**STRATEGI JARINGAN PENGGIAT LITERASI DIGITAL**

**DALAM KAMPANYE MELAWAN HOAKS PANDEMI COVID-19**

Oleh :

I Komang Agus Widiantara

Sekolah Tinggi Agama Hindu Negeri Mpu Kuturan Singaraja

[awitaraa@gmail.com](mailto:awitaraa@gmail.com)

**Abstrak**

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) mencatat dan melabeli 1.733 hoaks terkait Covid-19 dan vaksin hingga Mei 2021. Media *mainstream* belum menunjukkan hasil yang memuaskan dalam mengedukasi publik di Indonesia di tengah gelombak infodemik. Jaringan Penggiat Literasi Digital (Japelidi) merupakan salah satu komunitas di Indonesia yang memiliki konsentrasi besar terhadap literasi digital. Komunitas ini memiliki gerakan untuk mengedukasi publik yang mengalami gagap digital di tengah gelombang informasi pademi Covid-19. Artikel ini bertujuan untuk menggali strategi yang digunakan Japelidi dalam menggerakkan relawan dari berbagai akademisi, komunitas hingga kolaborasi yang dilakukan selama Pandemi berlangsung. Metode yang digunakan dalam. Penelitian ini menggunakan analisis Teori *Culture* *Participatory (Budaya Partisipasi)* yang digagas Henry Jenkins. Hasil temuan yakni Japelidi menggunakan tiga klaster sebagai strategi dalam pengembangan literasi. Strategi ini terdiri dari 3 klaster berbentuk lingkaran, yaitu klaster induk berupa narasi tunggal, klaster *meso* berisi uraian Narasi Tunggal, dan klaster pemangku kepentingan di bagian terluar. Sedangkan strategi kampanye literasi digital yang dilakukan yakni *agenda setting,* penyampaian pesan kunci, distibusi media dan target jangkauan.

Kata kunci : Literasi Digital, Japelidi, Hoaks, Covid-19

***Abstract***

*The Ministry of Communication and Information (Kominfo) recorded and labeled 1,733 hoaxes related to Covid-19 and vaccines until May 2021. Mainstream media have not shown satisfactory results in educating the public in Indonesia in the midst of the infodemic. The Digital Literacy Activist Network (Japelidi) is one of the communities in Indonesia that has a great concentration on digital literacy. This community has a movement to educate the public who experience digital stuttering in the midst of the information wave of the Covid-19 pandemic. This article aims to explore the strategies used by Japelidi in mobilizing volunteers from various academics, communities to collaborations carried out during the Pandemic. The method used in. This study uses an analysis of the Culture Participatory Theory, which was initiated by Henry Jenkins. The findings are that Japelidi uses three clusters as a strategy in literacy development. This strategy consists of 3 circular clusters, namely the main cluster in the form of a single narrative, the meso cluster containing the description of the Single Narrative, and the outermost stakeholder cluster. While the digital literacy campaign strategies carried out are agenda setting, key message delivery, media distribution and target reach.*

*Keywords: Digital Literacy, Japelidi, Hoaks, Covid-19*

**I. Pendahuluan**

Berita mengenai virus Covid-19 sudah sangat masif di media sosial maupun media online sejak akhir 2019 sampai saat ini. Hoax terkait covid-19 telah tercatat dalam kemeneterian Komunikasi dan Informatika sebanyak 1733 berita hoax hingga bulan mei (katadata.co.id). Media arus utama belum menunjukkan hasil yang memuaskan dalam mengimbangi laju informasi bohong tentang virus Corona. Hal ini menurut WHO sebagai pemicu lahirnya pandemi informasi yang kemudian dikenal dengan istilah *infodemic.* Dalam 3 bulan pertama tahun 2020 tercatat 800 orang meninggal di seluruh dunia dikarenakan infodemic, korban meninggal disebabkan oleh anjuran keliru untuk mengobati penyakit yang disebabkan virus covid-19. Indonesia tercatat menempati peringkat paling banyak dalam penyebaran infodemic ini.

