

Keberagaman Budaya Gerakan *Japelidi* Melawan Hoaks Covid-19

Mario Antonius Birowo

Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jl. Babarsari No. 6 Yogyakarta 55281
mario.birowo@uajy.ac.id

DOI: 10.24002/jik.v20i2.7839

Submitted: September 2023

Reviewed: September 2023

Accepted: November 2023

Abstract: *The Covid-19 pandemic, including in Indonesia, is experiencing extraordinary difficulties worldwide and has created uncertainty in society, resulting in infodemics such as hoaxes, distrust in official information sources, panic, and disruption in handling the pandemic. This case study research focuses on the Digital Literacy Activists Network (Japelidi). Through collecting observational data and documents, research showed that Japelidi activists from various cultural backgrounds produced posters in multiple languages to fight the hoax. Respect for voluntary-based cultural diversity is Japelidi's key to fighting hoaxes. This movement shows the importance of collaboration in digital literacy.*

Keywords: *covid-19, digital literacy, diversity, movement*

Abstrak: *Pandemi Covid-19 membuat seluruh dunia, termasuk di Indonesia, mengalami kesulitan yang luar biasa dan telah menciptakan ketidakpastian di tengah masyarakat, sehingga muncul infodemik seperti hoaks, mengganggu kepercayaan pada sumber informasi resmi, kepanikan, dan gangguan penanganan pandemi. Penelitian studi kasus ini berfokus pada Jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi). Melalui pengumpulan data observasi dan dokumen, diperoleh hasil penelitian yang menunjukkan para pegiat Japelidi yang beragam latar belakang budaya memproduksi poster dalam berbagai bahasa untuk melawan hoaks. Penghargaan terhadap keberagaman budaya berbasis sukarela menjadi kunci Japelidi dalam melawan hoaks. Gerakan ini menunjukkan pentingnya kolaborasi dalam literasi digital.*

Kata Kunci: *covid-19, gerakan, keberagaman, literasi digital*

Pandemi Covid-19 menghadirkan situasi yang tidak ada sebelumnya di dunia. Secara khusus, pandemi Covid-19 terjadi di era maraknya penggunaan media sosial sebagai sumber informasi. Konsekuensinya adalah banjir informasi yang menyebabkan infodemik, terutama hoaks akibat akumulasi konspirasi teori, rumor, dan stigma. Infodemik dapat mengacaukan penanganan pandemi itu sendiri. Situasi menjadi rumit karena terdapat dua “penyakit” sekaligus

yang harus dihadapi, yaitu perang melawan pandemi dan infodemik (Nugroho, 2021, h. 1; Islam, dkk., 2020, h. 1627). Tidak mengherankan jika keberhasilan penanganan pandemi Covid-19 juga ditentukan oleh keberhasilan mengatasi infodemik karena penyebaran informasi akan memengaruhi perilaku masyarakat (Cinelli, dkk., 2020). Literasi digital bisa membantu mengatasi kesalahan informasi, antara lain dengan kemampuan menentukan

akurasi informasi (Arechar, dkk., 2023, h. 1509-1510). Mengingat pandemi Covid-19 terjadi secara masif dan luas, maka kolaborasi menjadi penting dalam mengatasi pandemi. Kolaborasi yang tidak membedakan latar belakang berbagai pihak menunjukkan penanganan isu ini bersifat egaliter. Studi yang dilakukan Wild, dkk. (2021) menunjukkan penggunaan konteks budaya dan bahasa membantu pesan yang tersampaikan tentang pandemi Covid-19 tidak hilang karena persoalan penerjemahan.

Sejak pertengahan 2023, Indonesia telah memasuki masa endemi Covid-19, terhitung sejak Presiden Jokowi menyatakannya pada tanggal 21 Juni 2023 (Mahendro, 2023). Pernyataan Presiden Jokowi bermakna Indonesia dengan segala dinamika di lapangan telah dapat menangani masalah ini dengan cukup berhasil, terutama ketika Indonesia berhasil melakukan vaksinasi secara masif di seluruh wilayah Indonesia. Vaksinasi merupakan tindakan sangat penting dalam mengontrol penyebaran Covid-19 (Ning, dkk., 2022, h. 1–2). Wilayah Indonesia yang luas dan terdiri dari ribuan pulau serta populasi yang besar dan majemuk, perkara vaksinasi bukan merupakan hal mudah. Tingkat vaksinasi di Indonesia mencapai 86,88 persen untuk vaksin dosis 1; 74,55 persen untuk dosis 2, dan 38,11 persen untuk dosis 3 (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2023).

Selama dua setengah tahun Indonesia berada pada masa pandemi Covid-19. Tidak terbantahkan bahwa pandemi Covid-19 telah menjadi tantangan global

yang menguji ketahanan bangsa Indonesia. Tercatat sampai dengan 26 Juli 2023, ada 768.560.727 kasus terkonfirmasi Covid-19, dengan jumlah kematian sebanyak 6.952.522 jiwa di seluruh dunia. Indonesia mencatatkan 6.812.127 kasus Covid-19, dengan jumlah kematian sebanyak 161,879 jiwa (WHO, 2023).

Situasi bencana ini bersifat multidimensi karena tidak hanya menciptakan kesulitan fisik dan ekonomi, tetapi juga sosial, memicu ketidakpastian dan kecemasan di tengah masyarakat. Persoalan ini melibatkan nasib seluruh umat manusia, sehingga penanganannya juga harus diselesaikan bersama. Bencana nonalam (kesehatan) pandemi Covid-19 merupakan tanggung jawab bersama, sehingga kolaborasi seluruh warga negara membantu penyelesaian pandemi. Salah satu bentuk kolaborasi menjadi fokus artikel ini, yaitu tentang kontribusi Jaringan Pegiat Literasi Digital (*Japelidi*) dalam mengatasi pandemi Covid-19.

Dalam situasi ketidakpastian saat pandemi, penyebaran informasi yang tidak benar dan hoaks makin menguat, membentuk istilah yang dikenal sebagai “infodemik”. Penyebaran hoaks ini memperburuk dampak dari pandemi dengan menyebabkan kesalahpahaman, ketidakpercayaan pada sumber informasi resmi, kepanikan, dan gangguan dalam penanganan pandemi. Pada masyarakat majemuk seperti Indonesia, infodemik menyorot isu agama dan etnis. Laporan Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (MAFINDO) tentang hoaks pandemi Covid-19 di tahun 2020 menyebutkan

bahwa hoaks yang menyentuh isu agama mencapai 10,6 persen, sedangkan isu etnis 6,5 persen (MAFINDO, 2020, h. 5–6). Hoaks ini mengarah pada pembangkitan rasa kebencian pada kelompok agama dan etnis tertentu melalui isu pandemi Covid-19. Hoaks demikian berpotensi merusak kerukunan karena membangun kebencian melalui media sosial (Rahmawati, Mulyana, Lumakto, Viendyasari, & Anindhita, 2021, h. 224).

Hoaks dalam Gambar 1 dapat menyebabkan kebencian terhadap suatu kelompok etnis tertentu karena informasi di dalamnya ingin memojokkannya sebagai kelompok yang tidak mematuhi protokol kesehatan, khususnya larangan untuk menjaga jarak atau berkumpul. Seperti diketahui bahwa salah satu medium penyebaran Covid-19 adalah melalui udara. Virus Covid-19 menyebar melalui *droplet* atau percikan pernapasan saat orang yang terinfeksi batuk,



KOMINFO

Laporan Isu Hoaks

Direktorat Pengendalian Aplikasi Informatika
Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika
KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA RI



Selasa, 7 Juli 2020

913. Pamflet Pesta Acara Gawai Dayak di Rumah Betang



Penjelasan :
Beredar sebuah pamflet terkait pesta acara Gawai Dayak di rumah Betang, Kabupaten Sanggau, Kalimantan Barat. Dalam pamflet itu berisi narasi "DENGAN GAWAI NOSU MINU PODI KITA LESTARIKAN KEKAYAAN BUDAYA DAERAH DALAM KEBERAGAMAN UNTUK SANGGAU BERBUDAYA DAN BERIMAN" yang diadakan di rumah Betang tanggal 7 Juli 2020.

