cahyono, 2016). Ini sebagai bentuk dan minat yang ditawarkan oleh revolusi peradaban yang diinisiasi oleh intensitas kemajuan kecerdasan manusia dalam mewujudkan kecanggihan teknologi disektor industri, sehingga muncul istilah 1.0, 2.0, 3.0, lalu 4.0, hingga yang telah digagas Jepang dan sedang *trend* semisal '5.0 *society*' (Maria *et al*., 2019).

Tak sampai disitu, perjalanan panjang dari kemegahan berbuah pada teknologi dan informasi (IT) memadukan konsesi yang bermanfaat, tetapi juga efek yang negatif jika tidak disertai dengan pemahaman logis (Ilmi *et al*., 2020).

Kemunculan Covid-19 di Indonesia sejak awal 2020 yang ditandai dengan pemberlakuan 'PSBB' (pembatasan sosial berskala besar) hingga beralih status menjadi 'PPKM' (pembatasan kegiatan masyarakat) karena pertimbangan angka infeksi dan kematian, sehingga mobilitas manusia terbatas (Ramdani *et al*., 2021; Jiuhardi *et al*., 2021). Meski ruang gerak minim, tetapi akvitas orang-orang yang khususnya 'WFH' (*work from home*) dan belajar dari rumah justru menyedot waktu ekstra (Sari & Yoni, 2021). Imbasnya, pemakaian internet kian bertambah dan pengeluaran rumah tangga cenderung dominan terhadap sektor layanan jasa (Wallinheimo & Evans, 2021). Kini, mobilitas manusia tak terhalang oleh jarak yang jauh, karena pada prinsipnya aplikasi *online* seperti *Facebook, Twitter, Instagram*, dan *Youtube* membuat '*brand wash*' banyak orang.

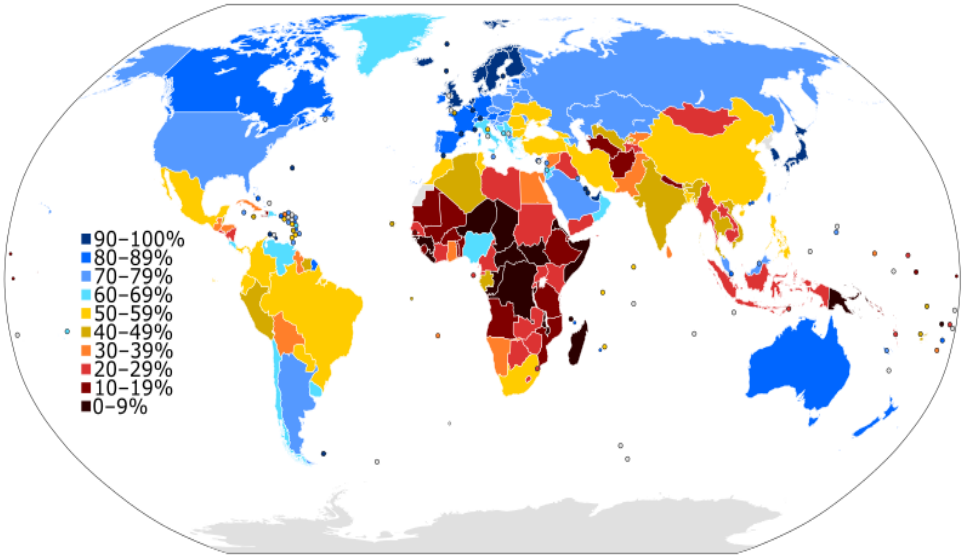
Tabel 1. Pengguna internet di dunia dan menurut kawasan

Lingkup	2005	2010	2017
Dunia			
Populasi	6,5 milyar	6,9 milyar	7,4 milyar
Pengguna di seluruh dunia	16%	30%	48%
Pengguna di negara berkembang	8%	21%	41,3%
Pengguna di negara maju	51%	67%	81%
Benua			
Afrika	2%	10%	21,8%
Amerika	36%	49%	65,9%
Liga Arab	8%	26%	43,7%
Asia-Pasifik	9%	23%	43,9%
Persemakmuran negara merdeka	10%	34%	67,7%
Eropa	46%	67%	76,9%

(Sumber: International Telecommunications Union, 2021)

Minda Baharu, Volume x, No x Bulan, Tahun
https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/MNDBHRU
Doi. 10.33373/jmb.vxix.xxxx
P-ISSN 2656-0631; E-ISSN 2614-5944
Hal. xx-xx