Para peneliti dari sejumlah Negara di American journal of tropical medicine an hygiene edisi 10 Agustus 2020 yang didukung dengan hasil kajian Md Saiful Islam dari program for Emerging Infections, Infections Diseases Division, Bangladesh termuat dalam Kompas.Id yang memberitakan bahwa tidak hanya 800 korban meninggal tetapi menemukan sekitar 5.800 orang dirawat di rumah sakit yang diakibatkan penyerapan informasi hoax tentang cara penyembuhan covid-19 yang beredar di media sosial. Para peneliti mengemukakan bahwa 2.311 informasi hoax mengenai covid-19 dalam 25 bahasa dari 87 Negara dalam jenjang periode 21 Januari sampai 5 April 2020. Berita hoax yang berjumlah 2.049 atau 89 % yang merupakan berita rumor dan 182 berita atau 7,8 % merupakan teori konspirasi, 82 berita hoax atau 3,5 % adalah stigma. Dari informasi yang diulas pada Kompas.id dapat ditarik kesimpulan bahwa informasi tentang pandemi covid-19 yang beredar didominasi oleh berita hoax.

Pada era covid-19 Infodemik bukan menjadi sebuah istilah yang baru bagi dunia pemberitaan baik dalam pemberitaan di media massa maupun media online. Dirjen WHO, Tedros Adhanom Ghebreyesus dalam event Munich Security Confrence mengatakan *“We’re not just fighting an epidemic; we’re fighting an infodemic*” dikutip dari sebuah artikel jurnal oleh Zarocostas (2020). Banjirnya informasi yang salah dan tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya mengakibatkan masyarakat yang tidak mendapatkan informasi yang kredibel mengenai pandemic covid-19. Masyarakat mengalami gagap digital luar biasa jika mencermati berbagai kabar dan informasi selama pandemi Covid-19. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat literasi digital masyarakat di Indoensia masih rendah.

Gilster (1977) mengatakan bahwa konsep literasi di dunia digital menjadi sesuatu potensi yang digunakan untuk mengatasi semua permasalahan yang diakibatkan oleh pandemi covid-19, literasi digital telah banyak didefinisikan oleh beberapa ahli dengan pemahaman yang berbeda menyesuaikan dengan konteks pengembangan berita yang diterima. Spires & Bartlett (2012) dari North Carolina State University dalam hasil temuannya mengatakan bahwa literasi digital mengandung tiga elemen penting yaitu (1) *locating and consuming digital content* (mencari dan mengonsumsi konten digital), (2) *creating digital content* (membuat konten digital), dan (3) *communicating digital content* (mengomunikasikan konten digital). Ketiga elemen diatas menjadi sangat penting dan prinsip di era literasi digital. Ketiga hal tersebut juga menjadi strategi dan upaya dalaman mewujudkan publik agar memiliki pemahaman yang utuh dalam berliterasi di ruang media. Terlebih di era *disruption* informasi saat ini. (Spires & Bartlett, 2012)

Jaringan Penggiat Literasi Digital (Japelidi) merupakan salah satu komunitas di Indonesia yang memiliki konsentrasi besar terhadap literasi digital. Komunitas ini memiliki gerakan untuk mengedukasi publik yang mengalami gagap digital di tengah gelombang informasi pademi Covid-19. Pemikiran Japelidi tentang konsep covid-19 tentang gagap digital di Indonesia yang meliputi penyebaran hoax dan ujaran kebencian dalam konteks Covid-19, merebaknya perundungan siber digital, dan peningkatan penggunaan terorisme dan radikalisme yang beredar di media sosial, dan masalah kecanduan media digital. Perlu upaya dari berbagai pihak untuk menyikapi ini dengan melakukan berbagai program penyadaran digital bagi publik dengan kolaborasi lintas organ dan lembaga. Baik yang dilakukan oleh unsur pemerintah maupun organisasi/komunitas yang memiliki konsentrasi terhadap isu literasi digital.

Hal tersebut sebenarnya sudah tercermin dari Riset Japelidi (Kurnia & Astuti, 2017a) yang menguraikan dengan rinci dan lengkap bahwa gerakan-gerakan literasi sudah dilakukan oleh komunitas penggiat literasi digital di Indonesia dengan pola-pola kolaborasi lintas lembaga dan organisasi. Hal tersebut pula yang dilakukan oleh Japelidi sebagai organisasi yang memiliki fokus terkait literasi digital di Indonesia dengan melibatkan para akademisi. Baik dalam bentuk publikasi, forum ilmiah, pelatihan, workshop, FGD, riset kolaboratif dan kampanye yang intens dilakukan secara kongkret diberbagai media khususnya dalam menghadapi infodemik dan hoaks Covid-19.

