

Adim Nur Majid*

¹ Bahasa dan Sastra Indonesia/ Universitas Negeri Makassar, Indonesia

Email: adimnurmajid@gmail.com



©2024 – JETCLC ini adalah artikel dengan akses terbuka dibawah lisesnsi CC BY-NC-4.0
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

Info Articles

History Articles:

Submitted : 11-07-2023

Revised : 05-10-2023

Accepted : 30-01-2024

Published : 31-01-2024

Keyword:

Edukasi; Pencemaran;

Instagram.

ABSTRACT

This study aims to identify the needs, design, and evaluate the level of validity of educational video media in preventing online defamation on Instagram. The development model refers to the Alessi and Trollip model, consisting of three main stages: (1) planning, (2) design, and (3) development. The research subjects involved two validators for content and media, as well as 20 randomly selected Instagram users according to the research needs. The results of content validation showed excellent qualifications, while media validation received a good qualification. Practicality testing showed very good results. Considering this analysis, it can be concluded that this educational video media is not only valid and practical but also has visual appeal, ease of access, and content that is relevant to Instagram users. Therefore, it can be considered an effective media tool in efforts to prevent defamation on the Instagram platform.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengenali kebutuhan, merancang, dan mengevaluasi tingkat kevalidan media video edukasi dalam pencegahan pencemaran nama baik di Instagram. Pengembangan model mengacu pada model Alessi dan Trollip yang telah dikembangkan, terdiri dari tiga tahap utama, yakni (1) perencanaan, (2) desain, dan (3) pengembangan. Subjek penelitian melibatkan dua validator untuk materi dan media, serta 20 pengguna Instagram yang dipilih secara acak sesuai dengan kebutuhan penelitian. Hasil validasi materi menunjukkan kualifikasi yang sangat baik, sedangkan validasi media mendapatkan kualifikasi yang baik. Uji coba kepraktisan menunjukkan hasil yang sangat baik. Dengan mempertimbangkan analisis ini, dapat disimpulkan bahwa media video edukasi ini tidak hanya valid dan praktis, tetapi juga memiliki daya tarik visual, kemudahan akses, dan konten yang relevan bagi pengguna Instagram, sehingga dapat dijadikan sebagai media efektif dalam upaya pencegahan pencemaran nama baik di platform instagram.

Address Correspondence

Email: adimnurmajid@gmail.com

e-ISSN: 2774 – 8405

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan alat komunikasi antarmasyarakat yang sangat lentur. Makna suatu ujaran bisa dipersepsi berbeda oleh setiap orang.

Dari persepsi inilah bahasa dapat dikatakan mengandung maksud positif atau negatif. Ujaran atau bahasa yang dianggap positif akan dianggap atau diterima biasa saja. Sementara itu, ujaran yang dipersepsi negatif akan direspons marah, kecewa, tersinggung, atau tanggapan lain yang sejenis. Oleh karena itu, representasi menjadi penting untuk dibincangkan dalam penggunaannya pada media sosial. Pertama, apakah seseorang kelompok, atau gagasan ditampilkan sesuai kenyataan atau tidak?. Hal itu digambarkan secara buruk atau tidak. Citra baik atau sisi yang baik ditampilkan atau tidak. Oleh sebab, penggambaran secara buruk cenderung memarjinalkan seseorang atau kelompok. Kedua, bagaimana representasi itu ditampilkan?. Melalui kata, kalimat, aksentuasi, dan bantuan foto macam apa seseorang, kelompok, atau gagasan tersebut ditampilkan dalam media (Mustika, 2016). Keberagaman penggunaan bahasa di media sosial membuat pengguna kesulitan untuk memilih bahasa yang tepat. Peran bahasa menuntut masyarakat untuk menguasai bahasa secara baik dan penguasaan bahasa yang baik akan menjawab berbagai persoalan masyarakat serta bahasa menggambarkan citra seseorang (Sari & Ajeng, 2017). Penggunaan bahasa erat kaitannya dengan pencemaran nama baik yang ada di dalam media sosial khususnya di Instagram. Instagram berfungsi untuk menyampaikan sebuah informasi kepada konsumen tidak membutuhkan biaya dan tenaga, bahkan waktu yang digunakan untuk menyampaikan informasi ke banyak orang sangatlah singkat (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