Faktanya terkait info sebaran pamflet tersebut, Sekretaris Dewan Adat Dayak (DAD) Kabupaten Sanggau, Urbanus mengatakan bahwa acara Gawai Dayak tersebut adalah hoaks. Urbanus menjelaskan bahwa sesuai dengan surat edaran yang ditandatangani Ketua DAD Kabupaten Sanggau, Yohanes Ontot bahwa apapun bentuk pesta gawai di Kabupaten Sanggau sesuai tingkatannya ditiadakan karena wabah Covid-19. "Berkaitan dengan pamflet yang beredar di WA Grup yang dibagikan oleh orang yang tidak bertanggung jawab terkait adanya pesta gawai Dayak di Rumah Betang Raya Dori Mpulor Sanggau pada 7 Juli tahun 2020 adalah Hoaks," katanya, Senin (6/7/2020).

Hoaks

Gambar 1 Contoh Hoaks Isu Etnis
Sumber: Kementerian Komunikasi dan Informatika (2023)

bersin, berbicara, atau bernyanyi (WHO, 2020b). Hoaks tersebut tentu arahnya jelas, yaitu ingin mendiskreditkan kelompok yang dimaksud.

Harus diakui bahwa penyebaran virus Covid-19 terjadi sangat cepat. Masyarakat dunia mengalami ketidakpastian informasi tentang virus tersebut yang pada awalnya dinamakan sementara oleh World Health Organization/WHO sebagai novel Coronavirus atau nCoV-19 (WHO, 2020a). Ketidakpastian ini menimbulkan gap antara kebutuhan mendapatkan informasi dengan kurangnya informasi tentang virus tersebut. Gap ini menjadi peluang bagi munculnya informasi keliru yang penyebarannya sama cepat dengan penyebaran virus itu sendiri. The Annenberg Public Policy Center menemukan jutaan orang dengan cepat terpapar informasi yang salah (Scales, Gorman, & Jamieson, 2021, h. 678).

Infodemik ditandai dengan banjirnya “virus” informasi di masyarakat yang sering kali keliru. Seperti sifat virus, maka informasi keliru itu akan menular dan berakibat buruk bagi yang tidak memiliki kekebalan. Misalnya hoaks cara-cara mengatasi virus yang seolah-olah berdasar sumber-sumber ilmiah. Mereka yang menerima dan memercayai informasi tersebut bisa terjebak dalam pseudosains (Ningtyas, dkk., 2021, h. 40–41). Konsekuensinya, penanganan terhadap Covid-19 menjadi salah juga dan ini membahayakan jiwa masyarakat (Islam, dkk., 2020, h. 1627; Tim Harian Kompas, 2020). Bias persepsi terhadap pandemi Covid-19 di masyarakat menyulitkan

penanganannya. Misalnya informasi keliru tentang vaksinasi. Vaksinasi secara medis berguna untuk mengurangi risiko terpapar virus, membangun daya tahan tubuh, meringankan dampak virus, dan membangun kekebalan komunitas (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, n.d.). Namun, informasi yang keliru telah membelokkan persepsi sebagian masyarakat yang melihat vaksinasi sebagai tindakan yang berisiko bagi kesehatan. Bahkan informasi keliru juga memunculkan isu konspirasi yang mencurigai pandemi Covid-19 dibuat oleh pihak tertentu demi kepentingan pemerintah (The Lancet Infectious Diseases, 2020, h. 875).

Direktur Jenderal WHO, Tedros Adhanom Ghebreyesus, menyatakan bahwa infodemik sama berbahayanya dengan Covid-19 itu sendiri. Pada masa pandemi, menurutnya pertempuran tidak hanya dilakukan terhadap Covid-19 pandemi, tetapi juga terhadap infodemik. Kemampuan mengalahkan infodemik dapat membantu penanganan pandemi Covid-19. Seriusnya problem infodemik membuat WHO mengadakan First Infodemiology Conference di Munich, Germany, tahun 2020 (The Lancet Infectious Diseases, 2020, h. 875).

Dampak infodemik secara luas tidak hanya menimbulkan bahaya kesehatan, namun juga muncul persoalan sosial, seperti rasisme, kebencian akibat stigma pada kelompok masyarakat tertentu. Stigma ini sebagai hukuman bagi korban, sehingga mereka mendapat serangan ujaran kebencian dan perundungan terhadap

orang Asia, khususnya Tionghoa. Berbagai fenomena tersebut ditemukan dalam beragam kajian sosial selama pandemi (Al-Jarf, 2021, h. 661; Islam, dkk., 2020, h. 1627; Posetti & Bontcheva, 2020, h. 15; Yulianto, Saputra, Fernando, & Sucipto, 2020, h. 270). Seiring dengan stigma pada suatu kelompok, tidak mengherankan jika infodemik mampu memperkuat sikap intoleran yang mengakibatkan pandangan negatif terhadap kelompok lain dan berdampak pada ketidakmampuan untuk hidup berdampingan secara damai. Sikap intoleran ini bahkan dapat memicu timbulnya konflik (Kruglinski, 2021).

Kecepatan penyebaran infodemik terjadi akibat penggunaan internet yang sangat masif di masyarakat. Tindakan kejahatan ikut menyertai karena sudah membahayakan keselamatan jiwa orang-orang yang mendapat stigma (Dubey, 2020, h. 2). Berdasar fenomena pandemi Covid-19, dapat dikatakan bahwa penanganan pandemi tidak hanya fokus pada persoalan kesehatan, namun juga pada persoalan sosial. Tidak mengherankan jika WHO maupun pemerintah Indonesia menaruh perhatian pada tantangan penanganan informasi, agar masyarakat menerima informasi yang benar, lalu mereka diharapkan ikut bekerja sama mengatasi pandemi. Penanganan nonmedis ini (melawan infodemik) juga dilakukan the United Nations International Children's Emergency Fund/UNICEF. Organisasi ini bekerja sama dengan Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Badan Penanggulangan Bencana Nasional

(BNPB) serta MAFINDO mengembangkan *Hoax Buster* (Kruglinski, 2021).

Dalam menghadapi tantangan infodemik Covid-19, Jaringan Pegiat Literasi Digital (*Japelidi*) melakukan kampanye antihoaks. Mereka menyadari potensi yang dimiliki oleh media sosial untuk melawan hoaks dan memperkuat persatuan di tengah masyarakat Indonesia yang beragam budaya dan agama.

Artikel ini mendiskusikan bagaimana *Japelidi* menekankan keberagaman budaya untuk menghadapi penyebaran hoaks selama Pandemi Covid-19. Gerakan ini menarik untuk dianalisis sebagai contoh cara anggota *Japelidi*, dengan beragam latar belakang budaya dan agama di negara demokratis, dapat bersatu untuk mengatasi masalah bersama.

METODE

Keuntungan yang dimiliki penulis dalam studi ini adalah penulis berpartisipasi dalam proses produksi materi kampanye melawan hoaks, serta mengalami dari dalam fenomena ini. Penulis menggunakan studi kasus mengingat objek yang diteliti adalah suatu organisasi (Vanderstoep & Johnston, 2009, h. 209–2011) untuk mengetahui aktivitas yang alami dalam suatu peristiwa khusus (Tracy, 2019, Ch. 3). Penggunaan metode ini untuk menggali sesuatu yang unik dari aktivitas *Japelidi* karena situasi yang dihadapi belum pernah terjadi sebelumnya, yaitu di tengah krisis pandemi Covid-19. Tujuan penelitian tersebut sejalan dengan yang disampaikan Lapan, yaitu bahwa studi kasus dapat bertujuan

menemukan tindakan inovatif suatu organisasi (Lapan, 2011, Bab 10). Selain itu, penulis melakukan pengumpulan data secara intens-mendalam (*depth-intensity*) pada berbagai aktivitas yang terjadi di *Japelidi* saat proses kampanye.

Melalui metode studi kasus, penulis dapat melakukan pencatatan secara rinci (Neuman, 2014, h. 42). Mengingat penulis terlibat dalam *Japelidi*, maka penulis dapat melakukan penggalan data melalui observasi partisipatif untuk mengetahui proses, dinamika, kejadian secara lebih mendalam tentang konteks gerakan *Japelidi* dan tantangan yang dihadapi dalam mengatasi hoaks selama pandemi Covid-19. Melalui studi kasus, proses sosial antaranggota menjadi lebih nampak (Neuman, 2014, h. 42–43).