Tidak hanya bekerja secara kolektivitas sebagai sebuah entitas komunitas, Japelidi juga bergerak melakukan literasi digital dengan kerja-kerja kolaboratif lintas organisasi baik swasta maupun dengan unsur pemerintah. Tahun 2021, Japelidi terlibat dalam Gerakan Nasional Literasi Digital (GNLD) sebuah program literasi digital terbesar yang dicanangkan oleh Kominfo bekerjasama dengan Siberkreasi dengan harapan Indonesia makin cakap digital. Artikel ini akan menguraikan sejauh mana strategi yang digunakan oleh Japelidi dalam melakukan kampanye digital dalam merespon informasi hoaks selama Pandemi Covid-19. Hal ini menarik karena keanggotaan Japelidi tersebar di berbagai daerah dan lintas kamnpus (80 perguruan tinggi). Selain akademisi, anggota Japelidi juga praktisi literasi digital dari organisasi. Sehingga artikel ini akan memotret pemetaan dan strategi literasi digital yang dilakukan dengan budaya kolektif organisasi (komunitas), kerelawanan dan spirit kegotongroyongan.

**II. Metode**

Penulisan artikel yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif yang mendeskripsikan data yang diperoleh dengan kalimat yang mengacu pada pengamatan dan interaksi langsung penulis dalam Japelidi sebagai bagian dari anggota komunitas ini. Penulis juga menggunakan berbagai literatur luaran dari hasil riset, forum ilmiah, pelatihan, publikasi, dan program lainnya yang digelar termasuk kampanye Japelidi dalam literasi digital melawan hoaks COVID-19 sepanjang tahun 2020-2021. Diantaranya Kolaborasi sebagai Kunci: Membumikan Kompetensi Literasi Digital Japelidi (Kurnia dkk, 2020), Kolaborasi, riset, dan volunterisme Membangun Resiliensi dalam Gejolak Pandemi (Jumrana, 2021) dan Infodemi di Ruang Komunitas Virtual: Aktualisasi Diri vs Akurasi (Perangin-angin, 2021). Penulis akan menghubungkan artikel ini dengan analisis Teori *Culture* *Participatory (Budaya Partisipasi)* yang digagas oleh Henry Jenkins.

**III. Pembahasan**

**Mengenal Keberadaan Japelidi di Indonesia**

Jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi) dikenal sebagai komunitas yang beranggotakan akademisi peneliti dan pegiat yang konsentrasi pada isu-isu literasi digital sejak 2017. Perkembangan komunitas Japelidi yang beranggotakan 168 dari unsur pegiat bersumber dari 80 perguruan tinggi yang tersebar di 30 Kota. Tidak hanya di Indonesia tapi juga luar negeri. Semangat pendirian Japelidi yang berkolaborasi sebagai salah satu penggerak berbagai macam kegiatan literasi digital di Indonesia. Sampai saat ini Japelidi telah melaksanakan berbagai program literasi digital seperti penelitian, konferensi, seminar, workshop, penerbitan buku, diskusi, pelatihan, kampanye dan produksi konten kreatif baik berupa infografis dan videografis. Berbagai macam bentuk program ini dilakukan melalui kerjasama antara anggota dan Japelidi melakukan Kerjasama dengan pemerintah dan komunitas lainnya. Salah satu Kerjasama yang dilakukan dengan Kementrian Komunikasi dan Informatika, Kementrian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia, Siberkreasi, dan Komunitas Beda itu Biasa. Sampai saat ini tercatat 163 anggota yang sebagian besar adalah akademisi bersumber dari 80 perguruan tinggi di 30 kota di Indonesia. Japelidi dipimpin oleh seorang Koordinator, Dr Novi Kurnia, dengan sekretariat bersama Japelidi beralamatkan di Program Magister Ilmu Komunikasi Fisipol UGM, Bulaksumur, Yogyakarta.

