

**PERANCANGAN MAJALAH DIGITAL SEBAGAI MEDIA EDUKASI
& INFORMASI DALAM MENYIKAPI BERITA HOAX DAN
ERA POST TRUTH
(*Designing Digital Magazine an Educative and
informative Media to Respond a HOAX and
Post-Truth Era*)**

Aditya Irfan¹, Arry Mustikawan, B.Des., M.Ds²

Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

¹irfanhrdn@student.telkomuniversity.ac.id, ²arrysoe@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Luapan informasi yang terjadi di era digital ini menempatkan masyarakat pada situasi yang membingungkan, masyarakat menjadi sulit untuk mengolah dan membedakan antara informasi yang benar dengan informasi yang tidak benar (salah satunya berita hoax), berita hoax tak lepas kaitannya dengan *post-truth* yang digambarkan sebagai keadaan yang membuat sebuah informasi atau berita tidak lagi ditentukan kebenarannya berdasarkan data dan fakta yang ada, melainkan hanya melalui penilaian subjektif dan perasaan masyarakat. Hal ini tentunya merugikan masyarakat bukannya menciptakan suasana harmonis dan kondusif hal ini malah membuat masyarakat bingung dan yang paling parah menimbulkan konflik antar masyarakat yang tentunya merugikan diri sendiri maupun merugikan orang disekitarnya. Oleh karena itu diperlukan sebuah media yang dapat mendukung dan menginformasikan mengenai hoax dan era *post-truth* serta cara menyikapinya. Untuk membuat perancangan tersebut penulis menggunakan metode-metode yang berguna untuk pengumpulan data, metode tersebut antara lain observasi, wawancara, studi pustaka, dan kuesioner. Serta menganalisa kelebihan, kekurangan, peluang, dan ancaman dari media edukasi tersebut. Diharapkan agar media ini dapat membuat masyarakat paham dan teredukasi mengenai hoax dan era *post-truth*, sehingga masyarakat dapat mengambil sikap yang tepat agar penyebaran hoax dan era *post-truth* tidak mempengaruhi diri sendiri maupun orang lain terlebih keluarga.

Kata Kunci : Berita hoax, Era *post-truth*, Media Edukasi, Media Informasi

Abstract

The overflow of information that occurs in this digital era puts the community in a confusing situation, the community becomes difficult to process and distinguish between true information and false information (one of them is hoax news), hoax news is not related to post-truth which is described as a state that is making information or news no longer determined its truth based on existing data and facts, but only through subjective judgments and people's feelings. This is certainly detrimental to the community instead of creating a harmonious and conducive atmosphere, it makes the community confused and the most severe is causing conflicts between communities which certainly harms themselves and harms the people around them. Therefore we need a media that can educate and inform about hoaxes and the post-truth era and how to react to them. To make the design the writer uses methods that are useful for data collection, these methods include observation, interviews, study literature, and questionnaires. As well as analyzing the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of the educational media. It is hoped that this media can make people understand and educated about hoaxes and the post-truth era so that people can take the right attitude so that the spread of hoaxes and the post-truth era does not affect themselves or others, especially families.

