

# Coffee Shop Sebagai Ruang Diskusi Bagi Masyarakat Digital Untuk Meminimalisir Berkembangnya Berita Hoax Di Kota Pontianak

Pilga Ayong Sari<sup>a,1</sup>, \*Pipit Widiatmaka<sup>b,2</sup>, M. Fadhil Yarda Gafallo<sup>c,3</sup>, Adiansyah<sup>d,4</sup>, Haris Supiandi<sup>e,5</sup>, Taufik Akbar<sup>f,6</sup>

<sup>a, b, c, d, e</sup> Institut Agama Islam Negeri Pontianak, Jl. Letjend Suprpto No. 14, Benua Melayu Darat, Kecamatan Pontianak Selatan, Kota Pontianak, Kalimantan Barat, 78243, Indonesia

<sup>1</sup>[pilga.ayong@iainptk.ac.id](mailto:pilga.ayong@iainptk.ac.id), <sup>2</sup>[pipitwidiatmaka@iainptk.ac.id](mailto:pipitwidiatmaka@iainptk.ac.id), <sup>3</sup>[fadhil.gafallo@iainptk.ac.id](mailto:fadhil.gafallo@iainptk.ac.id), <sup>4</sup>[adiansyah@iainptk.ac.id](mailto:adiansyah@iainptk.ac.id), <sup>5</sup>[harissupiandi@iainptk.ac.id](mailto:harissupiandi@iainptk.ac.id), <sup>6</sup>[taufik.akbar@iainptk.ac.id](mailto:taufik.akbar@iainptk.ac.id)

---

## INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:  
Diterima: Juni 2022  
Direvisi : Juli 2022  
Ditetapkan: Agustus 2022

---

**Kata Kunci:**  
Coffee Shop  
Ruang Diskusi  
Masyarakat Digital  
Berita Hoax

**Keywords:**  
Coffee Shop  
Discussion Room  
Digital Society  
Hoax

## ABSTRAKSI

### Abstrak:

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan yaitu untuk mengetahui *coffee shop* adalah wahana ruang diskusi bagi masyarakat digital di kota pontianak, untuk mengetahui peran *coffee shop* sebagai ruang diskusi untuk meminimalisir berkembangnya berita hoax di kota pontianak, dan untuk mengetahui kendala *coffee shop* sebagai ruang diskusi untuk meminimalisir berkembangnya berita hoax di kota Pontianak. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara mendalam, observasi dan studi dokumen. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis data interaktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *coffee shop* yang berkembang di Kota Pontianak ialah ruang diskusi bagi masyarakat digital, karena pengunjung *coffee shop* tidak bisa lepas dengan *smartphone* untuk mengakses informasi dan di *coffee shop* sering mendiskusikan berita atau informasi yang sedang viral, baik berita *hoax* atau berita yang benar. Melalui *coffee shop* yang dimanfaatkan sebagai ruang diskusi oleh masyarakat digital di Kota Pontianak dapat meminimalisir berkembangnya berita bohong (*hoax*), sehingga melalui kegiatan tersebut dapat meningkatkan keharmonisan masyarakat digital yang ada di Kota Pontianak

### Abstract:

This study has several objectives, namely to find out whether the coffee shop is a vehicle for discussion space for digital communities in the city of Pontianak, to find out the role of the coffee shop as a discussion room to minimize the development of hoax news in the city of Pontianak, and to find out the constraints of the coffee shop as a discussion room to minimize the development of hoax news. hoax news Pontianak city. This study uses a descriptive approach. Data collection methods in this study used in-depth interviews, observation, and document studies. The data analysis used in this research is interactive. The results showed that the coffee shop developed in Pontianak City is a discussion space for the digital community because coffee shop visitors cannot be separated from smartphones to access information, and in coffee shops often news or viral both hoax news and true news. Through a coffee shop that is used as a discussion room by the digital community in Pontianak City, it can minimize the development of hoaxes, so that through these activities it can increase the harmony of the digital community in Pontianak City.

## I. Pendahuluan

Era digital merupakan perkembangan zaman yang tidak lepas dari teknologi internet, sehingga segala aspek kehidupan manusia tidak bisa lepas dengan teknologi internet, baik *platform-platform* media sosial, *game online* hingga jual beli online. Lahirnya era digital ditandai dengan munculnya digital, internet yang berkaitan dengan teknologi computer, media di era digital memiliki ciri khas bisa dimanipulasi yang memiliki sifat jaringan internet. Era ini memudahkan manusia untuk memperoleh dan menyebarkan informasi melalui media yang dihasilkan di era digital. Era digital membawa perubahan dari segala aspek kehidupan manusia (ekonomi, sosial budaya, politik, teknologi informasi dan pertahanan dan keamanan serta lain sebagainya), selain itu era ini memiliki dampak positif dan juga negatif sehingga era ini memiliki tantangan baru bagi manusia (W. Setiawan, 2017). Banyak yang mengatakan bahwa era digital merupakan era demokratisasi informasi, yang berdampak pada adanya keterbukaan yang seluas-luasnya dan hilangnya kerahasiaan (Prisgunanto, 2018). Era digital saat ini, banyak yang mengatakan sudah memasuki era *society 5.0* (Adiansyah & Widiatmaka, 2022).