Sebagai gambaran, *International Telecommunications Union* (2021) menginformasikan bahwa arus pengguna internet selama 12 tahun belakang sangat pesat. Ini ditandai dengan '*demand side*' dari pertambahan populasi dunia dari waktu ke waktu. Umumnya, pengguna internet secara global meningkat tajam, terutama dari negara maju. Ciri dari negara tergolong maju atau berkembang dalam kaitan ini ditinjau berdasarkan satu diantara indikator, yakni *GDP per capita* (Amalia *et al*., 2020). Sangat wajar negara maju semisal USA, China, Jerman, dan negara yang juga sebagai pemrakarsa internet memiliki pengakses internet tertinggi dari yang lain, dimana kesejahteraan penduduknya yang stabil tidak mempersoalkan biaya internet. Bila dibandingkan antar benua, Tabel 1 merangkum Eropa masih menjadi benua yang mensupremasi internet di dunia mencapai 76,9% pada 2017. Sebaliknya, negara-negara di Benua Afrika masih minim terhadap pemakaian internet karena aspek fasilitas penunjang, ketersediaan ruang internet, pendapatan individu, dan aksesibilitas. Proporsi level konsumsi internet global. Wana coklat menerangkan pemakai internet di interval 0% - 9% dan yang paling tinggi dalam skala 90% - 100%. Proporsi terhadap keleluasaan internet masih berada di area Benua Eropa, Amerika, dan Australia (lihat Gambar 1).

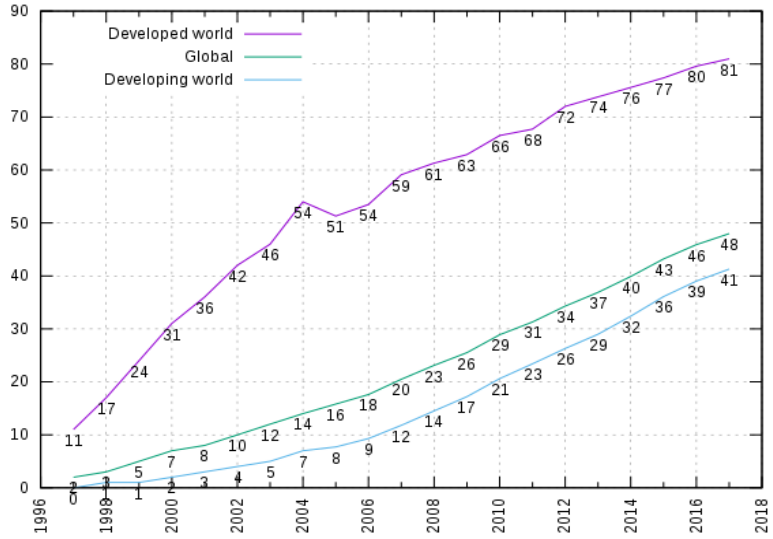


Gambar 1. Distribusi negara-negara pengguna internet, 2016
(Sumber: International Telecommunications Union, 2021)

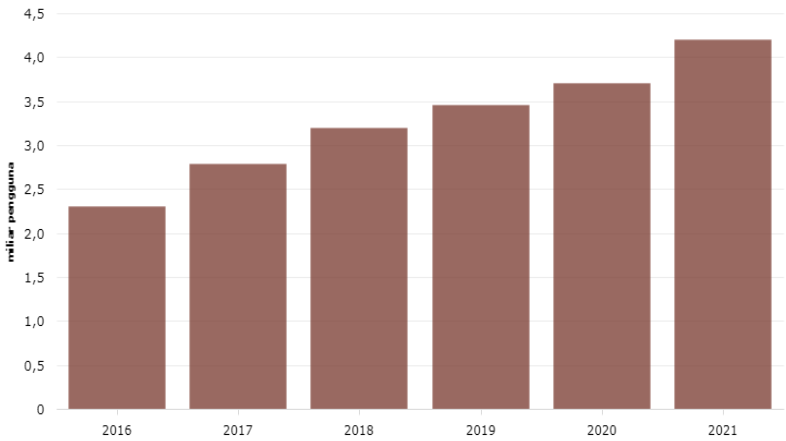
Gambar 1 menelisik lebih *detail* dari 100 pengguna internet di 2018, konteks global yang ditandai dengan warna biru terang jika 48% diantaranya aktif dan sisanya sebesar 52%

Doi. 10.33373/jmb.vxix.xxxx
P-ISSN 2656-0631; E-ISSN 2614-5944
Hal. xx-xx

adalah pasif. Masih dengan periode yang sama, kontribusi dari negara maju versus negara berkembang masih kalah jauh dengan komparasi 81 orang berbanding 41 orang pengguna internet. Angka fantastis yang sangat berbeda hingga 50% atau hampir setengahnya dari per 100 pengguna internet diakibatkan oleh dimensi budaya, pemahaman, tingkat kebutuhan, dan iklim kemajemukan di sebuah negara berbeda dengan wilayah lain.



Gambar 2. Pengguna internet per 100 orang
(Sumber: International Telecommunications Union, 2021)



Gambar 3. Total pengguna media sosial secara global, 2016-2020
(Sumber: Kata Data, 2021)

Internet banyak diperuntukkan untuk menunjang aktivitas manusia, sehingga mempermudah proses transaksi, pelacakan, hingga distribusi layanan jasa (Dwived *et al*., 2021; Pantano & Di Pietro, 2012). Beragam kesibukan tersebut mencakup pada bidang