Pencemaran nama baik merupakan salah satu dampak negatif dari perkembangan media sosial, terutama platform seperti Instagram yang memiliki jutaan pengguna aktif. Instagram tidak hanya menjadi tempat untuk berbagi momen-momen positif, tetapi juga menjadi arena di mana informasi, opini, dan komentar dapat dengan cepat menyebar. Namun, di tengah kebebasan berekspresi, seringkali muncul masalah ketika kebebasan tersebut disalahgunakan untuk menyebarkan informasi palsu, mengejek, atau mencemarkan nama baik seseorang. Pencemaran nama baik di Instagram dapat merugikan individu atau kelompok tertentu secara pribadi maupun profesional (Chotimah, 2017) Dalam konteks pendidikan, dampak negatif tersebut bisa memengaruhi kesejahteraan psikologis siswa, guru, atau bahkan lembaga pendidikan itu sendiri. Penelitian terkait kasus putusan pencemaran nama baik harus digiatkan, terlebih saat ini dunia sedang menghadapi era post truth.

Dunia post truth memungkinkan rasionalitas individu dipotong kemudian digiring dalam naluri informasi daring (Jatmiko, 2019). Oleh sebab itu, media sosial dapat menjadi alat yang menanamkan konsep kejahatan dan memungkinkan penciptaan wacana yang berpotensi membingkai kebohongan menjadi sebuah fakta.

Pengguna memanfaatkan media sosial untuk memanipulasi paradigma masyarakat melalui fakta alternatif atau gosip jahat dengan sedikit bukti agar mendorong penyebaran kebodohan (Cahyono, 2016). Apalagi pengguna media sosial bernalar lemah cenderung mendukung keyakinan sendiri secara emosi, tanpa mencari informasi yang menjadi landasan argumen. Tuturan pencemaran nama baik merupakan ujaran emosional yang tidak memuat konten intelektual, tidak memuat landasan dasar etika, moral dan pencerahan budaya. Ujaran pencemaran nama baik hanya memuat kegelisahan, ketakutan, dan kerusakan martabat diri. Oleh sebab itu, ujaran pencemaran nama baik dapat memecah wacana kemasyarakatan, menghasut partisipan komunikasi bernalar lemah untuk melakukan hal serupa.

Permasalahan dengan bahasa sebagai alatnya yang terjerat delik hukum selalu meresahkan nalar masyarakat. Oleh sebab itu, petinggi negara maupun wakil rakyat secara tegas mengeluarkan kebijakan untuk menanganinya. Meski demikian, kehadiran regulasi tersebut dianggap berbahaya karena keberadaan sejumlah pasal disebut sebagai pasal multitafsir atau pasal karet. Oleh karena itu, perlu ada upaya untuk mencegah dan mengatasi pencemaran nama baik di platform ini. Salah satu pendekatan yang dapat diambil adalah melalui pengembangan media video edukasi. Video memiliki kekuatan untuk menyampaikan informasi dengan cara yang menarik dan mudah dicerna, sehingga dapat efektif dalam menyampaikan pesan pencegahan pencemaran nama baik. Dengan fokus pada Instagram sebagai platform utama, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi pencegahan dan memberikan solusi praktis untuk meminimalkan risiko pencemaran nama baik.

Selain itu, perlu dipahami bahwa populasi pengguna Instagram melibatkan berbagai kelompok usia, latar belakang, dan minat. Oleh karena itu, penelitian ini juga dapat membantu menyusun strategi edukasi yang dapat diadaptasi untuk berbagai segmen pengguna Instagram.

Dengan melihat permasalahan ini dari sudut pandang edukatif, diharapkan media video yang dikembangkan dapat menjadi alat efektif dalam menciptakan kesadaran tentang pentingnya menghormati privasi dan menjaga etika dalam berinteraksi di dunia maya, khususnya di Instagram. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan yang lebih mendalam tentang media video edukasi dalam pencegahan pencemaran nama baik di Instagram, sehingga dapat memberikan kontribusi positif dalam menjaga lingkungan online yang sehat dan aman.