Revolusi digital sudah masuk ke Indonesia beberapa tahun yang lalu dan menimbulkan berbagai dampak positif serta negatif bagi kehidupan masyarakat di Indonesia. Dampak positif yang ditimbulkan di era digital yaitu mudahnya mengakses informasi dari belahan dunia, sarana untuk pengembangan keterampilan dan kreativitas sosial, memperluas jaringan pertemanan, tersedianya fasilitas pembelajaran, dipermudah dalam berwirausaha dan lain sebagainya (Rahayu, 2019). Jumlah pengguna media sosial di Indonesia dari tahun ke tahun semakin meningkat, berikut jumlah pengguna media sosial di Indonesia:



Gambar 1. Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia (We are Social, 2022)

Berdasarkan hasil survey dari Data Reportal menunjukkan pengguna media sosial dari tahun ke tahun semakin meningkat, hingga Januari 2022 pengguna internet mencapai 204,7 juta jiwa, sedangkan pengguna aktif media sosial mencapai 191,4 juta jiwa dan jumlah penduduk di Indonesia pada Januari 2022 yaitu sekitar 277,7 juta jiwa (Kemp, 2022). Hal tersebut menunjukkan sekitar 68,7 persen masyarakat di Indonesia pengguna aktif media sosial.

Media sosial pada dasarnya mempermudah kehidupan masyarakat terutama dalam mengakses berbagai informasi, namun saat ini yang sangat terasa ialah dampak negatif karena karena masuknya budaya dan nilai dari luar ke Indonesia, baik yang sesuai maupun yang bertentangan dengan kepribadian bangsa sehingga banyak masyarakat Indonesia terpengaruh, pada akhirnya meninggalkan nilai dan budaya bangsanya sendiri serta kearifan lokal (R. Setiawan et al., 2022).

Perkembangan teknologi dan komunikasi sangat mempengaruhi kehidupan di Indonesia di berbagai aspek, implikasi dari perkembangan tersebut yang paling mencolok ialah perubahan pola perilaku masyarakat terutama banyak meninggalkan budaya lokal. Banyak budaya dari luar yang melebur dengan budaya lokal, namun pola perilaku masyarakat Indonesia menunjukkan banyak tidak sesuai dengan budaya lokal, seperti individualis (Nasution, 2017). Hal tersebut menjadi permasalahan bagi masa depan budaya Indonesia, karena seiring berjalannya waktu mulai terdegradasi. Selain itu, berita bohong juga menjadi masalah besar di Indonesia, karena menimbulkan banyak konflik terjadi di berbagai daerah. Mudah-mudahan terpengaruh dengan berita bohong yang diperoleh dari media sosial, menjadi akar konflik di Indonesia terutama ketika diselenggarakannya Pemilu atau Pilkada. *Hoax* sendiri merupakan suatu perbuatan yang disengaja dan memiliki tujuan untuk mengelabui atau membohongi seseorang atau sekelompok orang (Purba, 2017). Peristiwa maraknya penyebaran berita bohong (*hoax*) di Indonesia pada dasarnya karena literasi masyarakat digital yang tergolong masih lemah, sehingga mudah terpengaruh dengan berita yang kebenarannya masih diragukan (Ester, 2017). Pada dasarnya kerukunan antar sesama merupakan cita-cita bangsa Indonesia (Nuryadi & Widiatmaka, 2022), sehingga jangan sampai terpecah hanya karena berita *hoax*.

Berdasarkan hasil penelitian dari Pusat Penelitian Kebijakan Pendidikan dan Kebudayaan, Badan Penelitian dan Pengembangan Kemedikbud menunjukkan bahwa Indeks membaca atau literasi di Indonesia secara nasional tergolong masih rendah, sedangkan indeks di tingkat Provinsi ada 9 Provinsi yang tergolong sedang, 24 Provinsi tergolong rendah dan 1 Provinsi tergolong sangat rendah. Apabila dilihat secara nasional dan juga Provinsi indeks membaca atau literasi tergolong rendah. Ada tiga Provinsi yang memiliki angka indeks tertinggi yaitu DKI Jakarta, D. I Yogyakarta dan Kepulauan Riau, sedangkan Provinsi yang berada di peringkat terendah ialah Papua, Papua Barat dan Kalimantan Barat (Kemendikbud, 2019). Kalimantan Barat adalah Provinsi yang memiliki peringkat terendah dari 34 Provinsi di Indonesia terkait literasi, sehingga hal tersebut harus segera diantisipasi agar literasi khususnya digital dapat meningkat sehingga budaya literasi dapat membudaya khususnya di Kalimantan Barat.

Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Kalimantan Barat menyelenggarakan kegiatan literasi berita *hoax* untuk mengantisipasi penyebaran berita bohong di Kabupaten Sanggau pada tahun 2019, kegiatan tersebut dibuka oleh Sekda Kabupaten Sanggau. Melalui kegiatan tersebut dapat disimpulkan bahwa berdasarkan realitas yang terjadi di masyarakat Kalimantan Barat, berita bohong yang berkembang di media sosial tergolong tinggi dan sangat mengkhawatirkan terutama ketika akan diselenggarakannya Pemilu atau Pilkada (Ricky, 2019). Hal tersebut tidak dapat dipungkiri karena banyak terjadi konflik horisontal di beberapa daerah di Provinsi Kalimantan Barat terutama antar etnis, selain itu Provinsi tersebut merupakan daerah yang memiliki keberagaman etnis, dari dayak, bugis, melayu, madura, jawa tioghoa dan lain sebagainya.

Kalimantan Barat adalah Provinsi yang selalu mengembangkan tanaman kopi dan kopi sendiri menjadi komoditas utama di Provinsi tersebut, sehingga tidak dipungkiri banyak *coffee shop* di Kalimantan Barat khususnya di Kota Pontianak. Kota tersebut mendapat julukan sebagai “Kota Seribu Warung Kopi” dengan berbagai aktivitas kegiatan dari diskusi hingga rapat serta banyak ditemukan mahasiswa yang mengerjakan tugas atau skripsi di *coffee shop* (Deni dan Andilala, 2019). Pada dasarnya *coffee shop* di Kota Pontianak dapat difungsikan sebagai ruang diskusi untuk meminimalisir penyebaran berita bohong (*hoax*), mengingat secara sosio-kultural di kota tersebut ialah minum kopi di *coffee shop* dengan teman-temannya merupakan suatu kebiasaan atau bisa dikatakan sebagai budaya. Selain itu, di Kota Pontianak banyak ditemukan generasi muda yang tergolong sebagai generasi *digital native* diskusi atau ngobrol di *coffee shop*, seperti di *coffee shop* aming coffe, weng coffe, kopi asiang dan lain sebagainya. Pada dasarnya masyarakat digital banyak menghabiskan waktunya dalam sehari untuk mengakses internet melalui *smartponenya*, hingga mencapai 79% dalam waktu sehari (Pujasari Supratman, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa *coffee shop* dapat difungsikan sebagai ruang diskusi untuk mendiskusikan berita yang berkembang, baik berita yang bisa dipertanggungjawabkan maupun yang tidak bisa dipertanggungjawabkan.

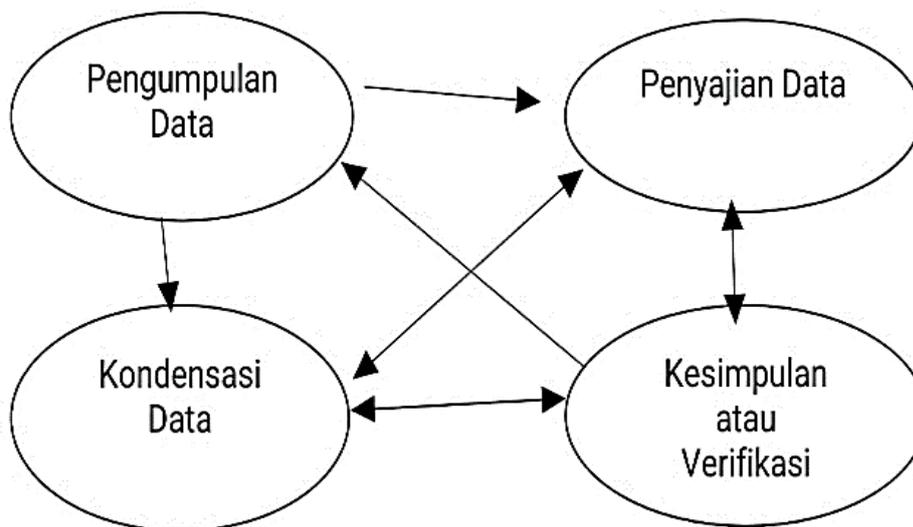
Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh Netty Herawati dkk pada tahun 2019 tentang implikasi literasi media dalam mengubah perilaku masyarakat terhadap kabar bohong di Kota Pontianak, dengan menggunakan pendekatan kualitatif menunjukkan bahwa sikap masyarakat digital di Kota Pontianak tidak terpengaruh dengan berita bohong dan juga dapat menahan diri untuk tidak mudah menyebarkan berita bohong kepada khalayak umum, meskipun berita tersebut menarik (Herawati et al., 2019).

