

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hoax atau berita palsu telah menjadi masalah yang semakin meresahkan di era digital. Informasi bohong (hoax), 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. Kurangnya seseorang dalam memahami kebenaran sebuah informasi dapat memicu dampak kebingungan, konflik sosial, dan bahkan dampak negatif terhadap kesehatan masyarakat.



Gambar 1. 1Data Konten Hoax Kompas.com

Sebaran data hoaks di Indonesia yang berhasil dihimpun oleh negara, media massa, maupun Lembaga independent yang memiliki ketertarikan dibidang informasi.

Jumlah Konten Hoaks (2018–2023) yang dilaporkan dalam infografik kompas.com pada Januari 2024, dari temuan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) mencatat 12.547 konten hoaks yang beredar antara

Agustus 2018 hingga Desember 2023. Hoaks paling banyak adalah isu kesehatan (2.357 konten), terutama mengenai pandemi COVID-19, obat-obatan, dan produk kesehatan.

Table 1.1 Data Isu Hoaks 2018-2021 Komdigi

Isu Hoax	Jumlah Konten
Kesehatan	1.931
Pemerintahan	1.789
Politik	1.265
Penipuan	911
Lain-lain	2.720

Sumber: Diolah dari data.komdigi.go.id

Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), menemukan bahwa hoaks politik mendominasi media sosial. Survei Mafindo pada November 2024 menunjukkan bahwa 60% responden tidak mengetahui bahwa klaim tentang Warga Negara Asing (WNA) diberi KTP untuk mencoblos adalah hoaks. Kemudian survei KIC dan Kominfo pada 2021 mengungkapkan bahwa 11,9% responden mengakui pernah menyebarkan berita hoaks, meningkat dari 11,2% pada tahun sebelumnya. Data ini menekankan pentingnya upaya peningkatan literasi media dan verifikasi informasi untuk mengurangi penyebaran berita palsu di Indonesia.

Kota Batam, sebagai salah satu kota besar di Provinsi Kepulauan Riau, memiliki populasi yang sangat beragam dengan tingkat akses terhadap teknologi informasi yang tinggi. Oleh karena itu, Batam menjadi lokasi yang strategis untuk

menerapkan kampanye digital anti-hoax, di mana banyak warganya aktif dalam media sosial dan platform digital lainnya. Namun, meski teknologi informasi dapat memberikan banyak manfaat, penyebaran informasi yang salah atau hoax juga sangat cepat menyebar, yang mengarah pada kebutuhan mendesak untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan digital di kalangan masyarakat Batam.

Di Indonesia, salah satu kegiatan yang memiliki fokus pada pengembangan literasi digital untuk mengatasi permasalahan hoax ini adalah Program Tular Nalar yang dikembangkan oleh Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo). Program ini bertujuan untuk meningkatkan literasi media dan kemampuan masyarakat dalam mengidentifikasi serta melawan hoax, terutama di tengah derasnya arus informasi digital yang sering kali tidak dapat dipertanggungjawabkan.



Gambar 1. 2 Siaran Pers Mafindo
Sumber mafindo.or.id

Mafindo melalui Program Tular Nalar berfokus pada upaya kolaboratif antara komunitas, pemerintah, media, dan masyarakat untuk menciptakan ekosistem informasi yang sehat. Program ini memberikan pelatihan dan pendampingan untuk masyarakat agar mereka lebih kritis dalam mengonsumsi informasi dan

menghindari penyebaran berita hoax. Dalam kampanye digital ini, Mafindo memanfaatkan berbagai platform digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas, dengan fokus pada pendekatan yang berbasis data dan bukti, serta dengan menggunakan prinsip-prinsip komunikasi yang efektif.

Gambar 1. 3 Logo Program Tular Nalar dari Mafindo



Program Tular Nalar memiliki dua segmentasi yang jadi target audiens atau target peserta dalam pelatihan kegiatan literasi digital anti hoax. Pertama adalah Akademi Digital Lansia (ADL). Sebagaimana nama targetnya maka kegiatan ini difokuskan kepada masyarakat usia lanjut. Kemudian yang kedua adalah Sekolah Kebangsaan (SK). Target audien dari SK ini adalah pemilih pemula dari kalangan pelajar tingkat SMA/SMK. Program Tular Nalar ini dibuat sebagai hoaxbuster dari maraknya informasi menyesatkan yang menyebar melalui media sosial, terutama selama periode politik seperti Pemilu dan Pilkada 2014–2019.

Batam sendiri sudah dua kali menjadi tempat penyelenggaraan kegiatan Sekolah Kebangsaan dari Tular nalar. Salah satunya adalah yang dilakukan di SMK N 1 Kota Batam pada bulan Oktober 2024 lalu. Kegiatan tersebut diikuti oleh siswa kelas XII sebanyak 100 peserta.