Selain observasi partisipatif, data dikumpulkan dengan berdasarkan telaah dokumentasi internal *Japelidi*, seperti percakapan di *WhatsApp Group* (WAG) untuk memahami interaksi dan dinamika antaranggota tim. Selain itu, data juga dikumpulkan melalui analisis berbagai sumber eksternal, termasuk artikel jurnal dan buku yang relevan dengan tema literasi digital, infodemik, dan penanganan hoaks. Artikel terkait Covid-19 yang berasal dari lembaga terpercaya seperti World Health Organization (WHO), Kementerian Komunikasi dan Informatika, Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, Kementerian Kesehatan, Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia, serta beberapa lembaga lainnya juga menjadi sumber data

yang penting dalam penelitian ini.

Data yang berhasil dikumpulkan kemudian ditampilkan secara deskriptif dalam analisis penelitian. Melalui pendekatan kualitatif dan deskriptif ini, penulis berupaya untuk memberikan gambaran komprehensif tentang upaya *Japelidi* dalam menghadapi infodemik dan peran mereka dalam melawan penyebaran hoaks selama pandemi Covid-19.

HASIL

Literasi digital menjadi aspek keterampilan krusial dalam menghadapi infodemik. Literasi digital mencakup kemampuan untuk memahami, mengevaluasi, dan menggunakan informasi secara bijaksana dari berbagai sumber *online*. Individu yang memiliki literasi digital kuat dapat melakukan proses penyaringan dan verifikasi informasi yang mereka terima. Gerakan *Japelidi* menekankan pentingnya literasi digital sebagai alat utama dalam melawan hoaks dan membantu masyarakat memahami betapa vitalnya mencari informasi yang akurat dari sumber yang tepercaya.

Volunteerism

Japelidi berdiri di atas semangat *volunteerism*. *Japelidi* berdiri awal tahun 2017 sebagai bentuk keprihatian terhadap persoalan yang muncul di media digital, seperti antara lain ujaran kebencian, penipuan, perundungan, fitnah, dan hoaks. Sebagai sebuah jaringan, *Japelidi* berkembang pesat dari semula 12 orang lalu saat ini beranggota 222 orang (terhitung sampai 1 September 2023), yang sebagian

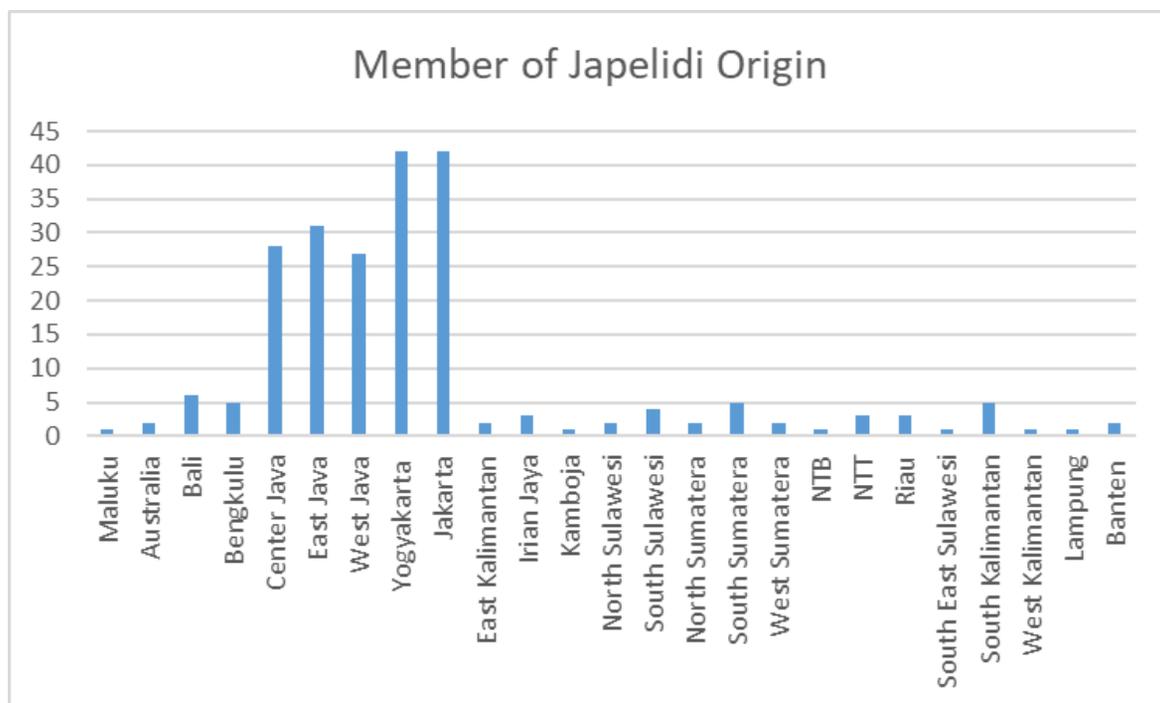
besar merupakan pengajar di berbagai perguruan tinggi di Indonesia, walau ada juga beberapa yang berdomisili di luar Indonesia seperti Kamboja, Australia, dan Inggris.

Japelidi lahir berdasar kolaborasi. Hal ini tercermin dari nama *Japelidi* itu sendiri yang merupakan penggabungan dari dua kata “jape” dan “lidi”. Kata “jape” digunakan dalam bahasa pergaulan (slang) di Yogyakarta yang berarti “bocah” atau “teman”. Sedangkan “lidi” merupakan tulang daun kelapa, jika lidi-lidi digabungkan akan menjadi sapu lidi yang sulit patah dan berguna untuk membersihkan sampah. Jadi, *Japelidi* bermakna sebagai kumpulan teman yang menyatu untuk melakukan literasi digital (Kurnia, dkk., 2020, h. 3-4). “Lidi-lidi” yang bersatu di *Japelidi* memiliki latar belakang yang beragam namun *interest* atau kepentingan yang sama, yaitu memberdayakan masyarakat di era

digital ini. Mereka datang dari berbagai wilayah Indonesia dan membentuk semacam komunitas. Ragam asal mereka bisa dilihat dari gambar 2 berikut.

Jalan perjuangan *Japelidi* adalah edukasi literasi digital. Bagi *Japelidi*, masyarakat perlu diberdayakan dengan literasi digital yang kuat sehingga mereka dapat mengidentifikasi informasi yang tidak benar. Sebelum menyebarkan informasi, masyarakat harus memeriksa kebenaran informasi dari sumber yang terpercaya.

Penulis mencatat bahwa aktivitas *Japelidi* dilakukan dengan konsep yang kuat. Sebagai dasar akitivitasnya, *Japelidi* menggagas tingkatan kompetensi sebagai tolok ukur literasi digital, yaitu mengakses, menyeleksi, memahami, menganalisis, membuktikan, mengevaluasi, mendistribusi, memproduksi, berpartisipasi, dan kolaborasi (Kusumastuti, dkk., 2021, h. 6).



Gambar 2 Sebaran Asal Wilayah Anggota *Japelidi* 2023
 Sumber: Data Olahan Anggota *Japelidi* (2023)

Upaya *Japelidi* melakukan kampanye melawan hoaks Covid-19 selama bulan Maret sampai dengan Oktober 2020 merupakan bagian dari gerakan literasi digital (Kurnia, dkk., 2020, h. viii). Masa tersebut merupakan masa ketidakjelasan, yaitu masa pengetahuan tentang virus Covid-19 masih sangat sedikit sehingga informasi yang beredar simpang siur. Bahkan dua warga negara Indonesia yang dinyatakan sebagai pasien pertama terinfeksi Covid-19 tidak tahu tentang keadaan dirinya, sampai keduanya baru tahu setelah mereka viral di media sosial (Retaduari, 2022). Minimnya informasi juga berdampak ketika pemerintah mengumumkan masuknya Covid-19 ke Indonesia, masyarakat lalu mengalami *panic buying*. Harga masker dan *hands sanitizer* melambung tinggi.

Volunteerism para anggota yang nampak dalam kampanye *Japelidi* melawan hoaks merupakan tanggapan atas situasi Indonesia. Pada akhir tahun 2019, WHO mengumumkan adanya laporan dari pemerintah Tiongkok mengenai penyebaran virus yang menyerang paru-paru di kota Wuhan, Tiongkok. Keberadaan virus jenis baru ini menimbulkan kekhawatiran, terutama karena kecepatan penyebarannya yang sangat tinggi.