Keywords: hoax news, post-truth era, educational media, information media

1. Pendahuluan

Latar Belakang

Di Indonesia berita hoax masih dapat dengan mudah menyebar melalui platform media social menurut pengertiannya Berita Hoax adalah berita yang memutarbalikan fakta menggunakan informasi yang seolah-olah meyakinkan tetapi tidak dapat diverifikasi kebenarannya (Gun gun, 2017:36). Berita hoax ini tidak lepas kaitannya dengan Fenomena post-truth, jika berita hoax adalah kontennya maka post-truth adalah fenomenanya, menurut pengertiannya *post truth* merupakan situasi disaat fakta atau kebenaran objektif tidak terlalu diperhatikan sedangkan masyarakat lebih menilai suatu informasi dapat dikatakan benar hanya berdasarkan emosi dan keyakinan personal (Kamus Oxford). sesuai data riset yang telah dilakukan sebanyak 44 persen masyarakat Indonesia masih sulit untuk mendeteksi Berita Hoax (Humaniora, 2018, Riset 44% masyarakat Indonesia tidak bisa mendeteksi hoax, diakses pada www.kumparan.com, pada 20 Mei 2020, 13.30).Tentunya kedua hal tersebut merugikan masyarakat sebab membuat masyarakat menjadi bingung terhadap informasi yang didapatkannya, disamping terlalu banyak mendapatkan informasi dari segala lini media masyarakat juga menjadi sulit untuk membedakan informasi yang benar dengan informasi yang salah terlebih jika hal tersebut dimanfaatkan untuk kepentingan politik dan bermuatan SARA tentunya hal tersebut akan memecahbelah masyarakat dan dapat menimbulkan pertikaian antara masyarakat hal ini dapat terlihat pada contoh kasus pemilihan presiden Indonesia yang dilaksanakan tahun 2019 lalu hingga saat ini pun pun dampak buruk dari penyebaran Hoax dan pengaruh *Post truth* masih dapat terlihat di masa pandemi covid-19 seperti sekarang ini, banyak masyarakat yang menjadi resah serta rela melakukan hal-hal yang salah hanya karena mendapatkan informasi dari seseorang dan tak jarang hal tersebut merugikan orang lain (Priyo agung, 2020, Masih ada hoax corona yang membuat kepanikan, diakses pada www.suaramerdeka.com , pada 25 Mei 2020, 15.00). Siapa pun dapat menjadi korban dari penyebaran berita Hoax dan *Post truth* baik golongan usia muda maupun golongan usia tua, namun usia yang paling rentan menyebarkan dan menjadi korban berita hoax adalah golongan usia tertua yang presentasinya mencapai 11 persen sementara penyebar hoax golongan usia muda hanya sebesar 3 persen (Hasan Muawal, 2019, Masalah orang tua: gemar membagikan hoax di medsos, diakses pada www.tirto.id , pada 21 Mei 2020, 20.30).hal tersebut dikarenakan orang tua usia lanjut yang aktif di media social memiliki kemampuan literasi media yang kurang memadai, kemampuan kognitif yang menurun, serta “telat” mengenal media social atau (Hasan Muawal, 2019, Masalah orang tua: gemar membagikan hoax di medsos, diakses pada www.tirto.id , pada 21 Mei 2020, 20.30).

Identifikasi masalah

1. Tercatat 267 Juta Jiwa masyarakat yang berada di Indonesia namun 44 persen diantaranya belum bisa mendeteksi berita Hoax
2. Mudahnya penyebaran berita hoax dan era *post truth* karena masyarakat masih kesulitan mendeteksi berita Hoax
3. Sulitnya masyarakat membedakan berita benar dan berita hoax
4. Masyarakat hanya menilai kebenaran sebuah berita hanya berdasarkan perasaan subjektif bukan berdasarkan fakta
5. Masyarakat yang termakan berita hoax dapat merugikan diri sendiri maupun orang lain

Tujuan

Menghasilkn sebuah karya/Media yang dapat menjadi media edukasi dan informasi untuk masyarakat dalam menyikapi berita hoax di era *post truth*

Metodelogi Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif,

Beberapa metode penulisan antara lain :

1. Observasi,

Observasi kualitatif adalah kegiatan untuk mengamati perilaku dan aktivitas individu-individu di lokasi penelitian dengan cara turun kelapangan secara langsung (Creswell, 2013:267). Penulis melakukan kegiatan observasi dengan mengunjungi secara langsung tempat yang berhubungan dengan fenomena yang sedang diteliti

2. Kuersioner

Menurut (Leavy, 2014 :101) Kuesioner adalah alat pengumpulan data primer dalam penelitian survei. Dapat disebut juga sebagai instrumen survei.Kuesioner dilakukan untuk mendapatkan data dari responden

3. Wawancara

Menurut Brienkman (dalam Leavy, 2014:139) metode wawancara merupakan metode yang menggunakan percakapan sebagai alat meneliti. Dan merupakan metode yang biasa digunakan oleh lintas disiplin ilmu. Pada penelitian ini penulis mewawancarai orang yang sesuai dengan topik yang dibahas.

4. Studi Pustaka

Dalam KBBI kata studi memiliki arti meneliti sedangkan Pustaka memiliki arti Buku, kitab dan bahan rujukan.Studi Pustaka pada penelitian ini penulis lakukan dengan cara meneliti karya sejenis berupa buku dan juga meneliti karya karya serta tesis yang berhubungan dengan peneliti

2. Dasar Teori/Material dan Metodelogi/Perancangan

Perancangan

Menurut Basel (2015:12) Perancangan adalah kegiatan merencanakan atau membuat skema desain/rancangan yang dibuat oleh seseorang untuk diwujudkan atau diaplikasikan menjadi sesuatu hal.