METODE

Penelitian ini termasuk dalam kategori Research & Development (R&D) dan menggunakan model pengembangan yang dirancang oleh Alessi dan Trolip. Model ini sesuai dengan langkah-langkah penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti, sebagaimana dijelaskan oleh Alessi & Trolip (Admadja dan Marpanji, 2016), yang terdiri dari tiga fase, yaitu perencanaan (*planning*), desain (*design*), dan pengembangan (*development*).

Sumber data dalam penelitian mencakup data primer yang diperoleh dari angket yang diisi oleh validator dan didistribusikan kepada pengguna Instagram. Selain itu, data sekunder juga digunakan, berupa dokumen-dokumen pendukung penelitian. Pengumpulan data

dilakukan melalui studi literatur dan kuesioner. Dalam analisis data, diterapkan dua teknik, yaitu analisis deskriptif kualitatif dan analisis statistik deskriptif. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk mengolah data evaluasi dari ahli media pembelajaran dan ahli isi/materi pembelajaran. Metode ini melibatkan pengelompokan informasi dari data kualitatif, seperti masukan, tanggapan, kritik, dan saran perbaikan yang terdapat dalam angket. Hasil analisis ini kemudian dijelaskan dan dijadikan panduan untuk memperbaiki produk. Di sisi lain, analisis statistik deskriptif diterapkan untuk mengolah data dari angket mahasiswa dalam bentuk presentasi deskriptif dari respon atau tanggapan mereka. Rumus digunakan untuk menghitung presentase dari masing-masing subjek.

$$\text{Presentase} = \frac{\sum \text{Jawaban} \times \text{bobot tiap pilihan}}{N \times \text{bobot tertinggi}} \times 100$$

Sumber: Maryuliana, et al., (2016)

Agar dapat melakukan interpretasi dan membuat dasar keputusan terhadap kuesioner yang telah disusun, termasuk kuesioner identifikasi kebutuhan siswa, kuesioner ahli media pembelajaran, kuesioner ahli isi/materi, kuesioner uji coba kelompok, dan kuesioner penilaian dari dosen pengampu, berikut adalah ketentuan konversi nilai yang diterapkan. Di bawah ini merupakan ketentuan konversi nilai.

Tabel 2.1 Konversi Tingkat Kebutuhan dengan Skala 5

Tingkat Pencapaian	Kualifikasi
81% - 100%	Sangat Dibutuhkan
61% - 80%	Dibutuhkan
41% - 60%	Cukup Dibutuhkan
21% - 40%	Kurang Dibutuhkan
1% - 20%	Sangat Kurang Dibutuhkan

Sumber: Diadaptasi dari Maryuliana et al., (2016)

Tabel 2.2 Konversi Tingkat Pencapaian dengan Skala 5

Tingkat Pencapaian	Kualifikasi	Keterangan
90% - 100%	Sangat Dibutuhkan	Tidak Perlu Direvisi
75% - 89%	Dibutuhkan	Tidak Perlu Direvisi
65% - 74%	Cukup Dibutuhkan	Direvisi
55% - 64%	Kurang Dibutuhkan	Direvisi
0% - 54%	Sangat Kurang Dibutuhkan	Direvisi

Sumber: Diadaptasi dari Maryuliana et al., (2016)

Berdasarkan informasi dari dua tabel sebelumnya, jika nilai tingkat kebutuhan berada di rentang 61%-100%, akan diperlukan pembuatan media. Sementara untuk tabel tingkat pencapaian, jika nilai mencapai 75%-100%, tidak diperlukan revisi pada media.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini dimulai dengan tahap perencanaan yang melibatkan survei online menggunakan *Google Form* untuk menganalisis kebutuhan responden terkait pengembangan media video edukasi untuk mencegah pencemaran nama baik di Instagram. Dari data yang dikumpulkan dari 20 responden, teridentifikasi bahwa pengguna Instagram melihat video edukasi sebagai alat yang efektif untuk mencegah pencemaran nama baik. Berdasarkan hasil analisis kebutuhan ini, tahap desain awal video edukasi telah diselesaikan dan divalidasi oleh pembimbing.