Dua bulan setelah merebaknya Covid-19 di Wuhan, pemerintah Indonesia secara resmi menyatakan bahwa virus tersebut telah masuk ke Indonesia. Hal ini diumumkan oleh Presiden Jokowi pada tanggal 2 Maret 2020, ketika dua warga negara Indonesia dinyatakan positif

terinfeksi virus Covid-19. Pengumuman ini menandai awal dari perjuangan Indonesia dalam menghadapi pandemi yang belum pernah terjadi sebelumnya. Dalam beberapa minggu berikutnya, jumlah kasus positif Covid-19 di Indonesia terus bertambah dan pemerintah pun berusaha keras untuk mengatasi penyebaran virus ini dan melindungi kesehatan masyarakat. Saat itu secara umum virus tersebut dikenal sebagai Corona (Ihsannudin, 2020).

Seketika jagat dunia maya (khususnya media sosial) di Indonesia gaduh karena Indonesia sudah terpapar Covid-19. Berbagai informasi yang sebagian besar tidak jelas sumber dan kebenarannya merajalela di media sosial. Kegaduhan dunia maya ini tidak lepas dari pengamatan *Japelidi*. *Whatsapp Group* (WAG) *Japelidi* ramai membahas soal ini. Tanggal 13 Maret 2020, dalam diskusi di WAG *Japelidi*, Lestari, salah satu anggota dari Jakarta, menyampaikan perlu adanya gerakan *Japelidi* melawan hoaks Covid-19. Gagasan tersebut ditanggapi oleh anggota-anggota lain, sehingga bergulir menjadi diskusi intensif. Biasanya diskusi berlangsung malam hari mengingat kesibukan masing-masing anggota di siang hari. Semua diskusi berlangsung secara *online* menggunakan zoom. Lalu dibuat tim beranggotakan 25 orang. Keikutsertaan anggota ke dalam tim bersifat sukarela, tidak memandang latar belakang lembaga, agama, dan suku (Nugraheni, 2020, h. 82). Berkat internet maka peserta diskusi dapat berasal dari berbagai belahan Indonesia, bahkan dari luar negeri. Kerja cepat, kerja keras, dan

kerja gembira mewarnai diskusi-diskusi. Hasil diskusi mengerucut pada pembuatan poster sebagai media kampanye melawan hoaks.

Partisipatif

Japelidi, dalam merancang isi poster yang berfokus pada tindakan atau “*how to*”, mengerti bahwa keakuratan isi poster sangat penting karena bisa menjadi rujukan masyarakat. Prinsip kehati-hatian nampak dalam mengeksekusi gagasan menjadi konten. Kegiatan ini dikerjakan secara “keroyokan” atau bersama-sama sehingga terbangunlah semangat keterlibatan. Konten poster dibahas secara mendalam dan detail oleh anggota *Japelidi* sebelum dibagikan kepada masyarakat. Proses pembahasan sering kali melibatkan penggunaan referensi ilmiah dan sumber-sumber terpercaya. Misalnya, ketika membahas penggunaan masker, berkali-kali rancangan naskah diuji kebenarannya melalui *cross-check* dengan sumber-sumber terpercaya, seperti WHO dan BNPB.

Soal penggunaan masker, pada bulan-bulan awal pandemi Covid-19, timbul pro-kontra di masyarakat. Muncul beberapa pertanyaan, seperti: Siapa yang harus menggunakan masker? Kapan masker digunakan? Apa masker yang layak untuk pencegahan penyebaran Covid-19? Bagaimana menggunakan masker dengan tepat? Saat itu ada yang berpendapat bahwa masker hanya untuk orang yang sakit, sedang orang sehat tidak perlu. Tentu saja pro-kontra ini menimbulkan kebingungan di masyarakat ditambah munculnya hoaks soal penggunaan masker. Misalnya, hoaks penggunaan tisu basah untuk mengganti masker (Kominfo, 2020). Tidak mengherankan untuk melawan hoaks serta merespons kebingungan masyarakat, WHO dan BNPB mengeluarkan panduan penggunaan masker.

Sebagai contoh, potongan video di atas yang dipublikasikan WHO pada tanggal 12 Juni 2020 digunakan untuk acuan tentang penggunaan masker.



Gambar 3 Penggunaan Masker oleh WHO
Sumber: World Health Organization (2020)

BNPB juga memberikan panduan melalui pernyataannya dengan judul “Gugus Tugas Rekomendasikan Standar Penggunaan Masker Cegah Covid-19” (Wibowo, 2020). Berbagai sumber yang kredibel sungguh-sungguh menjadi pegangan dalam menentukan isi poster, sehingga poster ditujukan menjadi referensi atau panduan. Misalnya perilaku penggunaan masker di masyarakat yang masih kurang tepat. Hasil observasi anggota *Japelidi* mendapatkan beberapa kesalahan literasi masyarakat. Misalnya ketika masker digunakan di dagu, hanya menutup mulut, tidak menutup hidung. Seharusnya masker digunakan untuk menutup mulut dan hidung untuk menghindari percikan air liur penderita. Terkait dengan isu itu lalu *Japelidi* berdiskusi untuk memproduksi poster penggunaan masker yang tepat.

Aksi Memperkuat Pesan Poster

Perlawanan terhadap hoaks dilakukan oleh *Japelidi* tidak hanya melalui produksi poster, tetapi juga melalui aksi nyata beberapa anggotanya di lapangan, seperti pembagian sabun cuci tangan dan masker kepada masyarakat. *Japelidi* memilih sabun sebagai alat pembersih tangan daripada *hand sanitizer*. Pilihan untuk menggunakan sabun didasarkan pada hasil riset tentang fungsi masing-masing pembersih tangan. Diketahui bahwa sabun lebih efektif dalam membasmi kuman dan virus yang melekat di tangan. Oleh karena itu, pembagian sabun ini sejalan dengan isi poster yang menginformasikan cara mencuci tangan yang benar. Menggunakan sabun cuci tangan sebagai bagian dari kampanye

penanggulangan Covid-19 adalah pilihan yang tepat. Menurut penelitian ilmiah, mencuci tangan dengan sabun secara menyeluruh dapat menghilangkan kuman dan virus dari permukaan kulit tangan (Global Handwashing Partnership, 2020).

Tidak hanya itu, pembagian sabun juga berperan dalam memberikan contoh nyata tentang pentingnya mencuci tangan dengan benar. Masyarakat akan lebih mudah mengikuti praktik kebersihan yang tepat setelah melihat dan mengalami sendiri manfaat dari mencuci tangan dengan sabun. Melalui aksi pembagian sabun, *Japelidi* juga memberikan penjelasan tentang cara mencuci tangan yang benar sehingga masyarakat dapat mengadopsi kebiasaan mencuci tangan yang lebih sehat dan efektif.

Selain pembagian sabun, anggota *Japelidi* juga turut mendistribusikan masker kepada masyarakat. Kombinasi antara mencuci tangan yang benar dengan menggunakan sabun dan memakai masker adalah tindakan pencegahan yang disarankan secara medis dalam meminimalkan risiko penularan Covid-19 (Yanuarto, 2020). Biaya pencetakan poster dan sabun dikeluarkan secara sukarela secara pribadi dari anggota *Japelidi*.

Dengan melibatkan diri dalam kegiatan nyata seperti pembagian sabun dan masker, *Japelidi* tidak hanya berkontribusi dalam mengatasi penyebaran hoaks, tetapi juga membantu masyarakat dalam menghadapi pandemi ini dengan lebih siap dan penuh kesadaran akan pentingnya praktik kebersihan. Semangat kolaboratif dan



Gambar 4 Penyebaran Poster dan Sabun

Sumber: Kurnia, dkk. (2020)

tindakan nyata di lapangan menjadikan *Japelidi* sebagai contoh inisiatif positif dalam menangani masalah pandemi dan hoaks secara bersama-sama.

Gerakan Bersama

Sebenarnya, aksi membuat konten tentang Covid-19 dilakukan oleh banyak komunitas dan kelompok di masyarakat. *Japelidi* juga menganalisis konten-konten tersebut, misalnya konten inspiratif. Fenomena ini mencerminkan semangat gotong royong yang menggelora di tengah-tengah pandemi, meskipun tanpa adanya satu koordinator tunggal. Semua orang sepertinya memiliki keinginan kuat untuk berkontribusi dalam menyelesaikan masalah pandemi ini.