Gambar 1. 4 Sekolah Kebangsaan dari Program Tular Nalar di SMK N 1 Batam. Sumber: Dok. Perwakilan Tular nalar Kepri

Maraknya hoaks sendiri dipengaruhi oleh kemajuan teknologi digital saat ini. Kemajuan teknologi memberikan dampak pada kehidupan kita dan hubungan sehari-hari, dari mengakses berbagai informasi dan berinteraksi dengan layanan publik hingga bekerja dari rumah, mulai dari berkolaborasi dengan kolega hingga berkomunikasi dengan teman, dan dari menerima pendidikan dari jarak jauh hingga mengakses informasi secara cepat.

Selain berdampak pada kehidupan sehari-hari, media digital dan kemajuan teknologi memainkan peran penting dalam pengajaran bahasa. Misalnya, bahan ajar yang dirancang oleh para guru seperti buku teks, video, dan gambar animasi serta penggunaan akses internet dapat mendukung proses belajar mengajar. Project Tomorrow (2012) menyatakan bahwa pendidik lebih mungkin daripada anggota masyarakat umum untuk menggunakan alat teknologi seperti smartphone dan komputer tablet; 54% guru dan 70% administrator menggunakan telepon pintar sebagai bagian dari pekerjaan mereka; 52% guru dan kepala sekolah telah mengikuti kelas online untuk tujuan pelatihan. Literasi digital sebagai keterampilan

dasar atau kemampuan untuk menggunakan komputer dengan percaya diri, aman dan efektif, termasuk: kemampuan untuk menggunakan perangkat lunak perkantoran seperti pengolah kata, email dan perangkat lunak presentasi, kemampuan untuk membuat dan mengedit gambar, audio dan video, dan kemampuan untuk menggunakan browser web dan mesin pencari Internet. Ini adalah keterampilan yang harus dapat diasumsikan oleh guru dari mata pelajaran lain di sekolah menengah, sebagai analog dengan kemampuan membaca dan menulis.” (Royal Society, 2012).

Kemajuan teknologi informasi dan internet saat ini mengakibatkan sumber daya informasi digital sangat melimpah (Kurnianingsih, Rosini, & Ismayati, 2017: 62). Di sisi lain, perkembangan teknologi informasi memberikan efek positif dan negatif kepada masyarakat. Pembelajaran literasi digital tidak bisa dielakkan lagi. Artikel ini menyajikan gagasan awal dampak literasi digital dan tantangan dalam pembelajaran bahasa terkait dengan penerapan literasi digital (Ahman et al. (2019:386–389).

Digitalisasi adalah upaya memanfaatkan teknologi digital pada suatu aspek kehidupan. Pelayanan publik adalah aktivitas memberikan layanan kepada warga demi memenuhi kebutuhan hak asasinya atau memenuhi tuntutan perundangundangan. Digitalisasi pelayanan publik dengan demikian adalah upaya untuk memberikan layanan kepada warga demi memenuhi kebutuhan hak asasinya atau upaya memenuhi kewajiban perundang-undangan dengan memanfaatkan teknologi digital. Digitalisasi pelayanan publik di desa dengan demikian merupakan suatu kebutuhan dari sisi pelayanan publik dan warga desa. Oleh

karena itu, dari perspektif ini ada beberapa tantangan yang dapat diidentifikasi.

Literasi masyarakat terkait dengan lanskap digital harus terus ditingkatkan. Pemerintah dapat membuat program-program literasi digital sehingga masyarakat desa paham dan mahir menggunakan hardware dan *software digital*. Masyarakat desa yang semakin terliterasi akan semakin mudah menerima perubahan digitalisasi pelayanan publik desa. Lima faktor yang memotivasi warga untuk menggunakan Desa Internet Proyek Motoman di Kamboja adalah pengakuan atas identitas, sarana untuk mencapai tujuan, mempertahankan ikatan pribadi, kekuatan dan pengaruh, serta komitmen psikologis dan kepemilikan (Luo & Chea, 2018). Literasi masyarakat desa juga dapat dilakukan untuk mengembangkan potensi ekonomi digital masyarakat desa. Pengusaha desa yang melihat dunia digital sebagai pasar yang menjanjikan lebih tertantang untuk menggunakan lebih jauh internet (Fahmi & Savira, 2021). Penyediaan perpustakaan di desa dan akses internet merupakan upaya untuk mendorong penduduk desa mendapatkan keuntungan (pendidikan dan ekonomi), tetapi lebih jauh dari itu upaya ini adalah pemenuhan hak asasi manusia (Petri, 2017).