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan yaitu untuk mengetahui *coffee shop* adalah wahana ruang diskusi bagi masyarakat digital di kota pontianak, untuk mengetahui peran *coffee shop* sebagai ruang diskusi untuk meminimalisir berkembangnya berita hoax di kota pontianak, dan untuk mengetahui kendala *coffee shop* sebagai ruang diskusi untuk meminimalisir berkembangnya berita *hoax* di kota Pontianak

## II. Metode Penelitian

Penelitian dilakukan di Kafe Kopi Kota Pontianak, Provinsi Kalimantan Barat karena memiliki permasalahan terkait literasi digital dan berita bohong (*hoax*) pada masyarakat digital dan penelitian dilaksanakan bulan Juni hingga Juli 2022. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi (peneliti melakukan observasi dengan mengamati gambaran keadaan pada *coffee shop* di Kota Pontianak) dan studi dokumen. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, karena membutuhkan pertimbangan-pertimbangan tertentu (memahami permasalahan yang diteliti) untuk menentukan sampel, sehingga peneliti mengambil sampel di Kopi Asiang, Aming Coffee, dan Weng Coffee.

Analisis data yang digunakan di dalam penelitian ini ialah analisis data interaktif yang terdiri dari beberapa tahap, namun setiap tahap saling berkaitan antara tahap satu dengan yang lainnya. Tahap tersebut sebagai berikut 1) pengumpulan data (wawancara, observasi, dan studi dokumen), 2) kondensasi data (memilah data yang sudah diperoleh dari lapangan), 3) penyajian data yang diperoleh dari lapangan, dan 4) penarikan kesimpulan (Miles, Huberman & Saldana, 2014). Berikut gambar tahapan di dalam analisis data interaktif:



Gambar 1. Tahapan Analisis Data Interaktif (Miles, Huberman & Saldana, 2014)

Kesimpulan dari hasil analisis data terkait penguatan literasi digital dan meminimalisir penyebaran berita bohong, pada dasarnya difungsikan sebagai dasar untuk memberikan rekomendasi kepada beberapa pihak.

### III. Penyajian dan Analisis Data

#### A. *Coffee Shop Sebagai Ruang Diskusi Bagi Masyarakat Digital di Kota Pontianak*

*Coffee shop* merupakan suatu tempat usaha yang menyajikan minuman kopi bagi konsumen atau pelanggannya, saat ini usaha *coffee shop* sudah merambah ke seluruh pelosok desa hingga perkotaan mengingat usaha ini memiliki potensi besar menguntungkan secara financial bagi penjualnya. Masyarakat Indonesia banyak yang tertarik untuk mengunjungi *coffee shop*, selain ingin menikmati kopi juga ingin menjadikan tempat tersebut sebagai ruang *silaturahmi* atau diskusi dengan saudara atau temannya. *Coffee shop* di era digital, banyak yang memberikan fasilitas *free wifi* bagi pengunjungnya, sehingga pemilik *coffee shop* selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang maksimal dan ingin membuat nyaman pengunjungnya. Para pengunjung di *coffee shop* diberikan kebebasan untuk mengakses segala informasi melalui internet dan diberikan kebebasan waktu untuk melakukan diskusi atau ngobrol atau yang lainnya. Pada dasarnya fungsi *coffee shop* mulai bergeser, dari tempat hanya untuk menikmati minuman kopi menjadi ruang publik yang digunakan sebagai tempat untuk bertukar pikiran dalam segala bidang.

Ruang publik memiliki arti ruang diskusi kritis yang terbuka untuk semua masyarakat, di ruang ini masyarakat memiliki nalar kritis untuk memberikan saran dan pengawasan terhadap pemerintah yang sedang berkuasa. Ruang publik adalah tempat yang setiap orang dapat mengekspresikan pendapat dan berkumpul secara bebas dan terbuka serta pers yang bebas, sehingga di ruang ini setiap orang ini diberikan kebebasan untuk berdiskusi atau musyawarah hingga diperoleh suatu konsensus atau sintesis (Igiasi, 2017). *Coffee shop* adalah ruang publik yang dapat dimanfaatkan sebagai ruang untuk melepaskan lelah atau santai, berbisnis hingga berdiskusi.