Keterlibatan berbagai komunitas dan kelompok dalam menyebarkan informasi mengenai Covid-19 dan cara pencegahannya menjadi indikator kesadaran kolektif akan pentingnya peran individu dalam menghadapi krisis kesehatan global ini. Tidak ada batasan usia, latar belakang,

atau status sosial dalam partisipasi ini. Dari anak-anak hingga orang dewasa, dari pelajar hingga profesional, semuanya terlibat aktif dalam menyebarkan pesan-pesan penting mengenai Covid-19.

Masyarakat, dalam keadaan yang penuh ketidakpastian dan kecemasan, merasa bertanggung jawab untuk berbagi informasi yang benar dan akurat, serta memastikan orang lain memahami pentingnya pencegahan. Aksi-aksi individu ini bersatu membentuk gerakan gotong royong yang kuat dengan setiap orang berperan sebagai agen perubahan dalam melawan pandemi.

Tidak ada koordinator sentral dalam aksi yang dilakukan berbagai komunitas menunjukkan kekuatan dari kerja kolektif yang berdasarkan pada kesadaran dan kesediaan masing-masing individu untuk berkontribusi. Berbagai komunitas bekerja sama dalam sinergi, saling mendukung, dan memberikan dorongan positif satu sama lain. Kebetulan anggota-anggota *Japelidi* juga memiliki

jejaring atau aktif di komunitas lain sehingga memudahkan kolaborasi. Misalnya, *Japelidi* melibatkan Jaringan Radio Komunitas Indonesia dalam menyebarkan kampanye melawan hoaks Covid-19. Selain itu jejaring dengan berbagai media massa (*online*, radio, televisi, cetak) sangat membantu penyebaran kampanye *Japelidi*. Jadi, kampanye *Japelidi* menggunakan berbagai saluran komunikasi. Berbagai relawan terdorong memberikan informasi yang benar agar masyarakat dapat memahami dan menghadapi pandemi ini dengan lebih baik.

Melalui partisipasi aktif dalam menyebarkan konten tentang Covid-19, masyarakat menunjukkan komitmen mereka untuk berjuang bersama mengatasi krisis ini. Semangat gotong royong ini tidak hanya memperkuat persatuan di tengah perbedaan dan keragaman, tetapi juga menjadi pilar penting dalam membentuk masyarakat yang lebih tangguh dan solid dalam menghadapi tantangan apapun.

Membangun Kesadaran Keberagaman Budaya

Bagi *Japelidi*, memiliki jumlah anggota yang tersebar di berbagai wilayah dan kapasitas anggota yang terdiri dari akademisi merupakan modal besar dalam melakukan kampanye melawan hoaks. Keberagaman dan kekayaan latar belakang anggota ini menjadi kekuatan yang mampu menghasilkan ide-ide kreatif dan inovatif dalam upaya melawan penyebaran informasi yang salah. Suatu ide yang digulirkan dapat memicu tanggapan dari anggota lainnya yang pada akhirnya dapat melahirkan ide-ide baru yang lebih kuat dan relevan.

Salah satu ide yang muncul dari diskusi-diskusi di *Japelidi* adalah menghormati keberagaman etnik masyarakat Indonesia. Dengan semangat melayani sebanyak mungkin masyarakat, timbul gagasan untuk membuat poster dengan beragam bahasa. Penggunaan bahasa lokal dinilai dapat membumikan pesan poster agar mudah dipahami masyarakat di daerah-daerah. Namun, penerjemahan dari Bahasa Indonesia ke berbagai bahasa daerah ternyata tidak mudah karena bahasa yang digunakan harus mudah dipahami dan relevan dengan budaya setempat (Annisa, Adikara, & Poerwaningtias, 2020). Oleh karena itu, dalam proses penerjemahan ini, *Japelidi* perlu berfokus pada bahasa ungkapan sehari-hari yang umum digunakan di daerah tersebut.

Poster “Jaga Diri dan Keluarga” menjadi inti kampanye *Japelidi* mengingat konten poster tersebut mencakup perihal yang harus diketahui masyarakat untuk mengurangi risiko tertular Covid-19. Konsep “Jaga Diri dan Keluarga” menekankan solidaritas, yaitu membawa makna mendalam bahwa setiap individu memiliki tanggung jawab tidak hanya terhadap diri sendiri, tetapi juga terhadap kesejahteraan orang lain di sekitarnya, terutama keluarga. Pandangan ini mencerminkan keprihatinan dan kepedulian terhadap keselamatan dan kesejahteraan bersama yang merupakan sifat khas dari orang Indonesia yang cenderung kolektif.

Produksi poster ke dalam berbagai bahasa lokal di satu sisi menggambarkan penerimaan atas keragaman, namun di sisi lain merupakan tantangan. Seperti terlihat dalam gambar 5 tertera poster (dari



Gambar 5 Poster dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Lokal

Sumber: Kurnia, dkk. (2020)

kiri ke kanan) dalam Bahasa Indonesia, Bahasa Dayak, dan Bahasa Manado. Meskipun anggota *Japelidi* bukan ahli bahasa, namun mereka memiliki jejaring dan koneksi dengan orang-orang yang dianggap memahami bahasa setempat. Ketika ada ide untuk membuat poster dalam bahasa daerah tertentu, mereka akan mendiskusikannya dengan individu atau komunitas yang menguasai bahasa tersebut. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa penerjemahan dilakukan dengan tepat dan menghasilkan pesan yang mudah dipahami oleh masyarakat setempat. Tim kampanye melibatkan teman, keluarga pengguna bahasa setempat dalam proses penerjemahan. Kolaborasi dengan pengguna bahasa setempat ini membantu memastikan bahwa poster dapat mencapai target khalayak dengan efektif dan memiliki dampak yang positif dalam menyebarkan informasi yang benar.

Saat proses penerjemahan dan pembuatan poster, keragaman latar belakang anggota *Japelidi* menjadi aset berharga karena mereka dapat saling belajar

dan memahami perspektif dan kebutuhan dari berbagai wilayah dan budaya di Indonesia. Kerja sama dan komunikasi antaranggota dari berbagai latar belakang ini menghasilkan produk akhir yang beragam, inklusif, dan mendalam dalam menyampaikan pesan tentang Covid-19 kepada masyarakat Indonesia. Poster-poster *Japelidi* pun menjadi sarana efektif untuk menyampaikan pesan-pesan yang penting tentang pencegahan dan penanganan Covid-19 kepada masyarakat di seluruh Nusantara. *Japelidi* berhasil membuat poster dalam berbagai bahasa lokal, selain Bahasa Indonesia dan Mandarin (Kurnia dkk., 2020).

Promosi Konten Positif

Diskusi *Japelidi* juga menganalisis situasi media sosial yang dipenuhi oleh konten-konten negatif terkait pandemi Covid-19. Fenomena ini dipandang sebagai hal yang dapat mengganggu upaya masyarakat dalam menghadapi pandemi, terutama dari segi psikologi. Informasi yang salah, hoaks, dan pesan-pesan negatif dapat menyebabkan ketakutan, kecemasan, dan ketidakpastian

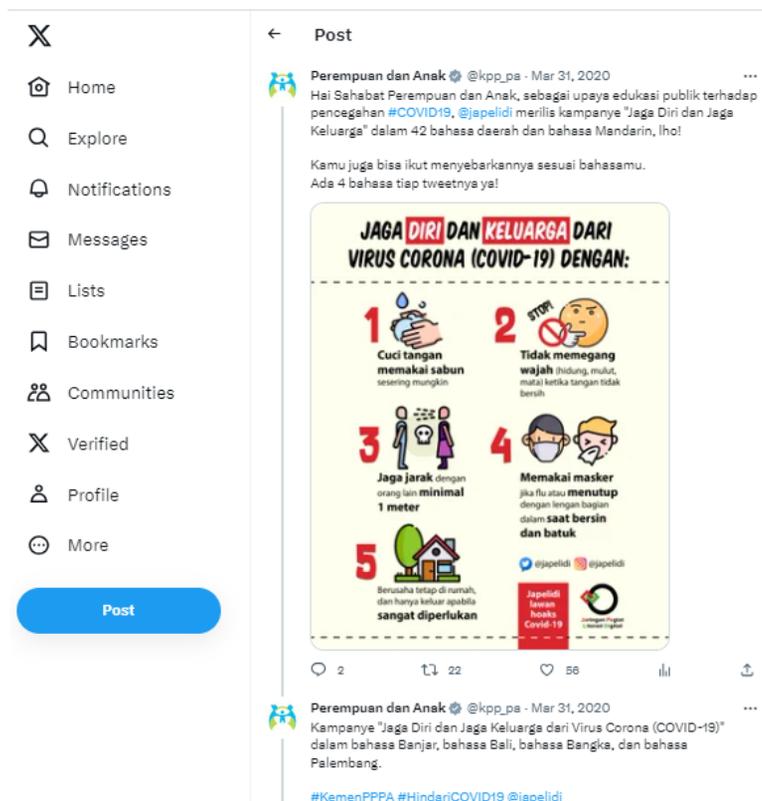
di kalangan masyarakat. *Japelidi* menyadari pentingnya menyebarkan konten-konten positif ke media sosial. Konten-konten ini berfokus pada aksi-aksi sukarela yang membantu orang lain, menginspirasi orang untuk berbuat baik, dan menyebarkan harapan dan semangat dalam menghadapi pandemi ini.