Proses pengembangan media video edukasi dilanjutkan dengan tahap produksi, evaluasi, dan revisi. Uji validitas melibatkan dua validator, yaitu ahli materi dan ahli media. Hasil uji validasi oleh ahli media menunjukkan tingkat pencapaian sebesar 76%, dengan kualifikasi baik. Meskipun demikian, perbaikan diperlukan sesuai dengan komentar dan saran ahli media untuk memastikan pengembangan yang lebih baik. Selanjutnya, hasil uji validasi oleh ahli materi menunjukkan tingkat pencapaian sebesar 81% setelah diuji coba pertama. Uji coba kelompok kecil menunjukkan presentase pencapaian sebesar 87%, dengan kualifikasi baik, dan tidak perlu direvisi. Uji coba kelompok besar menghasilkan presentase tingkat pencapaian mencapai 90% dan 91%, dengan tanggapan positif dari dosen pengampuh yang menyatakan bahwa produk ini memiliki kualifikasi sangat baik dan tidak perlu direvisi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa media video edukasi ini berhasil melewati tahap pengembangan dengan hasil yang memuaskan. Produk ini dianggap praktis untuk digunakan dalam proses pembelajaran dan memiliki potensi untuk mencegah pencemaran nama baik di Instagram.

Pembahasan

Penelitian ini berhasil menciptakan sebuah produk berupa media Video Edukasi dengan tujuan utama untuk mengedukasi penggunaan bahasa yang benar, dengan harapan dapat mengurangi pencemaran nama baik di Instagram. Pencemaran nama baik dapat terjadi akibat penggunaan bahasa yang kurang tepat, sehingga perlu adanya edukasi sebagai langkah preventif untuk mencegah perbuatan tersebut. Penggunaan bahasa yang tidak tepat dapat memberikan dampak negatif terhadap reputasi individu di

dunia maya, dan melalui media Video Edukasi ini, diharapkan pengguna Instagram dapat lebih memahami pentingnya menggunakan bahasa yang sesuai dan menghormati norma-norma sosial.

Hal ini sehubungan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suryani, dkk (2021) yang mengemukakan bahwa pengguna bahasa memiliki versi sendiri yang berbeda, dan masing-masing berbicara atau menulis dengan asumsi idiolek untuk menunjukkan identitas dirinya. Temuan tersebut memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang kompleksitas penggunaan bahasa dalam interaksi online, dan menggarisbawahi pentingnya edukasi untuk membentuk kesadaran akan dampak bahasa terhadap citra diri dan hubungan interpersonal di dunia maya. Dengan demikian, pengembangan media Video Edukasi ini bukan hanya menjadi solusi praktis dalam mencegah pencemaran nama baik, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan literasi digital dan pemahaman mengenai etika berbahasa di platform sosial media.

Media ini dikembangkan menggunakan aplikasi Filmora, dengan melakukan uji ahli untuk memastikan sesuai dengan kriteria dan standar pengembangan yang telah ditetapkan. Hasil uji ahli menunjukkan bahwa penyampaian video edukasi sesuai dengan tujuan, konsep yang akurat, kualitas gambar dan audio yang baik, serta penggunaan bahasa yang sangat baik.

Melalui penelitian ini, dihasilkan keyakinan bahwa produk media video edukasi ini dapat membantu dalam menyampaikan edukasi kepada pengguna Instagram dengan menggunakan bahasa yang baik. Selain itu, informasi yang disampaikan diharapkan lebih menarik perhatian pengguna media sosial. Diharapkan pula bahwa produk yang dihasilkan dapat memberikan manfaat dalam proses pembelajaran masyarakat dan menjadi solusi terbaik dalam mengatasi masalah pencemaran nama baik di Instagram.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media video edukasi ini mendapatkan respons positif dari beberapa informan yang merupakan pengguna aktif Instagram. Dari informan tersebut ada yang menyoroti daya tarik media ini dengan adanya animasi, yang menurutnya membuat pengalaman menjadi lebih menarik. Selain itu ada juga menyampaikan bahwa media ini dianggap baru, dengan pendekatan edukatif yang baik dan penggunaan warna serta gambar yang sesuai, memberikan pengalaman yang menarik bagi

pengguna Instagram. Terakhir, mengakui bahwa media ini dapat diakses kapan saja, memberikan fleksibilitas yang diinginkan oleh pengguna Instagram. Hal ini juga disampaikan oleh Wahyudin & Adiputra (2019) media dapat memberikan fleksibilitas pada penggunaannya dan lebih variatif.