Pontianak adalah Kota yang memiliki ribuan *coffee shop* yang memberikan fasilitas kepada pengunjungnya *free wifi*, sehingga tidak dipungkiri setiap ada *coffee shop* di tempat tertentu sampai sudut-sudut Kota, pengunjungnya selalu ramai. Secara sosio-kultural minum kopi di *coffee shop* adalah budaya di masyarakat Kota Pontianak, seperti setiap pagi sebelum bekerja banyak yang menikmati kopi dan diskusi dengan temannya terlebih dahulu, melepas lelah, mengerjakan tugas sekolah, membuat kesepakatan jual-beli hingga pertemuan ilmiah mahasiswa (seminar), selain itu banyak ditemukan *coffee shop* di Kota Pontianak yang buka 24 jam atau tidak pernah tutup. Aktivitas di *coffee shop* sangat beragam, dari menikmati kopi dan membeli makanan ringan (aktivitas mengkomsumsi), interaksi dengan rekan (aktivitas sosial), menyelesaikan pekerjaan yang tidak bisa selesai di kantor (aktivitas bekerja), bernegosiasi terkait bisnis (aktivitas berbisnis), menyelesaikan tugas sekolah atau kampus (aktivitas belajar) hingga melepaskan lelah atau santai (aktivitas hiburan) (Igiasi, 2017). Berdasarkan pendapat tersebut *coffee shop* pada dasarnya merupakan ruang diskusi bagi masyarakat Kota Pontianak.

Diskusi merupakan obrolan ilmiah yang di dalamnya berisi pertukaran *argument*, memunculkan ide atau gagasan dan pengujian ide atau pendapat yang dilakukan oleh sekelompok orang untuk mencari suatu kebenaran. Diskusi adalah kegiatan bertukar pendapat, pengalaman dan informasi, yang bertujuan untuk mendapatkan pengertian bersama dan membuat keputusan bersama (Trianto, 2007). Berdasarkan observasi di lapangan menunjukkan bahwa di beberapa *coffee shop*, seperti di Weng coffee, Aming Coffee dan Kopi Asiang menunjukkan bahwa setiap pengunjung selalu bersikusi terkait masalah sosial, pekerjaan hingga urusan pribadi, namun yang sering yang didiskusikan ialah informasi atau berita yang diperoleh melalui media sosial. Berdasarkan pengamatan peneliti masyarakat di Kota Pontianak terutama yang berkunjung ke *coffee shop* tidak bisa lepas dari smartphonenya, untuk mengakses informasi atau berita dari media sosial. Berdasarkan wawancara dengan Ishar salah satu pengunjung di Aming Coffee menjelaskan bahwa pengunjung *coffee shop* tidak bisa lepas dengan internet, karena membutuhkan informasi untuk memenuhi kebutuhannya, selain itu di dalam berkunjung ke *coffee shop* selalu dengan teman atau saudaranya untuk berdiskusi, misal berdiskusi terkait tugas kuliah, pekerjaan berita yang sedang viral seperti kasus Ferdy Sambo. Fenomena ini memiliki arti bahwa

masyarakat di Kota Pontianak yang berkunjung di *caoffee shop* ialah *digital society* atau masyarakat digital.

*Digital society* atau masyarakat digital merupakan masyarakat yang di dalamnya terdapat elemen-elemen yang terhubung dengan suatu jaringan teknologi informasi dan komunikasi, sehingga dapat mempengaruhi pola interaksi, dengan secara online atau daring yang menggunakan perangkat media komunikasi dan informasi yang berupa media sosial. *Digital society* atau masyarakat digital memiliki karakteristik selalu menggunakan teknologi informasi di beragam aspek kehidupannya, memiliki kebutuhan yang tinggi terkait informasi, memiliki banyak kebutuhan terkait tenaga kerja di bidang IT, perubahan pola interaksi dari langsung menjadi tidak langsung (Rabbani, 2022). Masyarakat di Kota Pontianak memanfaatkan *coffee shop* sebagai ruang diskusi, baik interaksi secara langsung maupun tidak langsung untuk mendapatkan suatu pertimbangan-pertimbangan di dalam memutuskan suatu urusan atau kepetingan.

#### B. Peran *Coffee Shop* untuk Meminimalisir Berkembangnya Berita Hoax di Kota Pontianak

Berita hoax merupakan informasi yang tidak bisa dipertanggungjawabkan atas kebenarannya, karena mengandung informasi palsu. Berita *Hoax* di Indonesia menjadi konsumsi setiap hari bagi masyarakat digital di Indonesia, sehingga tidak dipungkiri banyak konflik di beberapa daerah di Indonesia karena terpengaruh dengan berita *hoax* tersebut. Data yang diperoleh dari Kemenkominfo menunjukkan bahwa dari bulan Agustus 2018 hingga awal tahun 2022 ditemukan berita bohong (*hoax*) yang tersebar di media sosial melalui berbagai *platform* mencapai 9.546 berita bohong (*hoaxs*) (Widyastuti, 2022). Penyebaran berita bohong (*hoax*) melalui media sosial dimanfaatkan oleh oknum-oknum tertentu untuk menimbulkan kegaduhan dan kekhawatiran masyarakat, penyebaran berita bohong tersebut ternyata dilakuakn oleh berbagai kalangan dari kaum terpelajar hingga pejabat tertentu, penyebaran berita ini melalui *platform* media sosial, seperti Watshaap, Twitter, Facebook, Instagram, dan lain sebagainya (Latupeirissa et al., 2021).