Majalah

Dalam pengertiannya, majalah berasal dari istilah perancis yaitu *Megasin*, Yang memiliki arti “Gudang” karena majalah awala bernama Storehouse yang berarti Gudang, penulisan Sebagian konten dari majalah diambil dari surat kabar (Campbell, Martin, & Faboss, 2016:311).

Majalah Digital

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Majalah digital/elektronik adalah majalah yang terhubung secara daring sehingga untuk pendistribusiannya tidak dicetak pada kertas.

Media Edukasi

Media edukasi adalah alat, sarana, perantara, dan penghubung yang digunakan atau dimanfaatkan untuk membawa, menyebar, menyampaikan, suatu ide sehingga dapat mempengaruhi pikiran, perasaan, perbuatan, minat serta perhatian orang yang ditujukan sehingga terjadi kegiatan belajar mengajar (Cahyadi, 2019:3).

Desain Grafis

Desain grafis adalah kegiatan merancang gambar atau bentuk-bentuk visual dwimatra (dua dimensi) untuk kepentingan proses komunikasi yang fungsional dan efektif (Adityawan arief. 2010: 26).

Peran Seni dan Desain Grafis

Profesi seni dan desain dapat dijadikan nilai jual dan senjata utama dalam mencapai pemanfaatan ekonomi (Mustikawan, Arry & Nugrahani, Rahina & Bayu Widagdo, Pratama & Wibawanto, Wandah. 2020:5)

Fungsi Desain Grafis

Menurut Yongky Safanayong (2006:2) Desain grafis memiliki 4 fungsi, yaitu :

1. Untuk memberitahu atau memberikan informasi yang mencakup : penjelasan, penerangan, dan pengenalan
2. Untuk memberi penerangan yang mencakup : membuka pikiran dan menguraikan
3. Untuk membujuk yang mencakup : menganjurkan, komponen-komponen termasuk kepercayaan, logika dan daya Tarik
4. Untuk melindungi, fungsi khusus untuk desain kemasan

Unsur desain grafis

Menurut Kusrianto (2009,30) keilmuan DKV/Desain ada beberapa unsur visual yang menunjang terciptanya desain, beberapa unsur-unsur tersebut antara lain :

1. Titik
2. Bidang
3. Ruang
4. Warna
5. Tekstur

Teori Elemen Desain Grafis

Menurut Kusrianto keilmuan DKV/Desain ada beberapa elemen visual yang menunjang terciptanya desain, beberapa elemen-elemen tersebut antara lain :

Ilustrasi

Ilustrasi adalah seni gambar yang digunakan untuk memberikan penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual.

Logo

Logo bertujuan untuk menggambarkan citra dan karakter Lembaga, perusahaan atau organisasi melalui identitas.

Tipografi

Tipografi di definisikan sebagai kegiatan untuk menyusun huruf cetak untuk bahan publikasi, yang meliputi merancang hingga merangkai bentuk huruf cetak (Kusrianto, 2009:190).

Layout

Komposisi adalah kegiatan mengkoordinasi atau mengatur format dari elemen-elemen grafis, berdasarkan ide, untuk mendapatkan efek yang estetik (Estrada Sylvie, A Graphic Design Project From Start To finish, 2010:74). Didalam layout ada beberapa prinsip yang perlu dipertimbangkan menurut William Ryan dan Theodore Conover (Dalam Akbar, I., & Mustikawan, A. 2018:1925) terbagi menjadi :

