

ABSTRAK

KAMPANYE LITERASI MEDIA SEBAGAI PENANGKAL HOAX DI MASYARAKAT MELALUI PERANCANGAN PERANGKAT DIGITAL

Oleh

Calvin Palti Junjungan Sinaga
NRP 1364039

Hoax merupakan sesuatu yang tidak asing lagi didengar oleh para masyarakat saat ini dimana kata *hoax* yang berarti sebuah kebohongan yang secara sengaja dibuat yang “menyamar” seolah berita itu adalah sebuah kebenaran. Menjadi suatu hal yang meresahkan dan menyesatkan di masyarakat, dimana mereka seingkali menyimak berita - berita yang beredar melalui media *online* namun sayangnya berita *online* yang berasal dari sumber yang tidak kredibel dan menjadi sumber penyebaran *hoax*. *Hoax* sendiri sebenarnya bukanlah sesuatu yang sulit untuk dilawan dimana apabila masyarakat memiliki kemampuan literasi media, yaitu sikap kritis terhadap pemberitaan maka para masyarakat dapat lebih mencermati dan kritis terhadap pemberitaan sehingga mereka tidak percaya begitu saja dengan berita yang menyebar secara *online*.

Studi kasus yang penulis gunakan dalam perancangan ini adalah generasi Y, dimana golongan masyarakat Indonesia ini lahir setelah tahun 1990. Tujuan dari perancangan ini adalah agar masyarakat memiliki kemampuan literasi media, yaitu sikap kritis dalam menanggapi pemberitaan yang beredar khususnya yang beredar secara *online*. Diharapkan melalui proyek tugas akhir ini masyarakat ke depannya tidak lagi tertipu dengan berita *hoax* yang menyesatkan. Media utama yaitu melalui media – media yang berbasis digital seperti media sosial, *website*, *click ads* dan aplikasi *mobile* pemilihan media digunakan agar dapat menarik minat para target secara langsung bisa mempraktekan sikap – sikap literasi media terhadap pemberitaan yang ada, dan juga adanya aplikasi dan *website* penunjang sebagai media verifikasi pemberitaan diharapkan dapat menjadi wadah para target kampanye untuk mencari kebenaran suatu pemberitaan.

Kata Kunci : *Hoax*, Literasi Media, Kampanye, Generasi Y, Media Digital, Aplikasi *Mobile*.

ABSTRACT

MEDIA LITERACY CAMPAIGN AS A HOAX COUNTER IN SOCIETY TROUGH DIGITAL PLATFORM DESIGN

Submitted by:

**Calvin Palti Junjungan Sinaga
NRP 1364039**

Hoax is Already became something that not strange to be heard by the society, when in this time the word hoax that mean a lie that made deliberately to disguise the truth is became disturbing and misleading thing in the community, where people often to read the news circulating through online media but unfortunately some online news coming from sources that are not credible and became a source of hoax spread. Hoax itself is actually not something that is difficult to be resisted where if people have media literacy capabilities, namely a critical attitude to the news then the community can be more careful and critical of the news so that they do not believe it with news spread online.

The case study that the author uses in this design are the generation Y, which is the Indonesian society that born after 1990. The purpose of this design is to make people have media literacy skills, namely a critical attitude in responding to the outstanding circulation, especially outstanding online. It is expected that through this final project people in the future will not be fooled by the misleading hoax news. The main media is through digital media based media such as social media, website, click ads and mobile application are in order to attract the target audience directly so they can practice media literacy attitudes toward existing news, and also the application and will support website as media news verification is expected to be a container of the campaign target to seek the truth of a news.

Key Words : Hoax, Media Literacy, Campaign , Y Generation, Digital Media, Mobile Application

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	ii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Perancangan.....	2
1.4 Sumber & Teknik Pengumpulan Data	3
1.5 Skema Perancangan	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	5
2.1 Literasi Media.....	5
2.1.1 Tahapan Literasi Media	5
2.1.2 Tipe – Tipe Literasi Media Berdasarkan Kecakapan.....	5
2.1.3 Cakupan Literasi Media.....	6
2.2 Teori Hoax	7
2.3 Teori Kampanye.....	7
2.3.1 Kampanye Sosial	7
2.3.2 Prinsip Kampanye.....	8
2.3.3 Ciri – Ciri Pokok Kampanye.....	8
2.3.4 Tahapan Kampanye	8