Berdasarkan observasi di lapangan menunjukkan bahwa di Kopi Asiang, Aming Coffee, dan Weng Coffee menunjukkan bahwa banyak pengunjung yang mendiskusikan informasi atau berita yang diperoleh dari media sosial, seperti kenaikan harga BBM, kasus Ferdy Sambo, kinerja pemerintah dan lain sebagainya. Pengunjung yang datang di *coffee shop* tersebut selalu berkelompok atau dengan teman-temannya, kemudian memulai obrolan ringan hingga mendiskusikan berita yang diperoleh dari media sosial, ada juga yang mengkonfirmasi langsung berita yang sedang didiskusikan dengan cara melihat berita tersebut melalui *smartphoneya*. Apakah berita tersebut adalah berita palsu atau memang berita yang benar.

Berdasarkan wawancara dengan Firman yang merupakan salah satu pengunjung di Weng Coffee menjelaskan bahwa:

“Banyak informasi atau berita yang kami diskusikan di *Coffee shop* yang diperoleh dari media sosila, seperti Facebook, Instagram, dan Twitter, namun terkadang kami tidak mengetahui apakah berita tersebut *hoax* atau benar, namun kami sering menemukan berita *hoax* di media sosial khususnya di facebook. Misal kasus Sambo kan banyak berita yang berkembang di facebook, namun terkadang berita yang kami peroleh tidak masuk akal, seperti dengan kasus sebesar itu bebas tanpa syarat. Awalnya saya hampir percaya, namun setelah kami diskusikan dan konfirmasi melalui beberapa sumber dari beberapa media online ternyata berita tersebut palsu atau *hoax*” (Wawancara 10 Juli 2022).

Coffee shop dalam hal ini menjadi ruang diskusi yang berdampak positif, karena dapat digunakan sebagai ruang untuk berdiskusi atau mengkonfirmasi berita yang tidak bisa dipertanggungjawabkan kebenarannya dan sebagian besar berita *hoax* banyak ditemukan di *platform* media sosial, seperti Facebook, Instagram, dan Twitter. Allcott dan Gentzkow memaparkan bahwa banyak alasan *platform* media sosial menjadi ruang yang efektif bagi berita *hoax*, alasannya karena biaya ringan untuk memasuki pasar dan biaya produksi konten ringan, format di dalam media sosial sangat sulit untuk dinilai kebenaran informasinya, dan alasan ideologis, seseorang akan membaca berita yang berhubungan atau terkait dengan ideologi yang diyakininya. Banyak orang yang memperoleh berita dari *platform* Facebook atau yang lainnya,

cenderung tidak menerima bukti terkait keadaan yang sesungguhnya (Allcott & Gentzkow, 2017). Masyarakat digital dalam menganalisis berita *hoax* memiliki berbagai cara, namun terkadang ada juga begitu mudah percaya dengan berita yang diperoleh dari media sosial. Ada yang membaca informasi dari media sosial yang hanya menarik perhatiannya dan tidak mempedulikan berita tersebut benar atau *hoax* apabila berita atau informasi tersebut tidak sesuai dengan ketertarikannya (Flintham et al., 2018). Seperti halnya masyarakat digital di Kota Pontianak, terkadang ada yang muda percaya atau terpengaruh dengan berita *hoax*, hanya karena tertarik dengan konten-konten yang disajikan di dalam berita yang diperoleh dari media sosial, khususnya *platform* Facebook. Di sisi lain, wawancara dengan Adi salah satu pengunjung di Kopi Asiang menjelaskan bahwa :

“Banyak masyarakat Pontianak yang berkunjung di Kopi Asiang untuk bersantai dan berdiskusi dari masalah pribadi hingga masalah sosial kemasyarakatan, biasanya kalau membicarakan masalah sosial tidak lepas dengan berita yang lagi viral di media sosial, misal seperti kenaikan BBM. Namun, ketika kami mendiskusikan berita yang sedang viral di media sosial, kami tidak begitu saja percaya, biasanya kami mendiskusikan dengan teman dan melihat sumber berita tersebut. Ada juga beberapa teman yang mudah percaya dengan berita yang diperoleh dari media sosial tanpa mengkonfirmasi sumbernya terlebih dahulu” (Wawancara, 12 Juli 2022).