Salah satu contoh yang diangkat dalam diskusi di WAG *Japelidi* adalah tentang seorang anak Sekolah Dasar (SD) yang dengan tulus membuka tabungannya untuk membeli masker bagi orang banyak. Kisah seperti ini mencerminkan kepedulian dan empati yang tinggi dari generasi muda, yang meskipun memiliki keterbatasan sumber daya, tetapi tetap ingin berkontribusi dan membantu masyarakat di sekitarnya. Kisah ini menjadi contoh positif tentang sekecil apapun perbuatan dapat memberikan

dampak yang besar bagi orang lain dan masyarakat.

Japelidi, melalui penyebaran konten-konten positif seperti ini, berharap dapat membangun energi positif di media sosial yang dapat memberikan efek inspiratif bagi masyarakat. Melalui kisah-kisah seperti ini, diharapkan masyarakat dapat terinspirasi untuk melakukan tindakan-tindakan kecil yang bermakna bagi orang lain sehingga semangat gotong royong dan solidaritas tetap hidup di tengah pandemi.

Selain itu, konten-konten positif juga berfungsi sebagai pengingat bahwa di tengah tantangan pandemi, masih ada banyak kebaikan dan kepedulian di antara kita. Hal ini dapat meningkatkan optimisme dan kepercayaan diri masyarakat dalam menghadapi situasi sulit ini. Ketika konten-



Gambar 6 Twitter KPPPA

Sumber: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (2020)

konten positif makin tersebar luas di media sosial, diharapkan akan ada pergeseran dari fokus pada ketakutan dan kecemasan menjadi fokus pada harapan dan kebaikan.

Promosi konten-konten positif dan inspiratif di media sosial bertujuan menciptakan lingkungan daring yang lebih sehat dan mendukung bagi masyarakat. *Japelidi*, melalui konsistensi penyebaran informasi yang akurat dan positif, berkontribusi dalam membangun rasa kebersamaan dan semangat optimisme di kalangan masyarakat dalam menghadapi pandemi Covid-19 ini. Sebagai bentuk dukungan pada kampanye melalui poster, *Japelidi* giat menyebarkan *press release* aktivitas tersebut ke berbagai media, lokal, dan nasional. Selain itu, *Japelidi* juga berkolaborasi dengan organisasi atau kelompok lain, misalnya Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KPPPA). KPPPA ikut mengunggah poster-poster *Japelidi* di akun *Twitter*-nya.

PEMBAHASAN

Infodemik, semisal hoaks, sering terjadi dalam situasi darurat, seperti pandemi, ketika masyarakat mengalami ketidakpastian dan kecemasan yang tinggi dan mencari informasi yang dapat memberikan pemahaman atau penjelasan atas situasi yang sedang terjadi. Kecepatan dan besaran informasi yang beredar sering tidak terverifikasi sebelumnya dan simpang siur sumbernya sehingga keakuratannya diragukan. Sering terjadi disinformasi tentang Covid-19 yang memang sengaja

ditujukan untuk mengacaukan situasi agar masyarakat bingung dan meragukan tindakan penanganan Covid-19 dari lembaga yang berwenang.

Kemunculan infodemik dapat disebabkan beberapa faktor, seperti: 1) Penyebaran yang sangat mudah melalui media sosial. Informasi dapat menyebar dengan cepat melalui *platform* media sosial, seperti *Facebook*, *Twitter*, dan *WhatsApp*. Informasi yang tidak diverifikasi atau berita palsu disebarkan secara massal dapat memicu infodemik; 2) Ketika masyarakat merasa kekurangan informasi yang memadai dari sumber resmi atau tepercaya, mereka cenderung mencari informasi dari sumber yang tidak diverifikasi; 3) Situasi tidak pasti menjadi peluang hadirnya infodemik. Kekurangan informasi menyebabkan ketidakpastian yang berujung pada kecemasan dan kepanikan. Situasi ini memunculkan keributan di media sosial, hukum rimba informasi yang memunculkan pelanggaran etika dalam penyebaran informasi.

Kemunculan infodemik di media sosial sejalan dengan hasil studi dari The Harvard Kennedy School bahwa media sosial berperan besar dalam terjadinya infodemik (Bridgman, dkk., 2020). Penggunaan media sosial untuk penyaluran infodemik bisa dipahami karena pada masa awal pandemi Covid-19 tahun 2020 penggunaan media sosial menjadi lebih signifikan akibat lonjakan jumlah pengguna media sosial di seluruh dunia. Data mencatat bahwa sekitar 3,8 miliar orang menggunakan media sosial pada periode tersebut (Kemp, 2020).

Angka ini mencerminkan betapa meluasnya penetrasi media sosial dalam kehidupan sehari-hari masyarakat di berbagai belahan dunia. Media sosial menjadi salah satu sumber utama informasi bagi banyak orang dalam situasi yang penuh ketidakpastian seperti pandemi. Mereka mencari berita terkini, informasi kesehatan, perkembangan pandemi, dan tindakan pencegahan yang harus diambil.

Literasi Digital dalam Model *Pentahelix*

Hoaks yang begitu masif mendorong perlunya gerakan sebanding dalam skala dan upaya. Dalam situasi di mana pemerintah menghadapi keterbatasan menangani banyak aspek kompleks dari pandemi Covid-19, kerja sama dan kolaborasi dari berbagai pihak menjadi sangat diperlukan. Kesadaran akan pentingnya berkolaborasi menjadi kunci keberhasilan dalam penanganan pandemi ini. Oleh karena itu, sangat penting membangun kesadaran kolektif bahwa kita semua berada di kapal yang sama di tengah badai besar. Semua penumpang kapal harus selamat, tidak ada yang boleh tertinggal. Sebagai upaya mencapai tujuan tersebut, seluruh anggota masyarakat harus berkolaborasi dan bersatu hati untuk mengatasi dampak besar yang diakibatkan oleh pandemi ini. Dalam usaha bersama ini, tidak hanya pemerintah yang bertanggung jawab, tetapi juga melibatkan partisipasi seluruh elemen masyarakat. Kesadaran akan pentingnya kolaborasi membawa kesempatan untuk menciptakan solusi yang lebih holistik dan berkelanjutan dalam menghadapi pandemi ini (Resta, dkk., 2022).

Kolaborasi berbagai pihak dalam literasi digital merupakan aksi yang telah digagas oleh *Japelidi*. Penulis mencatat kolaborasi dalam model *pentahelix*, pihak-pihak itu adalah lima unsur pemangku kepentingan dalam literasi digital, yaitu masyarakat sipil, pemerintah, lembaga pendidikan, industri teknologi, dan pengguna.

Pentahelix menunjukkan lima unsur gerakan literasi digital yang harus berkolaborasi. *Japelidi* merupakan perpaduan antara unsur masyarakat sipil, lembaga pendidikan, serta pengguna. Arah kampanye *Japelidi* adalah membangun kesadaran individu.