Dari awal Japelidi terbangun, kolaborasi merupakan poin utama dalam diskusi riset pemetaan gerakan literasi digital berdasarkan konsep kolaborasi disepakati secara daring oleh Japelidi dipengujung tahun 2016. Selanjutnya dilakukan pertemuan secara langsung sekaligus membahas agenda riset pada Januari 2017 yang dihadiri oleh para anggota Japelidi dari berbagai daerah di Indonesia. Pada 10 Agustus 2017 nama Japelidi baru secara resmi disepakati yang sekaligus dirangkai dengan Workshop Instrumen Riset Pemetaan Gerakan Literasi Digital yang difasilitasi oleh Program Magister Ilmu Komunikasi Fisipol UGM. Spirit kegotongroyangan dan kolaborasi memang menjadi nilai dan karakter dalam pergerakan Japelidi untuk menunjukkan kiprahnya. Mereka memiliki loyalitas, komitmen dan kompetensi yang cukup untuk menggerakan gagasan literasi digital yang sejak awal menjadi konstrensi organ tersebut. Meskipun tidak memperoleh fasilitas dan materi, para anggota memiliki idealisme dan kinerja yang profesional terebih dalam merespon pandemi Covid-19.

**Kompetensi Literasi Digital Japelidi**

Japelidi merupakan komunitas aktif dengan aktivitas komunitas meningkatkan literasi digital pada masyarakat. Japelidi menyadari bahwa konsep literasi digital sebagai kerangka berpikir merupakan suatu konsep “terbuka”. Konsep yang tidak bisa diabaikan dari konsep literasi media, literasi informasi atau yang paling sederhana sebagai kemampuan dalam memahami teks (aksara) seperti membaca, gambar dan video. Literasi secara popular dikenal sebagai literasi keaksaraan yang sejajar dengan jenis literasi lainnya seperti bidang informasi, digital, hukum, keuangan, budaya hingga politik. Literasi pada prinsipnya kemampuan individu dalam memahami sebuah informasi yang lebih kontekstual yang dijumpai dalam berbagai platfoam media. Di era digital saat ini, tentu publik disajikan beragam informasi dari berbagai sumber yang mana tingkat pemahaman atau literat publik harus lebih baik dalam menyaring informasi yang diperoleh (Kurnia & Astuti, 2017a).

Nurohman (2014) mengatakan bahwa literasi informasi adalah kemampuan untuk memahami dan mengenali sebuah kebutuhan informasi, mengevaluasi informas mencari sumber informasi dan menggunakan komunikasi tersebut dengan efektif serta efesien. Literasi informasi hari ini tidak saja bisa diperoleh dari internet denagn beragam fiturnya melain sumber informasi lainnya. Pakar literasi media, James Potter (2004) menjelaskan literasi medias sebagai bagian dari skill seseorang untuk memproleh informasi melalui akses informasi dalam bentuk transmisi. Namu, seiring perkembangan teknologi informasi literasi media menjadi penting dan dibutuhkan skill mumpuni karena dipengaruhi oleh banyak hal. Konsep ini memang sejalan dengan literasi digital sebagai fokus dari literasi media yang memiliki korelasi dengan media baru dan internet.

Konsep literasi digital bagi Japelidi bukan hanya sekedar pada penguasaan media digital, akan tetapi pada mediasi media digital sebagai basis masalah utama. Japelidi berinisiatif merumuskan kompetensi literasi digital sendiri. Konsep japelidi ini pada awalnya didiskusikan dalam Workshop Penyusunan Kompetensi Literasi Digital Japelidi, baik di UAJY dan UGM pada 21 dan 22 Maret 2018. Dalam hasil diskusi yang dilakukan Japelidi membahas beberapa formula kompetensi literasi digital hingga muncul rumusan dari Japelidi yaitu mengakses, menyeleksi, memahami, menganalisis, memverifikasi, mengevaluasi, mendistribusikan, memproduksi, partisipasi dan kolaborasi.

Sepuluh kompetensi literasi digital Japelidi merupakan saripati dari beberapa ide dan gagasan oleh para pakar literasi. Hanya saja, berdasarkan pengalaman anggota Japelidi dalam merancang dan melaksanakan program literasi, kerjasama dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan kontekstual di lapangan. Terlebih peta literasi digital di Indoensia bervariatif. Sehingga dibutuhkan formula dan strategi pengembangan konsep literasi digital yang adaftif sesuai denagn karakter sosial dan geografis masyarakat di Indonesia. Beberapa program kolaborasi juga menjadi fokus dari Japelidi m dengan melibatkan berbagai unsur dan karakter yang dipengaruhi oleh gender, usia, lokasi, hingga kebutuhan media digital.