Doi. 10.33373/jmb.vxix.xxxx
P-ISSN 2656-0631; E-ISSN 2614-5944
Hal. xx-xx

esensial semisal *game*, tuntutan pekerjaan, komunikasi, berbisnis, dan mengekspresikan diri dengan bermedia sosial. Lazimnya, mereka menggemari media sosial dalam penyaluran dan ketersediaan internet. Tercatat, pemakai media sosial di dunia kian melonjak tajam. Terakhir, di Januari 2021 jumlahnya mencapai 4,2 milyar pengguna atau tumbuh 13,2% dari pengguna baru per hari sejak tahun 2020. Perolehan ini setara dengan 155 ribu *users* baru tiap detik. Lantas, melansir *survey* terbaru tentang media sosial yang disukai *netizen*, Adobe Spark (2021) telah merilis bahwa mereka umumnya cenderung menyukai *Instagram* (IG), *YouTube*, *Facebook* (FB), dan *Twitter*. Keempat *platform* ini sekaligus menempati urutan 4 teratas dari 7 jenis media sosial yang disorot. Clark *et al*. (2018), Jothi *et al*. (2011), Chan *et al*. (2018), dan Alhabash & Ma (2017) menuntun jaringan di media sosial lebih terhubung dengan dekat dan itu menjadi perhatian vital pada strategi komunikasi untuk memunculkan *brand*.

Lebih lanjut, persoalan lain datang tidak terduga datang dan menggemparkan dunia. Tidak lain adalah wabah Covid-19 yang sekarang belum kunjung usai. Bukan saja heboh pada infeksi penularannya, tetapi problematika seperti fenomena '*burn out*'. Hal yang sangat mencemaskan adalah *level* kejenuhan dan stress yang berlebih bisa menguras energi individu untuk memancing persoalan yang dianggap kurang produktif (Maramis & Tawaang, 2021). Pasalnya, orang-orang dominan menghabiskan waktu di satu tempat saja dan itu tidak seperti sedia kala, dimana mereka banyak menghabiskan dan membagi waktu untuk kegiatan lain selain bekerja (Santoso, 2021). Covid-19 telah menyedot perhatian publik dan Febriani *et al*. (2021) juga memandang dari sisi lain jika '*burn out*' yang tidak ditangani serius, akan membahayakan diri sendiri dan orang lain, misalkan seseorang akan mengalihkan perhatian ke hal-hal yang bersifat tidak penting dan melampiaskannya di media sosial untuk mendapat simpati atau mengembalikan kepercayaan diri. Narsisme yang berlebihan, berpotensi menimbulkan konflik apabila ada rekan atau orang lain di sekeliling mereka yang kurang sependapat dengan pandangan individu tersebut.

Perspektif yang perlu untuk diulas adalah bagaimana upaya tambahan dalam mereduksi kesalahpahaman dari si-pengguna media sosial (*netizen*) dan memberi pencerahan mereka untuk tidak menanggapi berita-berita negatif tentang Covid-19 atau konten yang belum dipastikan kebenarannya (valid). Pasalnya, program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini ditujukan kepada penggiat media sosial sebagai *partner* dalam merespon '*toxic information*' dengan cerdas.

Doi. 10.33373/jmb.vxix.xxxx
Minda Baharu, Volume x, No x Bulan, Tahun
P-ISSN 2656-0631; E-ISSN 2614-5944
https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/MNDBHRU
Hal. xx-xx

METODOLOGI (TIMES NEW ROMAN, 12 BOLD)

Pada lingkup ini, teknik PkM didesain dalam koridor edukasi. Penyuluhan dan sosialisasi ditata secara bertahap dengan melibatkan semua komponen 'ABGC'(*academics-business-government-community*) selama kurun waktu 2021. Unsur-unsur yang dimaksud adalah kerjasama tim dengan pihak pemerintah melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika – Republik Indonesia, Pemerintah Daerah di tingkat Provinsi/Kabupaten/Kota (Samarinda, Berau, Tangerang, DKI Jakarta, dan Banten). Selanjutnya, pihak lain yang sangat berperan adalah kalangan akademisi dari beberapa Universitas atau Perguruan Tinggi di Indonesia. Pihak pengusaha dan kalangan praktis (budayawan, artis, perusahaan, dan pemerhati *digital*), serta masyarakat khususnya pemerhati publik dan kawula muda yang dalam usia produktif (mahasiswa dan *influencer*). Adapun frekuensi PkM yakni kondisional, bisa 1 kali per bulan maupun 1 kali tiap 2 – 3 bulan.

Agar konsisten, materi dihimpun dengan basis akurasi data, fenomena-fenomena, literatur, dan dukungan material lain yang mendukung terlaksananya PkM. Tim PkM terbagi menjadi 4 orang, dimana memiliki *job desk* masing-masing. Dr. Rahmawati berperan sebagai ketua Tim sekaligus presenter dalam penyampaian topik seputar '*literasi digital*' atapun isu seputar itu. Kemudian, Dr. Saida Zainurossalamia ZA bertugas untuk menseleksi modul penyajian di internal Tim, memilah, dan memetakan bagian materi sebelum acara. Kolaborasi mitra dan verifikasi jadwal PkM dikoordinir oleh Asnawati, S.E., M.M. Bagian ini juga menentukan kelompok atau golongan mana yang akan menjadi *partner* kerja hingga penjadwalan. Proses yang tidak kalah pentingnya adalah kelengkapan *time-line*, *pamflet* PkM, editing PPT (*power point*), dan menyiapkan media *zoom meeting* serta pemasangan internet dari Dio Caisar Darma, S.E., M.Si. Keempat pelaksana PkM ini adalah dosen dari dua instansi pendidikan yang berbeda (Fakultas Ekonomi dan Bisnis – Universitas Mulawarman dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Samarinda) yang memberi desiminasi berdasarkan kemampuan akademis. Kami bekerjasama atas dasar inisiatif dan sasaran (*goals*) yang melihat masalah Covid-19 bagi aspek *marketing digital* dan HRM (*human resources management*).