1. Proporsi
Yang dimaksud adalah kesesuaian antara isi dengan ukuran halaman pada suatu layout. Pada suatu karya desain semua unsur harus ditata secara proporsi agar terlihat sedemikian rupa.
2. Keseimbangan
Keseimbangan dibagi menjadi dua jenis yaitu secara simetri dan asimetris. Pada Keseimbangan simetris mempunyai kesan formal sedangkan pada asimetris memiliki kesan ketidakseimbangan.
3. Kontras
Kontras diperlukan agar hanya beberapa elemen saja yang akan menjadi pusat perhatian karena jika kesemua elemen dalam suatu halaman sama sama menonjol maka tidak akan ada sesuatu yang menjadi pusat perhatian. Penggunaan Kontras dapat dengan cara menggunakan Ukuran, Posisi, dll.
4. Irama
Irama dapat juga diartikan sebagai pola perulangan yang menimbulkan sesuatu yang enak diikuti.
5. Kesatuan
Kesatuan adalah keterhubungan antara elemen-elemen yang sebelumnya terpisah sendiri sendiri dan memiliki makna sendiri yang akhirnya menjadi sesuatu dan fungsi baru yang utuh.
6. Hirarki
Hirarki adalah penempatan asset sesuai dengan keinginan agar pengamat dapat melihat secara berurutan sesuai dengan keinginan desainer. Biasanya di desain dari kiri ke kanan

Berita palsu/hoax

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia hoax adalah berita bohong yang dilakukan untuk melakukan suatu kejahatan, baik berupa kejahatan di dunia nyata maupun kejahatan yang dilakukan di dunia maya/internet.

Post Truth

Menurut Kamus Oxford (Dalam McCintyre, 2018:5) *Post truth* adalah kondisi/keadaan ketika kebenaran tak lagi relevan bagi pembaca, pendengar, atau pemirsa berita dalam bentuk opini public ketimbang emosi dan keyakinan pribadi. Strategi

S.W.O.T

SWOT adalah kata singkatan yang jika diperpanjang menjadi *Strengths, weaknesses, opportunities, dan threats* atau dalam Bahasa Indonesia bisa diartikan Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman tertentu yang merupakan faktor penting bagi perusahaan/kegiatan..

3. Pembahasan Analisis matriks

Berdasarkan analisis matriks SWOT tersebut, penulis menggunakan strategi *Strength-Opportunities* sebagai strategi untuk menyelesaikan masalah yang ada. Hasil yang diharapkan yaitu agar masyarakat terlebih golongan usia tua dapat teredukasi dan tidak asal bertindak dan percaya jika mendapatkan informasi dari siapapun/media manapun. Banyaknya penyebaran berita hoax yang disebarakan oleh masyarakat menjadi alasan penulis membuat buku ini.

Konsep pesan

Pesan yang ingin disampaikan pada perancangan ini adalah *Bukan hal yang sulit untuk bisa bersikap kritis dan bijak dalam bermedia sosial agar tercipta suasana yang harmonis dan kondusif dalam kegiatan berkomunikasi dilingkungan keluarga dan umum.*

Informasi-informasi tersebut akan dimasukkan kedalam bentuk majalah digital dan beberapa media pendukung lainnya sehingga dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat yang merupakan pengguna aktif media sosial dan internet, dan dapat diakses melalui perangkat smartphone, tablet, dll.

Tagline yang digunakan adalah “Bermanfaat dan Terpercaya”. Untuk nama majalah digital ini sendiri adalah MEDIUM (Majalah Edukasi dan Informasi Masyarakat Umum

Bermanfaat : Berguna, Esensi, Makna, Nilai, Hasil

Terpercaya : Kredibel, Tegas, Fakta, Data, Diakui

Keluargaan : Hangat, Harmonis, Kondusif, Damai, Berharga

Konsep Kreatif

mempermudah masyarakat golongan usia tua untuk melek terhadap informasi dan berita yang tersebar di era Post Truth ini dengan menggunakan gaya desain yang harmonis maka majalah ini memiliki nuansa hangat, peduli, dan kekeluargaan

Konsep Media

Untuk konsep media yang digunakan adalah dalam bentuk majalah digital sebagai media utama yang digunakan untuk memberikan informasi mengenai Berita Hoax dan Era Post Truth, serta beberapa media pendukung seperti poster, Infografis, Brosur, Website, Media sosial, serta event

Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran tentunya mempertimbangkan khlayak/target audience yang dituju. Konsep pemasaran juga berperan sebagai strategi untuk memasarkan produk/perancangan yang dibuat. Sehingga produk/perancangan dapat lebih dikenal oleh masyarakat. Untuk kegiatannya dapat dilakukan melalui strategi AISAS (Attention, Interest, Search, Action, dan Share)

Konsep Visual :

Gaya gambar

Gaya gambar menggunakan ilustrasi editorial yaitu ilustrasi yang digunakan untuk kepentingan surat kabar dan majalah desain, pada perancangan ini konsep ilustrasi editorial yang digunakan adalah ilustrasi semi realis berupa vector dan juga menggunakan desain digital imaging.