**Strategi Literasi Digital Japelidi Melawan Hoaks**

Langkah dan strategi yang dikonsepkan oleh Japelidi sebenarnya sejalan dengan pemikiran Henry Jenkins dalam Wardani (2018) bahwa *Participatory culture* mengambil peran dan berpartisipasi secara aktif dalam produksi, diseminasi dan interpretasi budaya yang dilakukan individu atau anggota dari suatu komunitas yang terlibat. Segmen budaya partisipasi yang dikemukakan oleh Jenkins terdiri dari empat jenis, yaitu afiliasi, ekspresi, kolaborasi pemecahan masalah, dan sirkulasi. Afiliasi (*affiliations*) menajdi ciri khas budaya partisipasi di era digital saat ini. Setiap orang yang terkoneksi di dunia maya memiliki kesempatan yang sama untuk bergabung dalam wah atau forum online khususnya di media sosial. Hal ini pula yang dilakukan oleh Japelidi dalam melakukan berbagai program dan agenda literasi sejak tahun 2017. Isu-isu seputar Covid-19, mulai dari persoalan hingga solusi menghadapi infodemik selama pandemi secara intens dibahas melalui forum Japelidi yang dipusatkan melalui grup WhastApp (WA).

Anggota Japelidi mengembangkan diri dengan berkreasi membuat konten literasi sebagai bentuk ekspresi (*expressions*) dengan menuangkan gagasan dan pemikiran dalam bentuk-bentuk kreativitas. Merancang pesan-pesan kreatif dan kampanye mengenai literasi Covid-19 di tengah *fake news* di media sosialseperti berbagi gagasan di portal online, flyer edukatif, webinar, dan *podcast.*  Tidak berhenti disana, sepengematan penulis yang aktif dalam keanggotaan Japelidi, turut juga melakan kolaborasi dengan berbagai organsiasi, lembaga pendidikan hingga Pemerintah sebagai bentuk c*ollaborative problem solving.* Proses sirkulasi informasi juga dilakukan untuk menjernihkan percakapan digital yang selama ini didominasi informasi menyesatkan mengenai Covid-19. Upaya ini dilakukan oleh Japelidi sebagai bentuk pencerdasan kepada publik di tengah peran media mainstream yang gagap mengedukasi publik dengan baik.

Ada tiga strategi yang dilakukan oleh Japelidi dalam melakukan gerakan mengatasi Hoaks selama Covid-19. Strategi ini dipetakan dalam bentuk klaster induk yakni ‘Narasi Tunggal’, klaster *meso* berisi uraian Narasi Tunggal, dan klaster pemangku kepentingan. Konsep ‘Narasi Tunggal’ merupakann pesan kunci atau utama yang menjiwai setiap pesan dalam aktivitas kampanye yang ditampilkan dalam beragam tema sesuai dengan perkembangan isu COVID-19. Narasi Tunggal Japelidi yakni “Lawan Hoaks COVID-19”. Narasi ini diformat berdasarkan kajian dan analisis sesuai dengan kebutuhan kampanye literasi digital yang telah dirancang. Sesuai dengan kompetensi Japelidi yang terfokus pada literasi digital, permasalahan yang disoroti adalah berkembangnya infodemi COVID-19. Namun, setelah memetakan isu, permasalahan, dan kebutuhan, maka aktivitas kampanye tidak saja berfokus pada hoaks namun juga melakukan edukasi pada masyarakat sebagai upaya bersama mengatasi COVID-19. Mencermati perjalanan Japelidi sepanjang kampanye “Japelidi Lawan Hoaks COVID-19”, dengan segala liku-liku dan tantangan kampanyenya, berikut ini strategi yang diterapkan Japelidi (Astuti dkk, 2021).