Momentum Covid-19, secara situasional melahirkan perihal baru seperti belajar online (daring) dan jelas sangat efisien dan efektif dari segi waktu, tenaga, dan biaya yang membuat panitia atau pelaksana PkM lebih mudah dalam menuangkan isi materi.

Minda Baharu, Volume x, No x Bulan, Tahun
https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/MNDBHRU
Doi. 10.33373/jmb.vxix.xxxx
P-ISSN 2656-0631; E-ISSN 2614-5944
Hal. xx-xx

PEMBAHASAN (TIMES NEW ROMAN, 12 BOLD)

Pada perjalanannya, hingga September 2021, FGD (*focus group discussions*) di skala nasional tentang 'kecapakan literasi digital untuk mereduksi *toxic digital* di era pandemi' telah terealisasi sebanyak 5 kali. Kolaborasi antar lini (ABGC) tersebut, menjajaki 5 tahapan yang terdiri pada 13 Agustus 2021: "Hadapi berita *hoax* dengan literasi *digital* di era pandemi", 20 Agustus 2021: "Potensi konten? Harga hak atas kekayakaan intelektual (HAKI)", 24 Agustus 2021: "Kecanduan internet – Ubah konsumtif menjadi produktif", 27 Agustus 2021: "Kenali ruang digital dengan literasi yang tepat", dan terbaru di 1 September 2021: "Menjadi pelajar berprestasi di era *digital*". Gambar 4, Gambar 5, Gambar 6, Gambar 7, dan Gambar 8 merangkum seluruh liputan PkM.

Gambar 4. Pemaparan PkM (sesi pertama)

Muatan analisa dedukasi terletak pada konsepsi '*digitalization culture*' yang bertujuan dan memainkan peran eksplisit dalam kiat, trik, dan tips bagi *netizen* agar terhindar dari jebakan di media sosial. Pengaruh-pengaruh negatif ini diantaranya gangguan mental, degradasi psikologis, dan *cyber-bullying* dari ketidakwaspadaan mereka.

Minda Baharu, Volume x, No x Bulan, Tahun
https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/MNDBHRU
Doi. 10.33373/jmb.vxix.xxxx
P-ISSN 2656-0631; E-ISSN 2614-5944
Hal. xx-xx

Gambar 5. Pemaparan PkM (sesi kedua)

Gambar 6. Pemaparan PkM (sesi ketiga)

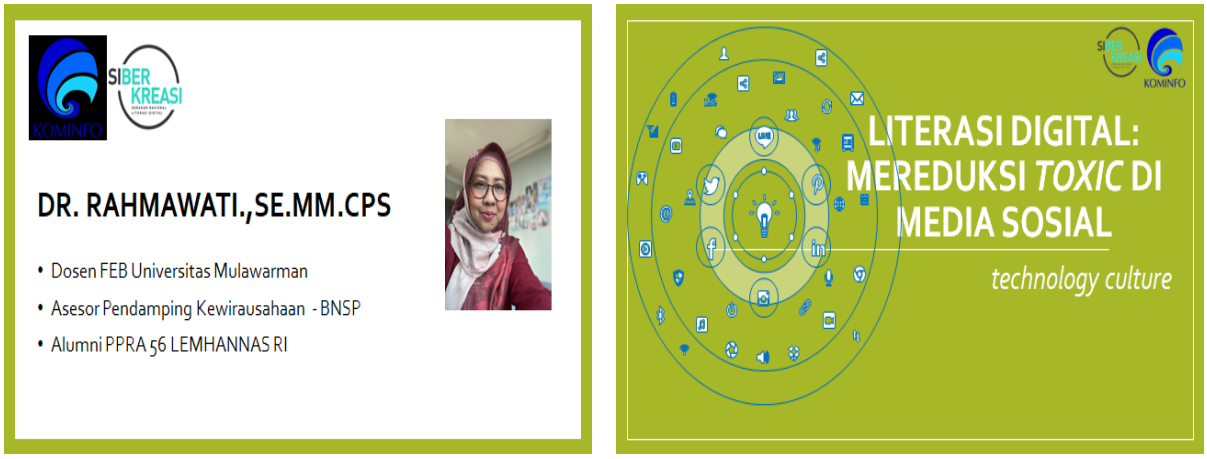
Doi. 10.33373/jmb.vxix.xxxx
P-ISSN 2656-0631; E-ISSN 2614-5944
Hal. xx-xx

Gambar 7. Pemaparan PkM (sesi keempat)