Layout

Pada media utama layout menggunakan grid 1.4 cm dengan gutter satu pica serta pada satu laman terdapat 4 kolom, sedangkan pada poster menggunakan grid marber

Font

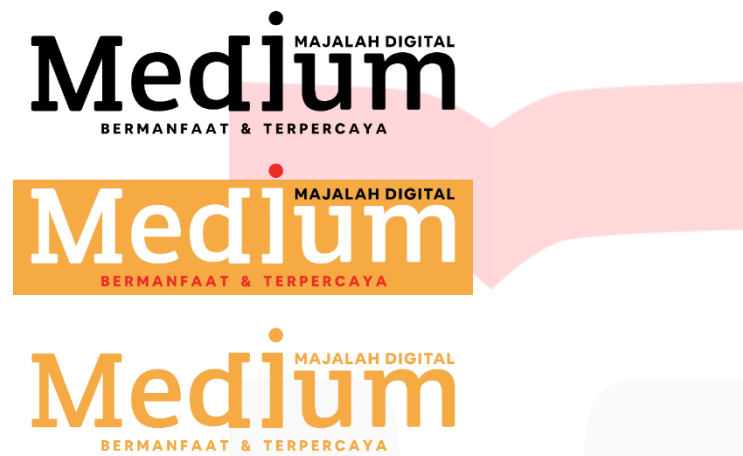
Airbnb Cereal Font
 Tiempos Text Font
 Helvetica Font

Warna

Untuk warna menggunakan warna jingga yang memiliki nuansa hangat, harmonis serta warna merah yang memiliki nuansa terpercaya dan bermanfaat. Warna putih digunakan pada logo yang memiliki arti bahwa majalah mudah dipahami. Serta tedapat warna pendukung lainnya

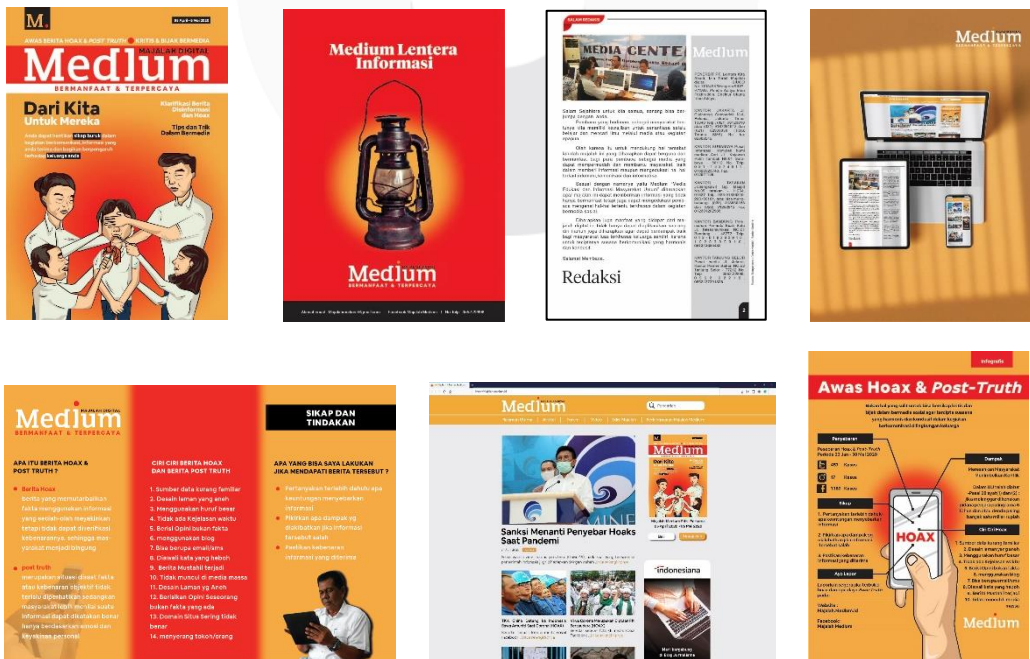
Hasil Perancangan

Logo Majalah Digital “ Medium”



Majalah digital Medium

Majalah didesain seefektif mungkin agar memudahkan target audience untuk membaca konten dan maksud dari pesan yang ingin disampaikan, Berikut beberapa tampilan dari Majalah Digital Medium dan beberapa media pendukung.