1. ***Agenda setting***

Japelidi dalam melakukan kampanye “Lawan (Hoaks) COVID-19” melakukan berbagai terobosan dan strategi. Pemetaan isu dan konstruksi opini yang dirancang sedemikian rupa disesuikan dengan narasi di setiap daerah dan sasaran kampanye. Agenda Setting literasi digital yang dilakukan japelidi secara terpadu ydan konsisten dilakukan untuk melahirkan kesadaran masyarakat bahwa tidak semata virus Corna saja yang menajdi musuh bersama namun juga informasi bohong yang menyesatkan juga harus dilawan dengan cara-cara cerdas. Saran dan masukan mengenai konsep kampanye literasi digital selama perencanaannya dilakukan melalui pola Agenda Setting tidka terlepas dari para anggota dari berbagai daerah dengan kondisi masing-masing. Sehingga kampanye yang ditawarkan oleh Japelidi selama pandemi Covid-19 terbilang bervariatrif.

1. **Pesan Kunci (*Key Message*)**

Lawan (Hoaks) COVID-19 merupakan pesan kunci yang dirancang oleh Japelidi sejak Pandemi Covid-19 muncul di Indonesia. Pesan kunci tersebut lalu diterjemahkan oleh Japelidi dengan berbagai bentuk program dan kegiatan sehingga menjangkau publik secara luas dengan berbagai segmentasi dan geografis. Pesan kunci yang lebih mendominasi himbauan kepad apublik lebih banyak dilakukan secara daring mulai seperti poster (flyer) yang disebarluaskan melalui berbagai kanal di media sosial dan komunitas daring.

1. **Saluran Distribusi**

Dalam melaksanakan kampanye digital, saluran distribusi informasi yang dilakukan oleh japelidi terbilang adaptif dengan erkembangan media saat ini. Japelidi masih menggunakan media yang dikelola secara mandiri untuk menyampaikan pesan-pesan utama “Lawan (Hoaks) COVID-19”. Tidak hanya mengandalkan media sosial, tim Japelidi juga konsisten berkolaborasi denagn para influencer, unsur pemerintah, komunitas, seniman, tokoh hingga media mainstream untuk menyampaikan pesan-pesan kunci dalam men ghadapi berita Hoaks. Tentu kegiatannya yang dirancang dan diprogram menyesuaikan sehingga lebih relevan dan efektif. Seperti webinar, talk show daring, podcast hingga merancang konten-konten kreatif yang mudah diterima oleh *audience.*

1. **Target Jangkauan**

Target jangkauan kampanye Japelidi sasarannya adalah masyarakat luas. Karya perdana poster yang dipublis ke publik adalah “Jaga Diri, Jaga Keluarga” yang kemudian diadaptasi dengan berbagai bahasa lokal atau daerah di Indonesia. Hal ini mendapat sambutan dari berbagai kalangan karena menggunakan pendekatan kultural yakni bahasa daerah. Hal ini juga membuat publik merasa tersentuh dengan pendekatan-pendekatan lokal tentu dengan bahasa sehari-hari yang mudah dipahami. Tidak cukup dalam bahasa, tema-tema kampanye Japelidi dalam proses kampanye yang menyasar komunitas maupun kelompok tertentu juga bervariasi.

Hal ini membuat polda dan strategi Japelidi dalam melakukan kampanye literasi digital lebih efektif karena turut disosialisasikan oleh lintas organisasi dan pihak lain. Klaster di lingkaran terluar adalah bagian selanjutnya, yaitu menyampaikan luaran ke target sasaran. Lingkar terluar memperlihatkan pemangku kepentingan dan sasaran terlibat yang terdiri dari beragam unsur. Dalam kerangka kerja Strategi Komunikasi bagi para staf lapangannya, WHO (*World Health Organization*) merinci pihak-pihak yang terlibat dalam kolaborasi.

Pertama, Individu, personal yang sangat mempengaruhi pesan dalam kampanye literasi digital. Para individu inilah yang membuat keputusan dalam menyikapi kesehatan pribadi maupun keluarganya. Kedua, petugas layanan kesehatan. Mereka lah yang menjadi garda terdepan dalam ikut membantu masyarakat luas dalam penanganan kesehatan khususnya Covid-19.

Ketiga, Para Pengambil kebijakan di level nasional, lokal, maupun fungsional yang bertanggungjawab menyediakan sistem kesehatan masyarakat. Keempat, Komunitas yang bergerak dalam perlindungan dan pemeliharaan kesehatan. Kelima, Organisasi, sipil dari berbagai pihak, yang membantu mengimplementasikan berbagai program kesehatan bagi masyarakat. Keenam, Industri kesehatan sebagai pihak yang berkolaborasi dalam menunjang kesehatan publik. Tentu upaya dan langkah-langkah strategi kampanye Japelidi yang telah dilakukan telah mengidentifikasi para pemangku kepentingan sesuai dengan konsep dan agenda WHO.

