

## ABSTRAK

Faktor pendorong adanya kegiatan kampanye bijak bermedia sosial *#SaringSebelumSharing* yang dilakukan Humas Polda Metro Jaya adalah maraknya hoaks seputar Pileg dan Pilpres 2019 yang telah di prediksi satu tahun sebelumnya dalam rapat rancangan kegiatan tahunan Kepolisian Republik Indonesia. Rendahnya pengetahuan masyarakat Indonesia akan literasi digital atau literasi media sosial, membuat masyarakat mudah terpengaruh konten hoaks. Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus. Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti melakukan dapat diketahui sebagai berikut: rendahnya tingkat literasi digital atau literasi media sosial masyarakat Indonesia, tahapan kampanye literasi media sosial yang dilakukan oleh Humas PMJ dibagi menjadi tiga tahapan, mulai dari tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi, hambatan dan kendala yang ditemui dalam kampanye bijak bermedia sosial ada dua, yaitu: masih ada masyarakat awam yang cenderung mempercayai berita atau informasi hoaks tersebut karena berasal dari orang-orang lingkungan sekitar dan yang kedua adalah rendahnya tingkat aduan hoaks dari masyarakat ke Kominfo yang berarti mengindikasikan bahwa tingkat literasi digital atau literasi media sosial masyarakat Indonesia masih rendah.

**Kata Kunci:** literasi media sosial, hoaks, media sosial, kampanye

## ABSTRACT

*The driving factor for the wise social media campaigning activities #SaringSebelumSharing conducted by the Polda Metro Jaya Public Relations is the rampant hoax surrounding the 2019 Pileg and Pilpres which was predicted one year earlier in the annual meeting of the Republic of Indonesia Police. The low level of knowledge of the Indonesian people about digital literacy or social media literacy, makes people easily influenced by hoax content. The research method in this study used a case study qualitative approach. Based on the research results that the researchers conducted can be known as follows: low levels of digital literacy or Indonesian social media literacy, the stages of social media literacy campaigns conducted by PMJ Public Relations are divided into three stages, starting from the planning, implementation, and evaluation stages, constraints and constraints there were two found in a wise campaign with social media, namely: there are still lay people who tend to trust the news or information about the hoax because it comes from people around the neighborhood and the second is the low level of complaints from the public to Kominfo which means that the literacy rate digital or Indonesian social media literacy is still low.*

**Key Words:** *literacy social media, hoax, social media, campaign*