Dalam menghadapi pandemi Covid-19, penting bagi setiap individu untuk menyadari bahwa tindakan yang diambil oleh masing-masing individu dapat berdampak langsung pada kesehatan dan keselamatan anggota keluarga dan komunitasnya. Dengan disiplin menjalankan protokol kesehatan, seperti mengenakan masker, menjaga jarak



Gambar 7 *Pentahelix* Gerakan Literasi Digital
Sumber: Jaringan Pegiat Literasi Digital (2023)

fisik, mencuci tangan, dan menghindari kerumunan, seseorang secara aktif mencegah penyebaran virus tersebut.

Kepekaan terhadap keselamatan diri membawa kesadaran bahwa tindakan pencegahan yang dijalankan secara pribadi juga melindungi orang-orang terdekat, termasuk keluarga. Ketika setiap individu secara bertanggung jawab menjaga kesehatan diri dan mencegah penyebaran virus, risiko penularan pada anggota keluarga secara otomatis berkurang. Dalam konteks ini, perlindungan keluarga menjadi fokus utama dan kepedulian terhadap keselamatan diri menjadi pijakan bagi kesejahteraan bersama.

Lebih dari sekadar memenuhi tanggung jawab pada diri sendiri, prinsip “Jaga Diri dan Keluarga” mengajarkan nilai-nilai empati dan solidaritas. Memahami bahwa setiap individu saling terkait dan saling memengaruhi, orang Indonesia yang berlatar belakang budaya kolektivistis akan terhubung dengan konsep melindungi anggota keluarga dan komunitasnya.

Dalam pandemi ini, kesadaran kolektif ini memainkan peran penting dalam menangani Covid-19 secara efektif. Ketika setiap orang menginternalisasi nilai-nilai “Jaga Diri & Keluarga,” masyarakat akan menjadi lebih disiplin dalam mengikuti protokol kesehatan dan lebih berempati terhadap kesejahteraan orang lain. Dengan bersatu dan saling mendukung, kita dapat memperkuat keselamatan diri, keluarga, dan komunitas secara keseluruhan, menghadapi pandemi dengan kekuatan yang tergabung (kolaboratif).

Egaliter dan Mandiri

Hal menarik dari kolaborasi ini adalah sifat egaliter dan nondiskriminatif karena suara semua anggota ditanggapi tanpa melihat perbedaan latar belakang. Bahkan perbedaan diakomodasi dalam bentuk penghargaan terhadap penggunaan bahasa yang berbeda pada pesan poster. Ini artinya, bahasa yang beragam bertujuan meraih masyarakat dari berbagai daerah. Hal itu mencerminkan para relawan *Japelidi* berkeinginan isi pesan dapat dimanfaatkan sebanyak mungkin masyarakat Indonesia.

Gerakan *Japelidi* bersifat partisipatoris karena menekankan pentingnya peran anggota dan keterlibatan aktif individu dalam membangun kesatuan aksi. Mereka saling mendukung gagasan dan aksi tanpa sekat-sekat budaya dan agama. Dalam situasi pandemi, komunitas *Japelidi* memberi ruang bagi anggota yang memiliki latar belakang budaya dan agama beragam. Mereka bergabung secara sukarela, tanpa dibayar bahkan harus mengeluarkan dana, tenaga dan pikiran dalam gerakan melawan hoaks.

Keinginan berkontribusi mengatasi masalah sosial menyebabkan para pegiat menjadi mandiri. Ini merupakan fenomena menarik bahwa literasi digital lahir dari inisiatif dari bawah, tanpa harus bergantung pada fasilitas dan dukungan dana dari luar organisasi. Kemandirian *Japelidi* membuatnya mudah bergerak, lincah dalam merespons situasi terkini. Tidak ada ikatan yang menjadi beban bagi para pegiat sehingga mereka bisa fokus pada aksi itu sendiri.

Dengan berfokus pada keterlibatan aktif dalam berbagi pengetahuan dan keterampilan dalam literasi digital, gerakan ini mencerminkan semangat komunitas yang kuat dan inklusif dalam menghadapi krisis bersama. Keberagaman budaya dan agama menjadi sumber kekayaan dalam mencari solusi bersama mengatasi hoaks.

Aspek sukarela tidak hanya terjadi pada kampanye melawan hoaks Covid-19, namun juga berbagai kegiatan lainnya. Semangat sukarela nampak kental pada sifat organisasi *Japelidi* yang cair. Tidak ada badan hukum, namun para anggota sepakat untuk bekerja sama dalam permasalahan yang sama tentang literasi digital. Dalam konteks pandemi Covid-19, literasi digital memainkan peran krusial dalam menghadapi infodemik.

Gerakan ini, dengan mengedepankan literasi digital, membantu masyarakat menjadi lebih cerdas dalam mengakses dan mengelola informasi di era digital yang penuh informasi palsu. Hal ini sesuai dengan pendekatan partisipatif yang menempatkan peran komunitas dalam memperkuat persatuan di tengah keberagaman budaya dan agama.

Melalui gerakan serentak di seluruh Indonesia, *Japelidi* menciptakan jalinan sosial yang kuat di antara para pegiat dengan beragam latar belakang budaya dan agama. Dengan bersatu secara sukarela, mereka menciptakan poster-poster dalam berbagai bahasa untuk menyebarkan informasi yang benar dan akurat mengenai pandemi Covid-19. Pendekatan yang menghargai keberagaman budaya dan agama dalam

menciptakan poster-poster tersebut mencerminkan semangat persatuan dalam masyarakat yang beragam dan demokratis.

SIMPULAN

Gerakan *Japelidi* Melawan Hoaks Covid-19 menunjukkan kolaborasi yang inklusif mampu menghasilkan kampanye literasi digital yang kuat untuk mengatasi tantangan pandemi dan penyebaran hoaks. Keberagaman budaya menjadi kekhasan *Japelidi* dalam melawan hoaks karena menjadikannya gerakan yang menjangkau semua. Sementara itu, para anggota *Japelidi* membentuk jalinan sosial yang kuat atau kompak walau mereka beragam latar belakang budaya dan agama. Jalinan tersebut muncul karena adanya prinsip egaliter dalam komunikasi para anggota. Dengan pendekatan yang inklusif dan egaliter, *Japelidi* menciptakan langkah konkrit dalam mengatasi masalah hoaks di masyarakat yang beragam budaya di Indonesia.

DAFTAR RUJUKAN

- Al-Jarf, R. (2021). Combating the Covid-19 hate and racism speech on social media. *Technium Social Sciences Journal*, 18, 660–666.
- Annisa, F., Adikara, G. J., & Poerwaningtias, I. (2020). Kampanye daring *Japelidi* dalam bingkai budaya partisipasi. Dalam N. Kurnia, L. Nurhajati, & S. I. Astuti (Eds.), *Kolaborasi lawan hoaks Covid-19* (h. 55–77). Yogyakarta, Indonesia: *Japelidi*_Universitas Gadjah Mada.
- Arechar, A. A., Allen, J., Berinsky, A. J., Cole, R., Epstein, Z., Garimella, K., ... Rand, D. G. (2023). Understanding and combatting misinformation across 16 countries on six continents. *Nature Human Behaviour*, 7(September), 1502-1513.

