

**STRATEGI KAMPANYE DIGITAL ANTI HOAX
PROGRAM TULAR NALAR-MAFINDO DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI



Oleh:

Marisa Triargarini

171110020

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

**STRATEGI KAMPANYE DIGITAL ANTI HOAX
PROGRAM TULAR NALAR-MAFINDO DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana**



Oleh:

Marisa Triargarini

171110020

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Marisa Triargarini
NPM : 171110020
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora Program
Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

STRATEGI KAMPANYE DIGITAL ANTI HOAX PROGRAM TULAR NALAR-MAFINDO DI KOTA BATAM

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-perundang yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 24 Juli 2025



Marisa Triargarini

171110020

**STRATEGI KAMPANYE DIGITAL ANTI HOAX
PROGRAM TULAR NALAR-MAFINDO DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

Oleh:

Marisa Triargarini

171110020

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera dibawah ini**

Batam, 24 Juli 2025

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Riswandi', is written over a horizontal line.

**Riswandi., S.Sos., M.Sos
Pembimbing**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi kampanye digital anti hoax yang dilakukan program tular nalar-mafindo dan untuk mengetahui implementasi strategi kampanye digital anti hoax pada program tular nalar-mafindo yang dilakukan di Kota Batam. Hoax atau berita palsu telah menjadi masalah yang semakin meresahkan di era digital. Informasi palsu, atau tidak akurat, di era digital saat ini telah menjadi masalah sosial tersendiri karena sering kali tersebar luas dengan cepat melalui media sosial dan platform digital lainnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Pendekatan dipilih untuk memahami bagaimana strategi kampanye digital anti hoax dijalankan oleh Program Tular Nalar-Mafindo di Kota Batam. Penelitian ini menggunakan wawancara sebagai metode utama dalam menggali data penelitian di lapangan dan informasi secara mendalam agar data yang dibutuhkan dalam penelitian ini dapat terkumpul. Dalam penelitian kualitatif, analisis data adalah proses sistematis untuk menafsirkan dan menarik makna dari data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dokumentasi, atau teknik lainnya. Tujuannya adalah membangun pemahaman mendalam tentang fenomena sosial yang diteliti, dalam hal ini strategi kampanye digital anti hoaks yang dijalankan oleh Mafindo melalui program Tular Nalar di Kota Batam. Implementasi kampanye ini membuktikan bahwa pendekatan berbasis komunitas lokal dan teknologi digital mampu menjadi benteng pertahanan literasi di tengah arus disinformasi.

Kata kunci: Kampanye Digital, Hoax, Literasi Digital, Tular Nalar, MAFINDO

ABSTRAK

This study aims to explore the digital anti-hoax campaign strategy carried out by the Tular Nalar-Mafindo program and to examine the implementation of this strategy in Batam City. Hoaxes or fake news have become an increasingly troubling issue in the digital era. False or inaccurate information has emerged as a social problem since it often spreads rapidly through social media and other digital platforms. This research employs a qualitative approach with a case study design. This approach was chosen to understand how the digital anti-hoax campaign strategy is executed by the Tular Nalar-Mafindo Program in Batam City. Data were primarily collected through interviews to gain in-depth information and ensure the necessary data were obtained. In qualitative research, data analysis is a systematic process of interpreting and drawing meaning from data gathered through interviews, observations, documentation, or other techniques. The purpose is to build a comprehensive understanding of the social phenomenon under study, in this case the digital anti-hoax campaign strategy conducted by Mafindo through the Tular Nalar program in Batam City. The implementation of this campaign demonstrates that a community-based approach combined with digital technology can serve as a strong defense of digital literacy amid the flow of disinformation.

Kata kunci: *Digital Campaign, Hoax, Digital Literacy, Tular Nalar, MAFINDO*

KATA PENGANTAR

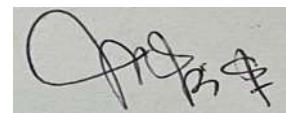
Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena itu kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi dan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. Bapak Riswandi., S.Sos., M.Sos. selaku Dosen pembimbing akademik dan Dosen pembimbing skripsi.
4. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
5. Keluarga saya yang tercinta Bapak Abu Bakar MS (Alm) dan Ibu Upita Rosiyati selaku orang tua saya, Syafli Arfa, S.T. dan Rafei Arfi selaku Abang kandung saya.
6. Teman-teman saya yang tercinta Diyogusti, Villi, Ineek, Mas Arif, Sakillah, Signora, Desua, Dicky, Regu Anggrek, Ikom Angkatan 2017 yang selalu memberi saya Dukungan tanpa henti.

Semoga Tuhan yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 24 July 2025



Marisa Triargarini

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRAK</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	12
1.3 Rumusan Masalah	12
1.4 Batasan Masalah.....	13
1.5 Tujuan Penelitian.....	13
1.6 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	15
2.1 Kajian Teori.....	15
2.1.1 Strategi Komunikasi.....	15
2.1.2 Media Sosial	18
2.1.2.1 Instagram	20
2.1.2.1.1 Akun Instagram @tularnalar	21
2.1.3 Literasi Media Digital.....	22
2.1.3.1 Literasi	22
2.1.3.2 Literasi Digital	23
2.1.3.3 Literasi Media	28
2.1.3.4 Kampanye Digital	29
2.1.2 Hoaks dalam Media	31
2.1.2.1 Pengertian Hoaks.....	31
2.1.2.2 Jenis dan Bentuk Hoaks	34
2.1.2.3 Penyebaran Hoaks di Media Sosial	34