Kampanye digital sendiri, terutama yang bertujuan untuk menyebarkan informasi yang benar dan membangun kesadaran tentang suatu isu sosial, sering mengacu pada beberapa teori komunikasi yang relevan. Teori komunikasi persuasif (*Persuasive Communication Theory*) berkaitan dengan bagaimana pesan disampaikan untuk mengubah sikap, opini, atau perilaku audiens. Dalam konteks kampanye anti-hoax, komunikasi persuasif bertujuan untuk meyakinkan audiens agar lebih hati-hati dalam menyebarkan informasi dan memverifikasi sumber

informasi sebelum membagikannya.

Teori Komunikasi Partisipatif, komunikasi dilihat sebagai proses dua arah yang melibatkan partisipasi aktif dari audiens. Kampanye digital yang berhasil melibatkan masyarakat dalam diskusi aktif dan pemberdayaan mereka untuk menyebarkan informasi yang benar serta mencegah penyebaran hoax.

Hasil penelitian Faradis dkk (643: 2023) menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi alat kampanye yang kuat, yang memungkinkan kandidat untuk menjangkau pemilih muda dan mempengaruhi opini publik. Efektivitas kampanye digital sangat bergantung pada konten dan cara penyampaiannya. Selain itu, isu-isu yang diangkat oleh masing-masing calon harus mencerminkan kebutuhan dan harapan masyarakat, serta tantangan yang dihadapi oleh Indonesia saat ini. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya literasi digital dalam membedah informasi yang diterima oleh Masyarakat. Dengan memfasilitasi komunikasi dua arah, telah memberikan ruang bagi masyarakat dalam berpartisipasi lebih aktif dalam proses demokrasi, serta dapat menunjukkan penringnya adaptasi dan inovasi dalam strategi kampanye tersebut. Dengan meningkatnya peran media sosial dalam politik, pemahaman tentang bagaimana informasi yang disebarkan dan diterima menjadi krusial.

Irfan, M., & Taufik, M. (154: 2020) menjelaskan peran media sosial dalam penyebaran hoax dan pentingnya literasi media dalam menghadapi fenomena ini di Indonesia. Referensi ini memberikan gambaran tentang bagaimana kampanye digital dapat mengatasi hoax melalui peningkatan keterampilan kritis dalam konsumsi media. Amin, M. (45: 2019) menjelaskan berbagai kampanye digital anti-

hoax yang dilakukan di Indonesia, termasuk yang diselenggarakan oleh organisasi seperti Mafindo. Penelitian ini memberikan insight tentang strategi efektif dalam menggunakan platform digital untuk memerangi hoax.

Meskipun memberikan berbagai kemudahan, era digital juga menimbulkan tantangan serius, salah satunya adalah maraknya penyebaran hoaks atau berita bohong. Dalam konteks ini, literasi digital menjadi salah satu solusi strategis dalam membentengi masyarakat agar lebih kritis dan selektif dalam menerima informasi. Ginting dkk (2021) menekankan bahwa pemberdayaan masyarakat melalui literasi digital sangat penting agar masyarakat mampu menghadapi tantangan globalisasi. Hal ini juga diperkuat oleh Wibowo dan Basri (2020) yang merancang model literasi digital berbasis kearifan lokal untuk mendorong harmonisasi sosial di masyarakat pedesaan, terutama dalam menangkal isu-isu seperti hoaks, ujaran kebencian, dan radikalisme.

Dalam konteks pandemi Covid-19, literasi digital juga menjadi gerakan yang krusial. Sutrisna (2020) menyatakan bahwa selain akses teknologi, kesiapan aktor pendidikan, terutama guru dan keluarga, dalam melek digital menjadi aspek utama dalam mendukung pembelajaran dan penyebaran informasi yang sehat.

Di tengah derasnya arus informasi digital, beberapa upaya konkret dilakukan oleh organisasi masyarakat sipil dan pemerintah. Salah satunya adalah Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo), yang mengembangkan program Tular Nalar, sebagai gerakan literasi digital yang menyasar berbagai segmen masyarakat. Ardi dkk. (2023) menjelaskan bahwa Mafindo menggunakan strategi interaktif melalui

media sosial seperti Instagram dan pendekatan edukatif yang dialogis, sebagai bentuk kampanye literasi digital melawan hoaks.

Fitri dkk (2024) melakukan kegiatan edukasi anti-hoaks kepada pelajar, yang menunjukkan hasil signifikan dari 77,5% peserta yang belum mampu membedakan hoaks menjadi 97,5% yang mampu setelah diberikan pelatihan. Hal ini membuktikan bahwa kampanye digital berbasis diskusi dan pelatihan langsung sangat efektif dalam meningkatkan kemampuan literasi masyarakat, terutama generasi muda.

Pemerintah pun mengambil peran aktif. Dalam Ikhsano dkk (2023) menunjukkan bahwa Kementerian Komunikasi dan Informatika mengembangkan strategi kolaboratif melalui regulasi, kampanye digital, dan pelibatan multi-pihak. Thomas dkk (2021) melalui studi eksperimental menyimpulkan bahwa intervensi program literasi media secara online mampu mengurangi kepercayaan masyarakat terhadap berita bohong.