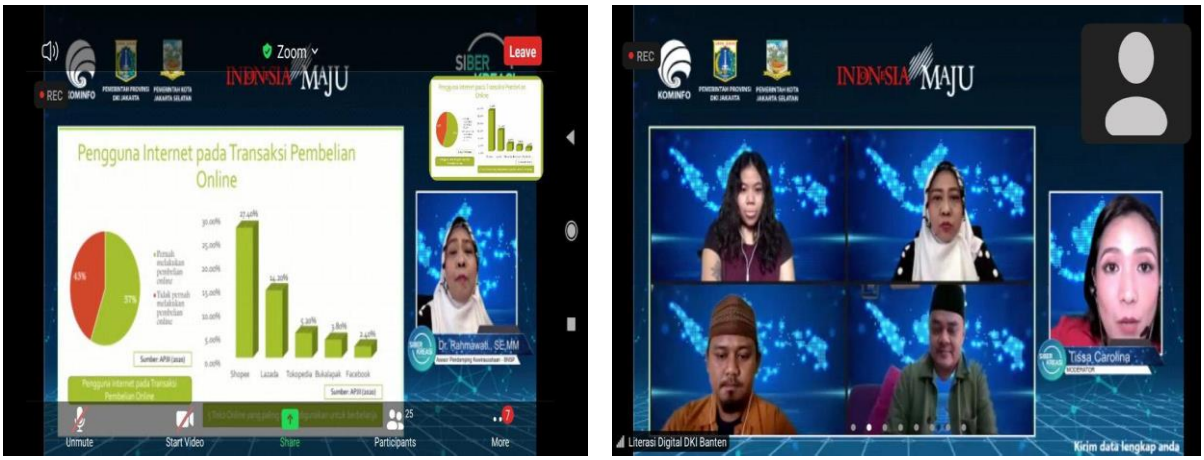
Gambar 8. Pemaparan PkM (sesi kelima)

Minda Baharu, Volume x, No x Bulan, Tahun
https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/MNDBHRU
Doi. 10.33373/jmb.vxix.xxxx
P-ISSN 2656-0631; E-ISSN 2614-5944
Hal. xx-xx

Sinkronisasi antar sektor yang mempunyai wewenang terkait dimensi media sosial, membawa perubahan sensitivitas. *Road map* yang dicanangkan oleh Kominfo – Republik Indonesia (2020) bahwa 'literasi digital 2021-2024' merumuskan 4 model dalam kurikulum digital meliputi *digital ethics*, *digital safety*, *digital culture*, dan *digital skill*. Keempat dasar tersebut tidak terlepas dari tiga kerangka utama mengacu program penyusunan literasi digital, diantaranya adalah *digital economy*, *digital government*, dan *digital society*. PkM telah menyelaraskan pondasi-pondasi utama tersebut (perhatikan Gambar 9).



Gambar 9. Struktur penelahaan acuan

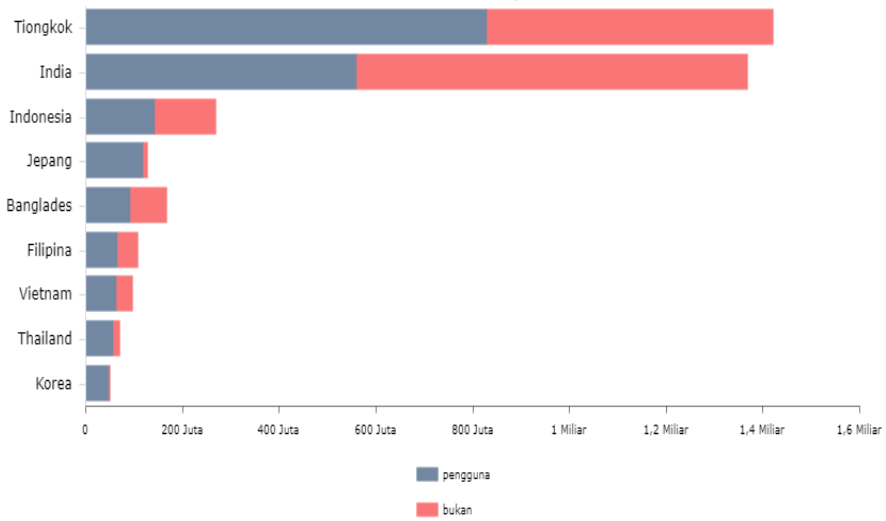


Gambar 10. Dokumentasi seminar

Dari Gambar 11, perlu disimak bahwa penetrasi konsumen internet di Indonesia mencapai 143,26 juta jiwa (53%) dari total populasi penduduk sekitar 269,54 juta jiwa. Artinya, besarnya pengguna internet di Indonesia setara dengan 6,5% pemakai internet di kawasan Asia. Dengan menempati posisi ketiga di Asia atau tepat di bawah China (urutan

Doi. 10.33373/jmb.vxix.xxxx
P-ISSN 2656-0631; E-ISSN 2614-5944
Hal. xx-xx

tertatas) dan India (peringkat ke-2), dimana masing-masing mencapai 829 juta jiwa dan 560 juta jiwa, maka kapasitas penggunanya diperkirakan kian naik. Korea Selatan dengan pengguna internet sekitar 95,1% dari jumlah penduduknya, dapat dikatakan jika negara itu telah cakap dalam menggunakan internet. Terakhir, di level Asia, ada Jepang yang juga tidak kalah ketinggalan dalam pemanfaatan internet, dimana jejak data menempatkan negara itu sebagai terbesar keempat atau dibawah Indonesia dengan 93,51% pengguna dari populasi.