2.4 Aplikasi Mobile	9
2.4.1 Pengertian Aplikasi.....	9
2.4.2 Pengertian Aplikasi Mobile	9
2.4.3 Karakteristik Perangkat Mobile	9
2.5 Teori Dewasa Muda	10
2.6 Teori Psikologi Komunikasi	11
2.6.1 Penggunaan Psikologi Komunikasi	11
2.7 Teori Layout / Tata Letak	12
2.7.1 Macam –Macam Layout / Tata Letak.....	12
2.8 Biografi Chandra Liow	13
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	14
3.1 Data dan Fakta	14
3.1.1 Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia.....	14
3.1.2 Banyaknya Hoax yang Beredar di Masyarakat	16
3.1.3 Wawancara dengan Staff Informasi Publik Diskominfo Jabar	19
3.2 Data Hasil Kuisisioner.....	20
3.3 Tinjauan Media Sejenis.....	35
3.4 Analisis Data dan Masalah.....	36
3.4.1 Segmentasi, Targeting dan Positioning	36
3.4.2 Strength, Weakness, Oppurtinities, Threats	37
BAB IV PEMECAHAN MASALAH.....	39
4.1 Konsep Komunikasi.....	39
4.2 Konsep Kreatif.....	40
4.2.1 Konsep Verbal.....	40
4.2.2 Konsep Visual	40
4.3 Konsep Media	43
4.3.1 Konsep Media Awariness.....	43
4.3.2 Konsep Media Informing	44
4.3.3 Konsep Media Reminding.....	45
4.4 Hasil Karya	46

4.4.1 Logo Kampanye	46
4.4.2 Judul Kampanye.....	47
4.4.3 Maskot Kampanye.....	48
4.5 Media.....	49
4.5.1 Mini Poster	49
4.5.2 Layanan Chatting Line.....	53
4.5.3 Click Ads.....	54
4.5.4 Aplikasi Mobile.....	55
4.5.5 Website.....	56
4.5.6 Mini Event.....	57
4.5.6 Gimmcik.....	58
4.6 Timeline Kampanye.....	59
4.7 Budget Kampanye.....	59
BAB V PENUTUP	60
5.1 Simpulan	60
5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	64
DATA PENULIS	74
UCAPAN TERIMA KASIH.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Skema Perancangan	5
Tabel 3.1 Hasil Kuesioner Gender	20
Tabel 3.2 Hasil Kuesioner Umur	21
Tabel 3.3 Hasil Kuesioner Pekerjaan	22
Tabel 3.4 Hasil Kuesioner Pendapatan	23
Tabel 3.5 Hasil Kuesioner Media Sosial.....	24
Tabel 3.6 Hasil Kuesioner Pemberitaan Online.....	25
Tabel 3.7 Hasil Kuesioner Tertipu Berita Hoax.....	26
Tabel 3.8 Hasil Kuesioner Menjumpai Berita Hoax.....	27
Tabel 3.9 Hasil Kuesioner Keresahan Berita Hoax	28
Tabel 3.10 Hasil Kuesioner Mendengar Istilah Literasi Media	29
Tabel 3.11 Hasil Kuesioner Masyarakat memiliki kemampuan Literasi Media.....	30
Tabel 3.12 Hasil Kuesioner Ketertarikan Mempelajari Literasi Meddia	31
Tabel 3.13 Hasil Kuesioner Media Sosial Sering Digunakan.....	32
Tabel 3.14 Hasil Kuesioner Keterarikan Perancangan Kampanye	33
Tabel 4.1 <i>Timeline</i> Kampanye	59
Tabel 4.2 <i>Budget</i> Kampanye	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Kemkominfo	14
Gambar 3.2 Tinjauan Karya “Ulah Soknyahoax”	35
Gambar 4.1 Jenis Huruf Kampanye	41
Gambar 4.2 Warna Kampanye	42
Gambar 4.3 Logo Kampanye	46
Gambar 4.4 Judul Kampanye	47
Gambar 4.5 Maskot Kampanye	48
Gambar 4.6 Mini Poster <i>Awariness</i>	49
Gambar 4.7 Mini Poster <i>Informing</i>	50
Gambar 4.8 Mini Poster <i>Reminding</i>	51
Gambar 4.9 Mini Poster Instagram	52
Gambar 4.10 Mini Poster Twitter	52
Gambar 4.11 Mini Poster Facebook	53
Gambar 4.12 Layanan Chatting Line	53
Gambar 4.13 <i>Click Ads</i> Youtube	54
Gambar 4.14 Aplikasi <i>Mobile</i>	55
Gambar 4.15 <i>Website</i>	56
Gambar 4.16 <i>Mini Event</i>	57
Gambar 4.17 <i>Gimmick</i>	58

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A kuesioner	58
LAMPIRAN B Sketsa.....	58