Dari hasil penelitian ini, terlihat bahwa pengguna media video edukasi ini adalah para pengguna aktif Instagram, dan tujuan penggunaannya lebih terfokus pada kebutuhan informasi dan edukasi terkait penggunaan bahasa yang benar untuk mencegah pencemaran nama baik di platform tersebut. Informasi yang ada dalam media sosial adalah pendapat pribadi yang sangat subjektif atau bermuatan emosional individu (Wahyudin & Adiputra, 2019).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengembangan media video edukasi ini Valid dan Praktis. Daya tarik visual, kemudahan akses, dan konten yang relevan dengan pengguna Instagram menjadi keunggulan utama produk ini dalam upaya pencegahan pencemaran nama baik di platform tersebut.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini berhasil mengembangkan media video edukasi untuk mencegah pencemaran nama baik di Instagram melalui tahapan perencanaan (*planning*), desain (*design*), dan pengembangan (*development*). Dengan melibatkan survei online dan validasi desain awal oleh pembimbing, hasil penelitian menunjukkan bahwa produk ini memenuhi kriteria dan standar pengembangan yang ditetapkan. Uji validitas oleh ahli materi dan ahli media memberikan persentase pencapaian yang baik, meskipun perlu beberapa perbaikan sesuai saran ahli media. Respons positif dari pengguna aktif Instagram sebagai informan memperkuat kesimpulan bahwa media video edukasi ini menarik perhatian dengan penggunaan bahasa yang komunikatif dan efektif. Kesimpulan akhir menunjukkan bahwa pengembangan ini berhasil menciptakan produk yang valid dan praktis, serta dapat membantu mengatasi masalah pencemaran nama baik di platform Instagram.

Saran

Untuk peneliti selanjutnya, dapat melanjutkan penelitian ini dengan mengukur keefektifan penggunaan media video pencegahan pencemaran nama baik di Instagram.

DAFTAR RUJUKAN

- Admadja, Ismali Perwira & Marpanji, Eko. (2016). Pengembangan Multimedia Pembelajaran Praktik Individu Instrumen Pokok Dasar Siswa SMK di Bidang Keahlian Karawitan. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, (Online), Vol. 6 No.2, <https://journal.uny.ac.id/index.php/jpv/article/view/8107>.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157.
- Chotima, N. S. (2017). *Akibat Hukum Bagi Pencemar Nama Baik Yang Merugikan Perusahaan Melalui Media Elektronik* (Doctoral Dissertation, Universitas Narotama)
- Jatmiko, M. I. (2019). Post-truth, media sosial, dan misinformasi: pergolakan wacana politik pemilihan presiden Indonesia tahun 2019. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 20(1), 21-39.
- Maryuliana, M., Subroto, I. M. I., & Haviana, S. F. C. (2016). Sistem informasi angket pengukuran skala kebutuhan materi pembelajaran tambahan sebagai pendukung pengambilan keputusan di sekolah menengah atas menggunakan skala likert. *TRANSISTOR Elektro dan Informatika*, 1(1), 1-12. Arikunto, 2017
- Mustika, R. (2016). Representasi Nilai-nilai Edukasi Pada Simbol Dan Elemen Video Iklan Layanan Masyarakat Internet Sehat Aman. *Masyarakat Telematika dan Informasi*, 7(2), 89-106.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Sari, T. P., & Ajeng, A. W. (2017). Peran Bahasa Dan Media Sosial sebagai Pembangun Citra Diri di Era Global. *Fkip E-Proceeding*, 341-354.
- Suryani, Y., Istianingrum, R., & Hanik, S. U. (2021). Linguistik Forensik Ujaran Kebencian terhadap Artis Aurel Hermansyah di Media Sosial Instagram. *Belajar Bahasa: Jurnal Ilmiah Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 6(1), 107-118.
- Wahyudin, D., & Adiputra, C. P. (2019). Analisis literasi digital pada konten Instagram @ infinitygenre. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(1), 25-34