2.1.2.4	Dampak Hoaks	35
2.1.2.5	Upaya Penanggulangan Hoaks	35
2.1.3	Teori Strategi Kampanye Komunikasi oleh Ronald D. Smith (<i>Strategic Planning for PR</i>)	36
2.1.3.1	Konsep <i>Strategic Planning for PR</i>	36
2.1.3.2	Kekuatan Teori Ronald D. Smith dalam Kajian Kampanye Digital Anti-Hoaks	37
2.2	Penelitian Terdahulu	41
2.3	Kerangka Konseptual.....	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		46
3.1	Pendekatan dan Jenis Penelitian	46
3.2	Paradigma Penelitian	46
3.4	Teknik Pengumpulan Data	49
3.5.	Metode Analisis Data.....	55
2.1.2	Reduksi Data (<i>Data Reduction</i>)	55
2.1.3	Penyajian Data (<i>Data Display</i>)	56
2.1.4	Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi	56
2.2	Uji Kredibilitas Data.....	57
2.2.2	Uji <i>Credibility</i>	57
2.2.3	Uji <i>Transferability</i>	58
2.2.4	Uji <i>Dependability</i> dan <i>Confirmability</i>	59
2.3	Lokasi dan Jadwal Penelitian	60
2.3.2	Lokasi Penelitian.....	60
2.3.3	Jadwal Penelitian	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		61
4.1	Gambaran Umum Program Tular Nalar dari Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo)	61
4.1.1	Latar Belakang dan Sejarah	61
4.1.2	Visi dan Misi.....	62
4.1.3	Kegiatan dan Program Utama	62
4.1.4	Struktur dan Anggota.....	63
4.1.5	Program Tular Nalar.....	63
4.2	Hasil Penelitian	68

4.2.1	Bagaimana Strategi Kampanye Digital Anti Hoax yang dilakukan oleh Program Tular Nalar- Mafindo Yang Dilakukan Di Kota Batam	68
4.2.2	Implementasi Strategi Kampanye Digital Anti Hoax Program Tular Nalar-Mafindo yang Dilakukan Di Kota Batam	78
4.3	Pembahasan	86
4.3.1	Strategi Kampanye Digital Anti Hoax pada Program Tular Nalar-Mafindo di Kota Batam Tinjauan Teori <i>Strategic Planning for Public Relation</i>	86
4.3.2	Implementasi Strategi Kampanye Digital Anti Hoax Pada Program Tular Nalar-Mafindo Di Kota Batam	91
4.3.3	Temuan.....	93
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		97
5.1	SIMPULAN	97
5.2	SARAN.....	98
DAFTAR PUSTAKA		99
LAMPIRAN 1.....		101
Wawancara dengan narasumber Ibu Cindoswari		101
Wawancara dengan narasumber Ibu Renita.....		102
LEMBAR WAWANCARA PENELITIAN		103
Panduan Wawancara		103
Panduan Wawancara		105
Lembar Persetujuan Narasumber.....		107
LEMBAR WAWANCARA PENELITIAN		108
Lembar Persetujuan Narasumber.....		110
LAMPIRAN 2.....		111
LAMPIRAN 1		
LAMPIRAN 2		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Konten Hoax Kompas.com	1
Gambar 1. 2 Siaran Pers Mafindo , Sumber mafindo.or.id	3
Gambar 1. 3 Logo Program Tular Nalar dari Mafindo	4
Gambar 1. 4 Sekolah Kebangsaan dari Program Tular Nalar di SMK N 1 Batam.	
Sumber: Dok. Perwakilan Tular nalar Kepri.....	5
Gambar 1. 5 Foto peserta dan trainer Tular nalar saat kegiatan Sekolah Kebangsaan di SMK N 1 Batam.....	12
Gambar 2. 1 Logo akun Instagram Tular Nalar	21
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual Penelitian.....	45
Gambar 4. 1 Logo Mafindo	62
Gambar 4. 2 Logo Tular Nalar	64
Gambar 4. 3 Mitra Mafindo dari Kementerian.....	65
Gambar 4. 4 Mitra Mafindo dari Kelompok Pendidikan.....	66
Gambar 4. 5 Mitra Mafindo dari Unsur Digital	66
Gambar 4. 6 Mitra Mafindo dari Lembaga Lainnya	66
Gambar 4. 7 Testimoni Amat Setiawan	68
Gambar 4. 8 Diskusi Panel dan Ulasan narasumber.....	70
Gambar 4. 9 Kegiatan Sekolah Kebangsaan dan Akademi Digital Lansia	73
Gambar 4. 10 Dunia Digital yang semakin Personal	75
Gambar 4. 11 Regulasi Baru Menkominfo.....	77
Gambar 4. 12 Peserta Sekolah Kebangsaan SMK N 1 Batam sedang mendengar Kata sambutan secara daring dari Koordinator Tular Nalar	79
Gambar 4. 13 Peserta Sekolah Kebangsaan SMK N 1 Batam sedang mendengar materi dari Ketua Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Kota Batam	79
Gambar 4. 14 Peserta Sekolah Kebangsaan SMK N 1 Batam sedang mengikuti pelatihan	80
Gambar 4. 15 Peserta Sekolah Kebangsaan SMK N 1 Batam swafoto bersama salah satu instruktur	80

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Data Isu Hoaks 2018-2021 Komdigi.....	2
Tabel 2. 1 Tabel Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	41
Tabel 3. 1 Pemetaan Subjek dan Objek Secara Ringkas	49
Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian	60
Tabel 4. 1 Infografis: Ringkasan Mafindo dan Tular Nalar	66