Gambar 11. Populasi dan pengguna internet di top-10 ASIA
(Sumber: Kata Data, 2019)

Analisis kritis dan deskripsi sehubungan terhadap perbandingan individu yang menggunakan internet dari 34 Provinsi se-Indonesia dimuat oleh Badan Pusat Statistik – Republik Indonesia (2020). Dalam publikasinya, BPS melaporkan bahwa di 3 tahun terakhir, tepatnya 207-2019, diskala nasional ada perubahan signifikan dari 32,24% ke 39,30% dan sekarang 47,69% pengguna internet. Dilingkup Provinsi, rangking pertama adalah DKI Jakarta dengan pengguna internet paling dominan diantara daerah lain. Sementara itu, Papua merupakan Provinsi terakhir yang paling minim dalam pemakaian internet di Indonesia. Daerah '3T' (tertinggal, terdepan, dan terluar) karena menjadi pintu gerbang dan batas Indonesia semisal Provinsi Aceh, Pulau Kalimantan, dan Pulau Papua, berada jauh dari pusat ibukota. Oleh sebab itu, pembangunan infrastruktur dan pertumbuhan ekonomi yang belum merata sepenuhnya, menjadi penghalang revitalisasi ketersediaan jaringan komunikasi.

Terhubung pada fenomena '*toxic digital*', ada beragam polarisasi pemahaman tentang Covid-19 terkait motif kebudayaan, politik, ekonomi, dan kesehatan. Pelaku media sosial dari

Doi. 10.33373/jmb.vxix.xxxx
P-ISSN 2656-0631; E-ISSN 2614-5944
Hal. xx-xx

banyak kalangan, kadang mendapat kabar yang miring (kurang menyenangkan). Perbincangan sehubungan dengat berita Covid-19, menimbulkan persepsi dan respon yang juga berbeda dari tiap individu. Karena faktor kemudahan, praktis mereka berpotensi bisa menebar informasi yang bisa melahirkan ketakutan. Gustomy (2020) melacak ada *sentiment* negatif dari *social network actor* dan *social network analysis* di *Twitter*. *Trending topic* memetakan dua kubu yang saling berseberangan. Pertama adalah kubu yang kontra dengan pihak pemerintah (kluster besar) dan kubu pluralis (kluster populis islam). Praktik kebijakan Covid-19, justru menjelma menjadi wadah perang terhadap sentimen kedua kubu. Faktanya, kelompok kritis dan rasional dengan *buzzer*, didominasi oleh pendukung pemerintah dan suara kubu kontra tenggelam karena cenderung vokal dan mengkritik berlebihan. Akibatnya, itu menganggu berita-berita terbaru seputar kreativitas, inovasi, perkembangan teknologi, dan penemuan terbaru untuk mengurangi dampak penyebaran Covid-19.

Bentuk aktualisasi diri, juga terganjal oleh muatan konten yang berkonotasi buruk untuk dikonsumsi sehari-hari. Netizen merasa pesimis dan takut secara berlebihan, andai virus ini tidak segera dituntaskan. Penyelesaian yang memakan waktu lama, akan meruntuhkan harapan banyak golongan. Saputri & Huda (2020) mengabarkan bahwa budaya, psikologi, pribadi, dan sosial menjadi parameter utama dalam menyikapi keputusan seseorang ber-media sosial. Jalur *platform* ini, umum digunakan sebagai bentuk pelampiasan individu ditengah hiruk pikuk suasana ditengah Covid-19. Bila tidak ditangani secara rasional, maka akan mengundang reaksi yang berlebihan.

Dari kesempatan lain, Sari (2020) menambahkan perintah atas kebijakan *lockdown* untuk ‘WFH’ dan ‘SFH’ (*study from home*), mengundang perilaku masyarakat yang berbeda-beda. Pemberitaaan di media sosial tentang Covid-19, berdampak pada pola pikir yang negatif atau positif bagi mereka.

Sejauh ini, belum ada penanggulan serius dalam wujud nyata, tetapi setidaknya pemerintah dan segenap *partnership* telah bersusah payah dan sebisa mungkin. Sebagai gambaran, opini publik di salah satu Desa di Kabupaten Garut tampak terbangun dari berita bohong (hoaks). Sebanyak 75,86% penggiat FB terpengaruh oleh itu dan 24,14% sisanya ditentukan oleh pilar lain (Lestari & Atnan, 2021).