- Bridgman, A., Merkley, E., Loewen, P. J., Owen, T., Ruths, D., Teichmann, L., & Zhilin, O. (2020). The causes and consequences of Covid-19 misperceptions: Understanding the role of news and social media Research questions. *Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review*, 1(June), 1–18.
- Cinelli, M., Quattrocioni, W., Galeazzi, A., Valensise, C. M., Brugnoti, E., Schmidt, A. L., ... Scala, A. (2020). The Covid-19 social media infodemic. *Scientific Reports*, 10(1), 1–10.
- Dubey, A. D. (2020). The resurgence of cyber racism during the Covid-19 pandemic and its aftereffects: Analysis of sentiments and emotions in tweets. *JMIR Public Health and Surveillance*, 6(4), 1–7.
- Global Handwashing Partnership. (2020). *2020 Handwashing Research Summary*. <https://www.globalwaters.org/sites/default/files/ghp-2020-handwashing-research-summary-.pdf>
- Ihsannudin. (2020, Maret 2). *Ini pengumuman lengkap Jokowi soal 2 WNI positif corona*. < <https://nasional.kompas.com/read/2020/03/02/12002701/ini-pengumuman-lengkap-jokowi-soal-2-wni-positif-corona?page=all/>>
- Islam, M. S., Sarkar, T., Khan, S. H., Kamal, A. H. M., Murshid Hasan, S. M., Kabir, A., ... Seale, H. (2020). Covid-19 related infodemic and its impact on public health: A global social media analysis. *American Journal of Tropical Medicine and Hygiene*, 103(4), 1621–1629.
- Jaringan Pegiat Literasi Digital. (2023). *Paparan Japelidi kondisi masyarakat digital di Indonesia*. Jakarta, Indonesia: Japelidi.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (n.d.). *4 manfaat vaksin Covid-19 yang wajib diketahui*. <<https://upk.kemkes.go.id/new/4-manfaat-vaksin-Covid-19-yang-wajib-diketahui/>>
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2023). *Vaksinasi Covid-19 nasional*. <<https://vaksin.kemkes.go.id/#/vaccines>>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2020). *[HOAKS] tisu basah dapat mengganti fungsi masker untuk mencegah virus corona*. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/24812/hoaks-tisu-basah-dapat-mengganti-fungsi-masker-untuk-mencegah-virus-corona/0/laporan_isu_hoaks>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2023). *Isu hoaks Covid-19*. <https://trustpositif.kominfo.go.id/assets/hoaks_covid/Total_Isu_Hoaks_Covid-19_sd_27_Juli_2023.pdf>
- Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. (2020). *Jaga diri dan jaga keluarga dari virus corona (Covid-19)*. <https://twitter.com/kpp_pa/status/1245210276560908290>
- Kemp, S. (2020). *Digital 2020: 3.8 billion people use social media*. <<https://wearesocial.com/uk/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media/>>
- Kruglinski, J. (2021). *Melawan 'infodemi' di tengah pandemi UNICEF dan para mitra mengungkap fakta demi fakta untuk atasi misinformasi seputar Covid-19*. <<https://www.unicef.org/indonesia/id/coronavirus/cerita/melawan-infodemi-di-tengah-pandemi>>
- Kurnia, N., Nurhajati, L., Astuti, S. I., Wijayanto, X. A., Gelgel, N. M. R. A., Annisa, F., ... Adikara, G. J. (2020). Kolaborasi Japelidi lawan hoaks Covid-19. Dalam N. Kurnia, L. Nurhajati, & S. I. Astuti (Eds.). *Kolaborasi lawan (hoaks) Covid-19*. Yogyakarta, Indonesia: Magister Ilmu Komunikasi UGM.
- Kusumastuti, F., Astuti, S. I., Astuti, Y. D., Birowo, M. A., Esti, L., Hartanti, P., ... Kurnia, N. (2021). *Modul etis bermedia digital*. Jakarta, Indonesia: Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Lapan, S. D. (2011). *Qualitative research*. San Fransisco, USA: Wiley Professional, Reference & Trade (Wiley K&L).
- MAFINDO. (2020). *Laporan pemetaan hoaks Covid-19 tahun 2020*. Jakarta, Indonesia: MAFINDO.

- Mahendro, A. (2023, Juni 23). *Presiden Jokowi umumkan status pandemi Covid-19 berakhir*. <<https://www.detik.com/bali/berita/d-6785011/presiden-jokowi-umumkan-status-pandemi-Covid-19-berakhir>>
- Neuman, W. L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*. (International ed.) Boston, USA: Peason Education.
- Ning, C., Wang, H., Wu, J., Chen, Q., Pei, H., & Gao, H. (2022). The Covid-19 vaccination and vaccine inequity worldwide: An empirical study based on global data. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(9), 5267.
- Ningtyas, I., Purwanto, A., Anom, A. K., Sasmito, A., Wdhaswary, I. D., & Marjianto, L. D. (2021). *Periksa fakta melawan infodemi*. Jakarta, Indonesia: Aliansi Jurnalis Independen & Google News Initiative.
- Nugraheni, N. I. (2020). *Banjir hoaks Covid-19 di media sosial, empat cara ini gencar dilakukan JAPELIDI*. <https://nursyamcentre.com/artikel/informasi/banjir_hoaks_covid19_di_media_sosial_empat_cara_ini_gencar_dilakukan_Japelidi>
- Nugroho, W. (2021). *Tantangan etika informasi di tengah infodemi Covid19 di media sosial 1*. <https://www.researchgate.net/publication/354270291_Tantangan_Etika_Informasi_Di_Tengah_Infodemi_Covid19_di_Media_Sosial_1>
- Perkasa, V. D. (2020). Social distancing dan pembangkangan publik: perspektif antropologis dalam menangani wabah Covid-19. *CSIS Commentaries DMRU-012, 01*(March), 34.
- Posetti, J., & Bontcheva, K. (2020). *Deciphering Covid-19 disinformation*. <https://en.unesco.org/sites/default/files/disinfodemic_deciphering_covid19_disinformation.pdf>
- Rahmawati, D., Mulyana, D., Lumakto, G., Viendyasari, M., & Anindhita, W. (2021). Mapping disinformation during the Covid-19 in Indonesia: Qualitative content analysis. *Jurnal ASPIKOM*, 6(2), 222–234.
- Resta, E., Mula, S., Baldner, C., Di Santo, D., Agostini, M., Bélanger, J. J., Gützkow, B., Kreienkamp, J., Abakoumkin, G., Khaiyom, J. H. A., Ahmedi, V., Akkas, H., Almenara, C. A., Atta, M., Bagci, S. C., Basel, S., Kida, E. B., Bernardo, A. B. I., Buttrick, N. R., ... Leander, N. P. (2022). ‘We are all in the same boat’: How societal discontent affects intention to help during the Covid-19 pandemic. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 32(2), 332–347.
- Retaduari, E. A. (2022, Maret 3). *2 Maret 2020, saat Indonesia pertama kali dilanda Covid-19*. <<https://nasional.kompas.com/read/2022/03/02/10573841/2-maret-2020-saat-indonesia-pertama-kali-dilanda-Covid-19>>
- Scales, D., Gorman, J., & Jamieson, K. H. (2021). The Covid-19 Infodemic - Applying the epidemiologic model to counter misinformation. *New England Journal of Medicine*, 385(8), 678–681.
- The Lancet Infectious Diseases. (2020). The Covid-19 infodemic. *The Lancet Infectious Diseases*, 20(8), 875.
- Tim Harian Kompas. (2020). *Infodemik tidak kalah bahaya dari Covid-19*. <<https://interaktif.kompas.id/baca/bahaya-infodemik/>>
- Tracy, S. J. (2019). *Qualitative research methods (2nd ed.)*. Wiley Global Research (STMS).
- Vanderstoep, S. W., & Johnston, D. D. (2009). *Methods for Blending Qualitative and Quantitative Approaches*. San Fransisco, USA: Jossey-Bass.
- Wibowo, A. (2020). *Gugus tugas rekomendasikan standar penggunaan masker cegah Covid-19*. <<https://bnpb.go.id/berita/gugus-tugas-rekomendasikan-standar-penggunaan-masker-cegah-Covid-19>>
- Wild, A., Kunstler, B., Goodwin, D., Onyala, S., Zhang, L., Kufi, M., ... Skouteris, H. (2021). Communicating Covid-19 health information to culturally and linguistically diverse communities: Insights from a participatory research collaboration. *Public Health Research and Practice*, 31(1), 1–5.

- World Health Organization. (2020a). *Archived: WHO timeline - Covid-19*. <<https://www.who.int/news/item/27-04-2020-who-timeline---Covid-19>>
- World Health Organization. (2020b). *Modes of transmission of virus causing Covid-19: implications for IPC precaution recommendations*. <<https://www.who.int/news-room/commentaries/detail/modes-of-transmission-of-virus-causing-Covid-19-implications-for-ipc-precaution-recommendations>>
- World Health Organization. (2020c). *Medical and fabric masks: who wears what when?*. https://www.youtube.com/watch?v=esM_ePHn0aw
- World Health Organization. (2023). *Data Covid-19*. <<https://covid19.who.int/region/searo/country/id>>
- Yanuarto, T. (2020). *Gunakan masker dengan tepat cegah penularan Covid-19*. <<https://bnpb.go.id/berita/gunakan-masker-dengan-tepat-cegah-penularan-covid19>>
- Yulianto, A., Saputra, I., Fernando, F., & Sucipto, E. (2020). Kampanye mari peduli tanpa adanya rasis di tengah pandemi. *Prosiding National Conference for Community Service Project (NaCosPro) 2*(1), 269–275.