1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap masyarakat golongan usia tua terlebih lansia awal, banyak yang masih kesulitan untuk bisa mengidentifikasi dan membedakan antara berita yang benar dengan berita yang salah (Berita Hoax dan Berita *Post Truth*). Minimnya pengetahuan serta sikap yang tidak bijak dan kritis dalam bermedia sosial membuat berita hoax dan *post truth* dapat tersebar dengan mudah terlebih pada lingkungan keluarga. Sikap untuk bijak dan kritis dalam bermedia sosial bisa di mulai dari diri sendiri yang tentunya juga akan berdampak baik bagi diri sendiri maupun lingkungan dan orang sekitar, lalu perlahan lahan sikap tersebut bisa disebarakan agar setiap orang bisa bijak dan kritis dalam bermedia sosial sehingga dapat meminimalisir masyarakat yang dapat terpengaruh oleh berita hoax dan *Post Truth*.

Majalah digital ini dirancang agar masalah yang dihadapi oleh masyarakat lansia awal yang merupakan penyebar berita hoax terbanyak dapat diminimalisir, melalui media ini masyarakat dapat teredukasi dan mendapatkan informasi yang bermanfaat untuk bisa bijak dan kritis dalam bermedia sosial tanpa merasa digurui oleh siapapun. Melalui media perancangan ini juga masyarakat dapat mengetahui berita berita hoax yang telah tersebar yang berguna sebagai media klarifikasi dari berita yang tersebar di media maya dengan filter yang tidak terlalu ketat sehingga diharapkan masyarakat kedepannya akan terbiasa dan akrab dengan jenis berita hoax yang tersebar dan lebih kritis dan bijak pada saat menerima maupun ingin membagikan sebuah informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adityawan, Arief . (2010). Tinjauan Desain Grafis. Jakarta: Concept Media
- [2] Akbar, I., & Mustikawan, A. (2018). Perancangan Media Informasi Pemenuhan Kebutuhan Mahasiswa Di Kawasan Universitas Telkom. *eProceedings of Art & Design*, 5(3)
- [1] Burdek Bernard.(2015). Design:History and Practice of Design. Switazerland : Birkhäuser ArchitectureBurdek&Basel
- [1] Cahyadi Ani.(2019). Pengembangan media dan sumber belajar. Serang : Lakita Indonesia
- [1] Campbell, Martin, & Fabos.(2016). Media Culture mass communication in digital age. Bedford/St. Martin's: Eleventh edition
- [1] Estrada Sylvie. (2010). A Graphic Design Project From Start To finish, Barcelona : Index Book.
- [2] Fitriana, R., Mustikawan, A., & Julianato, I. N. L. (2015). Perancangan Buku Interaktif Sebagai Penunjang Aktivitas Belajar Pos Paud Usia 3-4 Tahun Kelurahan Tugu-Depok. *EProceedings of Art & Design*, 2(2)
- [1] Hunger & Wheelen. (2010). Essential of strategic management. New York: Pearson
- [1] Kusrianto, Adi. (2009). Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: ANDI.
- [1] Mauludi sahrul. (2019). Seri cerdas hukum : Awas Hoax. Jakarta : Elex media komputindo.
- [1] Mcintyre Lee. (2018). *Post Truth*. Cambridge: MIT Press.
- [2] Mustikawan, A., & Julianto, L. (2016) COMMUNICATION STRATEGY OF BATIK CIMAHI BRAND: BANDUNG CREATIVE MOVEMENT 2015 2nd International Conference on Creative Industries “Strive to Improve Creativity”
- [2] Mustikawan, Arry & Nugrahani, Rahina & Bayu Widagdo, Pratama & Wibawanto, Wandah. (2020). The Marketing Potential of Graphic Design Products in Disruptive Era.
- [1] Safanayong, Yongki.(2006). Desain Komunikasi Visual Terpadu. Jakarta: ARTE INTERMEDIA.