Masyarakat yang mudah percaya atau terpengaruh berita yang berkembang, tanpa mengkonfirmasi sumbernya terlebih dahulu tergolong masih lemah dalam literasi terutama literasi digital. Titin selaku kepala editor Trans Media memaparkan bahwa rendahnya budaya masyarakat Indonesia menjadi salah satu penyebab mudahnya masyarakat terpengaruh atau percaya dengan berita bohong (*hoax*) yang berkembang di media sosial (Debora, 2017). Selain itu, berita bohong (*hoax*) di Pontianak dapat menimbulkan konflik terutama yang sering terjadi yaitu konflik SARA, Kasubdit Kerma Ditbinmas Polda Kalimantan Barat memaparkan bahwa sejak tahun 1952 hingga 2016 terdapat 17 peristiwa konflik antar etnis, hal tersebut bisa terjadi karena mudahnya masyarakat terpengaruh dengan berita-berita tidak jelas atau provokasi dari oknum-oknum tertentu (Abraham, 2017). Kalimantan Barat sendiri adalah Provinsi yang indeks bacanya (literasi) tergolong terlemah dari seluruh provinsi yang ada di Indonesia (34 Provinsi).

Berdasarkan wawancara dengan Afrido, seorang mahasiswa dan salah satu orang yang sering berkunjung di Aming Coffee menjelaskan bahwa:

“Kita sering berkumpul dengan teman-teman di café kopi untuk bermain game online, ngobrol atau diskusi, kita juga sering mendiskusikan berita-berita yang sedang viral seperti kenaikan BBM, kita juga sering menemukan berita bohong yang berkembang di media sosial. Namun, kita tidak mudah percaya dengan berita yang kita peroleh dari media sosial, kita biasanya mengecek berita tersebut benar atau tidaknya melalui situs *turnbackhoax.id*” (Wawancara 13 Juli 2022).

*Turn back hoax* merupakan aplikasi yang berbasis *crowdsourcing* yang dikembangkan oleh komunitas online yang memerangi berita bohong yang berkembang di Internet, kemudian bekerja sama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika dan diresmikan pada tahun 2017. Aplikasi ini dirancang untuk mengumpulkan segala informasi *hoax* dan fitnah yang berkembang di internet, sehingga bisa menjadi rujukan bagi masyarakat untuk mengklarifikasi berita bohong atau berita benar yang ditemukan di internet. Pengguna juga bisa melaporkan berita bohong ke *Turn Back Hoax* melalui situs *turnbackhoax.id*, dengan memberikan alasan bahwa konten tersebut mengandung *hoax* (Arita, 2019). Nugroho memaparkan situs *turnbackhoax.id* memiliki beberapa tujuan, yaitu 1) memberikan penjelasan hasil klarifikasi terhadap berita yang dibahas di Forum Anti Fitnah, Hasut dan *Hoax* di *platform* Facebook, 2) membangun suatu database *hoax* yang terbuka dengan menggunakan Bahasa Indonesia, 3) rujukan bagi masyarakat yang mencari kebenaran informasi atau berita, 4) kolaborasi tim pencari fakta para jurnalis, dan 5) pengintegrasian antara google fact tag dengan facebook (Hermawati & Asih, 2017).

*Coffee shop* di Kota Pontianak pada dasarnya memiliki peran sebagai ruang publik khususnya ruang diskusi, sehingga melalui tempat tersebut para pengunjung di *coffee shop* (Aming Coffee, Weng Coffee dan Kopi Asiang) yang merupakan masyarakat digital dapat bertukar pikiran atau diskusi dari urusan pribadi hingga masalah sosial. Masyarakat digital di Kota Pontianak juga memanfaatkan *coffee shop* sebagai ruang diskusi untuk mengkonfirmasi berita yang berkembang di media sosial, apakah dapat dipertanggungjawabkan atau *hoax*, dengan cara mendiskusikan dengan rekan dan memverifikasi secara langsung melalui situs-situs yang ada di internet.

#### IV. Kesimpulan

*Coffee shop* yang berkembang di Kota Pontianak ialah ruang diskusi bagi masyarakat digital, karena pengunjung *coffee shop* tidak bisa lepas dengan smartphone untuk mengakses informasi dan di *coffee shop* sering mendiskusikan berita atau informasi yang sedang viral, baik berita *hoax* atau berita yang benar. *Coffee shop* di Kota Pontianak memiliki peran yang sangat penting bagi masyarakat digital untuk berdiskusi dari urusan pribadi hingga masalah sosial. Namun, *coffee shop* di Kota Pontianak banyak dimanfaatkan untuk mendiskusikan berita yang sedang berkembang di media sosial. Melalui *coffee shop* yang dimanfaatkan sebagai ruang diskusi oleh masyarakat digital di Kota Pontianak dapat meminimalisir berkembangnya berita bohong (*hoax*), sehingga melalui kegiatan tersebut dapat meningkatkan keharmonisan masyarakat digital yang ada di Kota Pontianak