**IV. Simpulan**

Gerakan literasi digital yang dilakukan oleh Japelidi sebagai organisasi/komunitas sangat efektif dalam memberikan pemahaman atas gagap digital bagi masyarakat luas di tengah Pandemi Covid-19. Japelidi menggunakan tiga klaster sebagai strategi dalam pengembangan literasi. Strategi ini terdiri dari 3 klaster yaitu klaster induk berupa ‘Narasi Tunggal’, klaster *meso* mengenai uraian Narasi Tunggal, dan klaster pemangku kepentingan.

Adapun strategi Narasi Tunggal yang diterapkan diantaranya agenda seeting, pesan kunci, saluran distribusi dan target jangkauan. Narasi tunggal sebagai pesan kunci menjadi nilai dan prinsip setiap kampanye yang dilakukan oleh Japelidi yang diterjemahkan dalam berbagai tema sesuai dengan isu aktual Covid-19. Narasi ini dirancang berdasarkan analisis yang memunculkan kebutuhan dan kepentingan kampanye Japelidi. Sesuai dengan program kompetensi Japelidi yang menjadi agenda lembaga ini, literasi digital yang dilakukan dengan beragam strategi dan melibatkan berbagai pihak dalam penanganan Hoaks Covid-19 setidaknya telah menyumbangkan narasi positif di tengah kegaduhan informasi saat ini. .

**Daftar Pustaka**

Alika, R. (30 April 2021). Kominfo Temukan 1.733 Hoaks Terkait Covid-19 dan Vaksin. Katadata. Diakses pada 1 September 2021 dari <https://katadata.co.id/yuliawati/berita/608bdef0d839c/kominfo-temukan-1733-hoaks-terkait-covid-19-dan-vaksin>

Arif, Ahmad. 2020, 14 Agustus. Kompas.id Informasi Keliru tentang Covid-19 Mematikan.[https://kompas.id/baca/humaniora/ilmu-pengetahuanteknologi/2020/08/14/informasi-keliru-tentang-covid-19-mematikan/](https://kompas.id/baca/humaniora/ilmu-pengetahuan-teknologi/2020/08/14/informasi-keliru-tentang-covid-19-mematikan/) (online) Diakses pada 30 Agustus 2021

Jumrana. (2021). Pemberdayaan Literasi Digital dalam Membangun Sistem Antihoaks (135-137. Kolaborasi, riset, dan volunterisme Membangun Resiliensi dalam Gejolak Pandemi. Jakarta Selatan: Mafindo

Kurnia, N., Nurhajati, L., Astuti, S, I. (2020). Kolaborasi lawan (Hoaks) Covid-19: Kampanye, Riset dan Pengalaman Japelidi di Tengah Pandemi dalam Kurnia, N. , Wijayanto, X.A. Kolaborasi sebagai Kunci: Membumikan Kompetensi Literasi Digital Japelidi. Yogyakarta: Gadjah mada University Press.

Kurnia, N., Nurhajati, L., Astuti, S, I. (2020). Kolaborasi lawan (Hoaks) Covid-19: Kampanye, Riset dan Pengalaman Japelidi di Tengah Pandemi dalam Astuti, S.I., Wiratmo, L.B., Kusumo, Y. W., Strategi Kampanye Japelidi: Bertumbuh dan Berkembang dalam Spirit ‘*Crowd*’ Yogyakarta: Gadjah mada University Press.

Perangin-angin, L.L.K., (2021) Infodemi di Ruang Komunitas Virtual: Aktualisasi Diri vs Akurasi (48-49). Kolaborasi, riset, dan volunterisme Membangun Resiliensi dalam Gejolak Pandemi. Jakarta Selatan: Mafindo

Wardani, P.K. (2018). Budaya Partisipasi (Participatory Culture) di Kalangan Vlogger. Skripsi , Universitas Airlangga.

Zarocostas, J. (2020). How to fight an infodemic. *The Lancet, 395*(10225), 676.

doi:10.1016/S0140-6736(20)30461-X