Penelitian-penelitian tersebut menggambarkan bahwa strategi kampanye digital anti-hoaks harus bersifat partisipatif, edukatif, dan kontekstual. Namun, penelitian khusus terkait implementasi strategi kampanye digital program Tular Nalar Mafindo di wilayah lokal, seperti Kota Batam, masih minim. Kota Batam sebagai kota industri, perdagangan, dan perlintasan internasional memiliki kerentanan tinggi terhadap penyebaran informasi palsu, sehingga perlu kajian mendalam mengenai efektivitas strategi kampanye digital yang dilakukan oleh Mafindo dalam konteks lokal.

Kampanye Tular Nalar merupakan bentuk nyata dari komunikasi publik

strategis. Untuk memahami strategi kampanye ini secara mendalam, penelitian ini menggunakan Teori Strategi Kampanye Komunikasi dari Ronald D. Smith serta Teori Difusi Inovasi oleh Everett M. Rogers. Ronald D. Smith dalam bukunya *Strategic Planning for Public Relations* (2017) menjelaskan bahwa strategi kampanye komunikasi harus melalui empat tahap utama, yaitu:

1. *Formative Research* (riset awal dan analisis publik),
2. *Strategy* (penetapan tujuan dan pendekatan komunikasi),
3. *Tactics* (pemilihan media dan metode penyampaian pesan), dan
4. *Evaluation* (pengukuran efektivitas kampanye).

Program Tular Nalar dirancang *dengan* pendekatan yang mencerminkan keempat tahap tersebut. Melalui riset sosial tentang persebaran hoaks, pemetaan segmentasi audiens (lansia dan remaja), serta penggunaan media yang disesuaikan dengan karakteristik target, kampanye ini disusun secara sistematis. Evaluasi program dilakukan melalui *pre-test dan post-test*, serta melalui partisipasi aktif masyarakat sebagai indikator keberhasilan.

Kampanye digital anti-hoax yang dilakukan oleh Mafindo melalui Program Tular Nalar di Kota Batam memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk masyarakat yang lebih cerdas dan kritis terhadap informasi. Dengan memanfaatkan teori komunikasi yang relevan serta mengacu pada penelitian-penelitian terdahulu, program ini berpotensi besar untuk mencapai tujuannya dalam mengurangi penyebaran hoax dan meningkatkan literasi media di Batam. Keberhasilan kampanye ini sangat bergantung pada partisipasi aktif masyarakat, penggunaan teknologi digital secara bijak, serta kolaborasi antara berbagai pihak untuk

menciptakan ekosistem informasi yang sehat dan bertanggung jawab.



Gambar 1. 5 Foto peserta dan trainer Tular nalar saat kegiatan Sekolah Kebangsaan di SMK N 1 Batam.

Melalui uraian di atas dan melihat fakta-fakta empiris, pendekatan ilmiah, serta relevansi teoritis, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Strategi Kampanye Digital Anti Hoax Program Tular Nalar – Mafindo di Kota Batam, serta sejauh mana implementasi strategi tersebut dapat membentuk masyarakat yang lebih kritis, partisipatif, dan literat secara digital.

1.2 Fokus Penelitian

Untuk mempermudah penulis dalam menganalisis hasil penelitian, maka penelitian ini memfokuskan pada bagaimana Strategi Kampanye Digital Anti Hoax pada Program Tular Nalar-Mafindo yang dilakukan di Kota Batam.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah

yang akan diteliti yaitu:

1. Bagaimana strategi kampanye digital anti hoax yang dilakukan oleh program tular nalar- mafindo di Kota Batam?
2. Bagaimana implementasi strategi kampanye digital anti hoax pada program tular nalar-mafindo yang dilakukan di Kota Batam?

1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah pada Konten Kampanye Digital Anti Hoax yang diposting akun IG Tular Nalar selama bulan Juli 2024 hingga Juli 2025.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi kampanye digital anti hoax pada program tular nalar-mafindo yang dilakukan di Kota Batam.
2. Untuk mengetahui implementasi strategi kampanye digital anti hoax pada program tular nalar-mafindo yang dilakukan di Kota Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Teoritis

Diharapkan mampu menambah khasanah keilmuan didalam program studi ilmu komunikasi Universitas Putera Batam.

1.6.2 Aspek Praktis

Diharapkan mampu menjadi referensi bagi akun Instagram @Tularnalar dan komunitas sejenis lainnya dalam mengembangkan strategi kampanye digital anti

hoax.

1.6.3 Aspek Sosial

Diharapkan dapat bermanfaat bagi seluruh masyarakat yang tertarik dalam kajian kampanye digital anti hoax dan menjadikan kajian ini sebagai referensi dalam kegiatan sosial.