Penderita depresi di Inggris terus bertambah di era Covid-19. Pemerintah sampai rela menggelontorkan dana fantastis untuk menyewa tenaga kesehatan (psikolog) dalam melayani

Doi. 10.33373/jmb.vxix.xxxx
P-ISSN 2656-0631; E-ISSN 2614-5944
Hal. xx-xx

publik melalui konseling. Meski sempat mendapat kritik keras, nyatanya pemerintah tidak melakukan pekerjaan sia-sia (Vedavanam *et al*., 2020; Betty & North, 2020; Jia *et al*., 2020). Dukungan kepada mereka terus diupayakan sebagai akibat dari lemahnya perekonomian yang memicu jutaan orang mendadak menganggur dan kehilangan pekerjaan.

KESIMPULAN DAN SARAN (TIMES NEW ROMAN, 12 BOLD)

Keberlangsungan media sosial layak diuji. Apakah kita tergerus dengan kabar negatif, menjadi penyalur, atau dapat terhindar?. Covid-19 masih berstatus 'pandemi' dan tampak belum beranjak dari bencana dunia. PkM ini berorientasi pada gejala '*toxic digital*' yang marak bersinggungan terhadap etika dan moral masyarakat untuk eksis di *social media*. Resiko dalam adopsi TI memungkinkan sebuah konten berita cepat beredar. Tanpa penyaringan (*screening*), memupuk beban dan konsekuensi *netizen* bila tidak selaras dengan wawasan. Tentu, penggiat media sosial mempunyai penafsiran yang berlainan.

Sebagaimana uraian terdahulu, bahwa Covid-19 bukan saja menakutkan dan menelan banyak korban jiwa, melainkan efek humaniora juga terganggu. Ketidakseimbangan mental individu atau sekelompok orang, dapat memicul terkontaminasi berita-berita palsu (*hoax*) yang berbedar di sejumlah media sosial. Mereka yang tidak stabil secara emosional, cenderung menangkap konten mentah-mentah atau bahkan membagi dan menyebarluaskan kembali untuk meninjau respon dari keluarga, rekan, dan orang lain.

Perubahan drastis di media sosial membolehkan setiap individu dalam berargumen. Dengan demikian, ini membutuhkan sinkronisasi disetiap lapisan (serupa ABGC) untuk menyokong lebih giat fungsinya melalui edukasi, *workshop*, dan pelatihan yang relevan dengan 'literasi *digital*' secara konstan. Implikasi di masa depan terkonsentrasi pada promosi dan eskalasi kecapakan berfikir inovatif, kritis, dan kreatif dalam merangkai simulasi sampai pemecahan masalah.

UCAPAN TERIMA KASIH (TIMES NEW ROMAN, 12 BOLD)

Seluruh penulis turut andil dalam pembuatan PkM ini. Kami sangat berterimakasih kepada elemen-elemen yang sudah mendukung kesuksesan program. Apresiasi khusus setinggi-tingginya kepada pengulas 'MINDA BAHARU', atas komentar profesionalnya dalam rangka perbaikan naskah.

Doi. 10.33373/jmb.vxix.xxxx
P-ISSN 2656-0631; E-ISSN 2614-5944
Hal. xx-xx

REFERENSI (TIMES NEW ROMAN, 12 BOLD)

Adobe Spark. (2021). *The 7 top social media sites you need to care about in 2020*. Diunduh pada 1-9-2021 melalui https://www.adobe.com/express/learn/blog/top-social-media-sites

Alhabash, S., & Ma, M. (2017). A tale of four platforms: Motivations and uses of facebook, twitter, instagram, and snapchat among college students?. *Social Media + Society*. https://doi.org/10.1177/2056305117691544

Amalia, S., Wijaya, A., Darma, D. C., *et al*. (2020). *Underground economy: Teori & catatan kelam*. Medan: Kita Menulis.

Badan Pusat Statistik – Republik Indonesia. (2020). *Proporsi individu yang menggunakan internet menurut provinsi (persen), 2017-2019*. Diunduh pada 2-9-2021 melalui https://www.bps.go.id/indicator/27/1225/1/proporsi-individu-yang-menggunakan-internet-menurut-provinsi.html

Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, *9*(1), 140-157.

Chan, W. S., & Leung, A. Y. (2018). Use of social network sites for communication among health professionals: Systematic review. *Journal of Medical Internet Research*, *20*(3), e117. https://doi.org/10.2196/jmir.8382

Clark, J. L., Algoe, S. B., & Green, M. C. (2018). Social network sites and well-being: The role of social connection. *Current Directions in Psychological Science*, *27*(1), 32–37. https://doi.org/10.1177/0963721417730833

Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., *et al*. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, *59*, 102168. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168

Febriani, R. D., Triyono, T., Hariko, R., *et al*. (2021). Factors affecting student's burnout in online learning. *Jurnal Neo Konseling*, *3*(3), 32-38. https://doi.org/10.24036/00567kons2021

Gustomy, R. (2020). Pandemi ke infodemi: Polarisasi politik dalam wacana covid-19 pengguna twitter. *JIIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, *5*(2), 19-205. https://doi.org/10.14710/jiip.v5i2.8781

Ilmi, Z., Wijaya, A., Kasuma, J., & Darma, D. C. (2020). The crowdsourcing data for innovation: Does it Matter?. *European Journal of Management Issues*, *28*(1-2), 3-12. https://doi.org/10.15421/192001