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abraham, J. (2017). *Polda Kalbar: Berita Hoax Berpotensi Timbulkan Konflik SARA*. Tribun Pontianak.
- Adiansyah, & Widiatmaka, P. (2022). Problematika Guru dalam Memberikan Bimbingan Konseling Siswa untuk Menumbuhkan Karakter Sosial Melalui Pembelajaran PPKn di Era Society 5.0. *JPK (Jurnal Pancasila Dan Kewarganegaraan)*, 7(1), 1–8. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24269/jpk.v7.n1.2022.pp01-08>
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236.
- Arita, A. (2019). *Pembangunan Chatbot Untuk Menampilkan Berita Hoax Pada Platform Line Menggunakan Metode Rule Based*. Universitas Komputer Indonesia.
- Debora, Y. (2017). *Literasi Rendah Sebabkan Masyarakat Mudah Percaya Hoax*. Tirto.
- Deni dan Andilala. (2019). *Pontianak Kota Seribu Warung Kopi dengan Sejuta Inspirasi*. Antara News.
- Ester. (2017). *Rendahnya literasi digital jadi penyebab penyebaran berita hoax*. Kominfo.
- Flintham, M., Karner, C., Bachour, K., Creswick, H., Gupta, N., & Moran, S. (2018). Falling for fake news: investigating the consumption of news via social media. *Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–10.
- Herawati, N., Nur'aini Hanum, A., & Utami, D. (2019). Implikasi Literasi Media Dalam Mengubah Perilaku Masyarakat Kota Pontianak Terhadap Kabar Bohong. *Commed : Jurnal Komunikasi Dan Media*, 3(2), 102–120. <https://doi.org/10.33884/commed.v3i2.921>
- Hermawati, Y., & Asih, I. W. (2017). *Cyber Media dan Pengendalian Hoax di Indonesia*.
- Igiasi, T. S. (2017). Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik: Studi Tentang Gaya Hidup Masyarakat Kota Tanjungpinang. *Jurnal Masyarakat Maritim*, 1(1), 18–20.
- Kemendikbud. (2019). Indeks Aktivitas Literasi Membaca 34 Provinsi. In *Pusat Penelitian*

*Kebijakan Pendidikan dan Kebudayaan, Badan Penelitian dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Issue 2).*

- Kemp, S. (2022). *Digital 2022: Indonesian*. Data Reportal.
- Latupeirissa, J. E., Pasalbessy, J. D., Leasa, E. Z., & Tuhumury, C. (2021). Penyebaran Berita Bohong (HOAX) Pada Masa Pandemi Covid-19 dan Upaya Penanggulangannya di Provinsi Maluku. *Jurnal Belo*, 6(2), 179–194. <https://doi.org/10.30598/belovol6issue2page179-194>
- Miles, Huberman & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Nasution, R. D. (2017). Pengaruh perkembangan teknologi informasi komunikasi terhadap eksistensi budaya lokal. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 21(1), 30–42.
- Nuryadi, M. H., & Widiatmaka, P. (2022). Harmonisasi Antar Etnis dan Implikasinya terhadap Ketahanan Wilayah di Kalimantan Barat Pada Era Society 5 . 0. *Jurnal Ketahanan*, 28(1), 101–119. <https://doi.org/10.22146/jkn.73046>
- Prisgunanto, I. (2018). Pemaknaan Arti Informasi Di Era Digital. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(2), 143. <https://doi.org/10.32509/wacana.v17i2.619>
- Pujasari Supratman, L. (2018). Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(1), 1–14.
- Purba, D. (2017). *Melawan Hoax, Membangun Gerakan Literasi*. Media Indonesia.
- Rabbani, A. (2022). *Masyarkat Digital: Penertian, Pilar Utama, Ciri, Contoh, Kelebihan dan Kekurangannya*. Sosial 79.
- Rahayu, P. (2019). Pengaruh Era Digital Terhadap Perkembangan Bahasa Anak. In *Al-Fathin: Jurnal Bahasa dan Sastra Arab* (Vol. 2, Issue 1). <https://doi.org/10.32332/al-fathin.v2i2.1423>
- Ricky, F. (2019). *Diskominfo Prov.Kalbar Gelar Literasi Berita Hoax*. Kominfo Kalbar.
- Setiawan, R., Princes, E., Tunardi, Y., Chandra, A., Noerlina, Mursitama, T. N., & Devinca, L. (2022). Assessing the Impacts of IT Usage , IT Adoption , and Innovation Capabilities in Increasing the Hybrid Learning Process Performance. *International Journal of Learning, Teaching and Educational Research*, 21(4), 337–354. <https://doi.org/https://doi.org/10.26803/ijlter.21.4.19>
- Setiawan, W. (2017). Era Digital dan Tantangannya. Seminar Nasional Pendidikan. *Seminar Nasional Pendidikan*, 1–9.
- Trianto. (2007). Model-Model Pembelajaran Inovatif Berorientasi Konstruktivistik. In *Jakarta: Prestasi Pustaka*.
- We are Social. (2022). *Social Media Users Pass The 4.5 Billion Mark*. We Are Social.
- Widyastuti, A. Y. (2022). *Hingga Awal 2022, Kominfo Temukan 9.546 Hoaks di Internet*. Tempo.