International Telecommunications Union. (2021). *Telegram closed list of countries by number of internet users*. Diunduh pada 31-8-2021 melalui https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_negara_menurut_jumlah_pengguna_Internet

Jia, R., Ayling, K., Chalder, T., *et al*. (2020). Mental health in the UK during the COVID-19 pandemic: Cross-sectional analyses from a community cohort study. *BMJ Open*, *10*(9), e040620. https://doi.org/10.1136/bmjopen-2020-040620

Jiuhardi, J., Darma, D. C. & Heksarini, A. (2021). The political-economy management: Indonesia's needs for the Covid-19 pandemic. *Problems of Management in the 21st Century*, *16*(1), 19-27. https://doi.org/10.33225/pmc/21.16.19

Jothi, P. S., Neelamalar, M., & Prasad, R. S. (2011). Analysis of social networking sites: A study on effective communication strategy in developing brand communication. *Journal of Media and Communication Studies*, *3*(7), 234-242.

Doi. 10.33373/jmb.vxix.xxxx
P-ISSN 2656-0631; E-ISSN 2614-5944
Hal. xx-xx

Kata Data. (2019). *Indonesia pengguna internet terbesar ketiga di Asia*. Diunduh pada 3-9-2021 melalui https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/07/18/indonesia-pengguna-internet-terbesar-ketiga-di-asia#

Kata Data. (2021). *Jumlah pengguna media sosial di dunia capai 4,2 miliar*. Diunduh pada 1-9-2021 melalui https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/18/jumlah-pengguna-media-sosial-di-dunia-capai-42-miliar#

Kementerian Komunikasi dan Informatika – Republik Indonesia. (2021). *Empat pilar literasi untuk dukung transformasi digital*. Diunduh pada 2-9-2021 melalui https://aptika.kominfo.go.id/2021/01/empat-pilar-literasi-untuk-dukung-transformasi-digital/

Lestari, F. F., & Atnan, N. (2021). Pengaruh hoaks covid-19 di media sosial facebook terhadap opini publik di Desa Mancagahar Kabupaten Garut. *eProceedings of Management*, *8*(3), 1-10.

Maramis, J., & Tawaang, E. (2021). Hubungan pembelajaran daring dengan burnout pada mahasiswa profesi ners universitas klabat di era pandemi covid-19. *Klabat Journal of Nursing*, *3*(1), 68-76. https://doi.org/10.37771/kjn.v3i1.546

Maria, S., Darma, D. C., Amalia, S., Hakim, Y. P., & Pusriadi, T. (2019). Readiness to face industry 4.0. *International Journal of Scientific & Technology Research*, *8*(9), 2363-2368.

Ramdani, R., Shalehoddin, S.,Sagita, D. D., *et al*. (2021). Handling the psychological impact of covid-19 on community through various tutorial videos of daily effective life. *Minda Baharu*, *5*(1), 34-40. https://doi.org/10.33373/jmb.v5i1.2930

Pantano, E., & Di Pietro, L. (2012). Understanding consumer's acceptance of technology-based innovations in retailing. *Journal of Technology Management &Amp; Innovation*, *7*(4), 1–19. https://doi.org/10.4067/S0718-27242012000400001

Pfefferbaum, B., & North, C. S. (2020). Mental health and the covid-19 pandemic. *The New England Journal of Medicine*, *383*(6), 510–512. https://doi.org/10.1056/NEJMp2008017

Santoso, M. D. (2021). Faktor-faktor yang berhubungan dengan burnout pada tenaga kesehatan dalam situasi pandemi covid-19. *Jurnal Keperawatan Tropis Papua*, *4*(1), 1-10. https://doi.org/10.47539/jktp.v4i1.176

Saputri, O. B., & Huda, N. (2020). Pengaruh informasi covid-19 melalui media sosial terhadap perilaku konsumen. *Human Falah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, *7*(2), 1-26.

Sari, F. L. (2020). Dampak pemberitaan covid19 di media sosial terhadap perilaku masyarakat di Dusun Kemuning Kelurahan Lirboyo Kota Kediri. *Jurnal Mediakita: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, *4*(1), 1-14. https://doi.org/10.30762/mediakita.v4i1.2449

Sari, M. K., & Yoni, E. (2021). The impacts of covid-19 pandemy in term of technology literacy usage on students learning experience. *Jurnal Sosial Humaniora*, *14*(2), 43-51. http://dx.doi.org/10.12962/j24433527.v0i0.8348

Vedavanam, K., Garrett, D., Davies, N., & Moore, K. J. (2020). Old age psychiatry services in the UK responding to COVID-19. *International Psychogeriatrics*, *32*(10), 1165–1168. https://doi.org/10.1017/S1041610220001015

Wallinheimo, A.-S., & Evans, S. L. (2021). More frequent internet use during the COVID-19 pandemic associates with enhanced quality of life and lower depression scores in

Doi. 10.33373/jmb.vxix.xxxx
P-ISSN 2656-0631; E-ISSN 2614-5944
Hal. xx-xx

middle-aged and older adults. *Healthcare, 9*(4), 393 https://doi.org/.10.3390/healthcare9040393