

**IMPLEMENTASI LITERASI DIGITAL OLEH MAFINDO SOLO RAYA
DALAM MENCEGAH HOAKS JELANG TAHUN POLITIK 2024**

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Jurusan Dakwah dan Komunikasi
Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Guna Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial



Oleh:

LUTHFIYAH OKTARI JASMIEN

NIM. 191211060

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN DAKWAH DAN KOMUNIKASI
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA**

2023

HALAMAN JUDUL

**IMPLEMENTASI LITERASI DIGITAL OLEH MAFINDO SOLO RAYA
DALAM MENCEGAH HOAKS JELANG TAHUN POLITIK 2024**

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Jurusan Dakwah dan Komunikasi
Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Guna Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial



Oleh:

LUTHFIYAH OKTARI JASMIEN

NIM. 191211060

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN DAKWAH DAN KOMUNIKASI
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA**

202

Agus Sriyanto, S.Sos, M.Si

DOSEN FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi Sdr. Luthfiah Oktari Jasmien

Kepada Yth

Dekan Fakultas Ushuluddin Dan Dakwah

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan seperlunya terhadap skripsi saudara :

Nama : Luthfiah Oktari Jasmien

NIM : 191211060

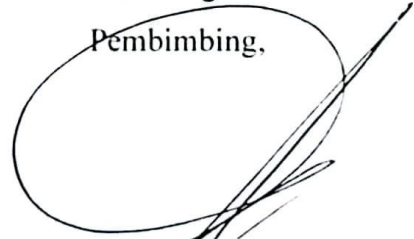
Judul : Implementasi Literasi Digital Oleh Mafindo Solo Raya Dalam Mencegah Hoaks Jelang Tahun Politik 2024

Dengan ini kami menilai skripsi tersebut dapat disetujui dan diajukan pada Sidang Munaqosyah Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 25 Agustus 2023

Pembimbing,



Agus Sriyanto, S.Sos, M.Si

NIP. 197106192009121001

HALAMAN PENGESAHAN
IMPLEMENTASI LITERASI DIGITAL OLEH MAFINDO SOLO RAYA
DALAM MENCEGAH HOAKS JELANG TAHUN POLITIK 2024

Disusun Oleh :

Luthfiyah Oktari Jasmien

NIM. 191211060

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Pada Hari Selasa, 26 Agustus 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Surakarta, Selasa, 10 Oktober 2023


Penguji Utama



Rhesa Zuhriya Briyan Pratiwi, M.I.Kom.

NIP. 19920203 201903 2 015

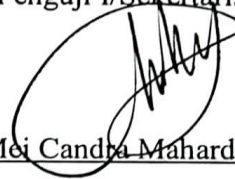
Penguji II/Ketua Sidang



Agus Sriyanto, S.Sos, M.Si.

NIP. 19710619 200912 1 001

Penguji I/Sekretaris Sidang



Mei Candra Mahardika, M.A.

NIP. 19890515 201903 1 013

Mengetahui,
Dekan Ushuluddin dan Dakwah



Prof. Dr. Islah, M.Ag.

NIP. 19730522 200312 1 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Luthfiyah Oktari Jasmien
NIM : 191211060
Tempat, Tanggal Lahir : Surakarta, 19 Oktober 2001
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Jurusan : Dakwah dan Komunikasi
Fakultas : Ushuluddin dan Dakwah
Alamat : Mojo, Pasarkliwon, Surakarta
Judul Skripsi : Implementasi Literasi Digital Oleh Mafindo Solo
Raya Dalam Mencegah Hoaks Jelang Tahun Politik
2024

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar hasil karya sendiri, jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, Sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Demikian pernyataan ini saya buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 20 Agustus 2023

Penulis,



Luthfiyah Oktari Jasmien

NIM.191211060

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah hirobbil alamin, puji syukur kepada Allah SWT serta dukungan orang tercinta, sehingga penyusunan skripsi ini bisa selesai. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT karena atas izin dan karunianya skripsi ini bisa terselesaikan pada akhirnya.
2. Kedua Orang Tua saya Bapak Samin dan Ibu Sri Lestari yang telah memberikan semangat dan mengingatkan saya untuk tidak lupa mengerjakan skripsi.
3. Kakak saya Adva Kusmeintari Putri beserta suami Bayu Doni Pamungkas yang selalu memberikan semangat dalam penyusunan skripsi. Tidak lupa keponakan saya Hanif Razqa Febrian yang menemani saat saya mengerjakan skripsi dengan menagis.
4. Teman-teman yang selalu menghibur disaat saya lelah mengerjakan skripsi.
5. UIN Raden Mas Said Surakarta.

MOTTO

“Pada akhirnya yang bikin ragu sama diri lo sendiri adalah karena orang-orang enggak percaya sama lo, lo jadi mikir apa emang bener ya gue gitu. Kalau mikirin itu terus lo ga akan maju-maju” – Baskara

“Kadang, hal-hal baik dalam hidup kita adalah cobaan. Dan hal-hal buruk dalam hidup kita justru malah jadi bagian dari proses. Semangat, ya” – Fiersa Besari

“Kita diuji supaya kuat, bukan supaya *quit*” – Fiersa Besari

ABSTRAK

LUTHFIYAH OKTARI JASMIEN, 191211060, Implementasi Literasi Digital Oleh Mafindo Solo Raya dalam Mencegah Hoaks Jelang Tahun Politik 2024, Skripsi, Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, UIN Raden Mas Said Surakarta, 2023.

Masifnya hoaks yang beriringan dengan kemajuan teknologi menjadi sebuah ancaman dan tantangan menjelang tahun politik 2024. Perlu kemampuan literasi digital pada masyarakat, sayangnya literasi digital di Indonesia masih di tingkat sedang dan belum merata. Mafindo hadir untuk menciptakan imunitas terhadap hoaks, untuk menjangkau masyarakat luas Mafindo juga ada di 39 daerah salah satunya Mafindo Solo Raya. Sehingga tujuan penelitian ini untuk menggambarkan implementasi literasi digital yang dilakukan oleh Mafindo Solo Raya dalam mencegah hoaks jelang tahun politik 2024.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan dengan teknik wawancara, observasi, dokumentasi. Wawancara yang ditentukan dengan *purposive sampling* melibatkan 3 informan Putri Lestari, Cosmas Gun Raharjo dan Adi Syafitrah. Kemudian dianalisis menggunakan teori 9 elemen literasi digital Steve Wheeler setelah itu direduksi, lalu disajikan dan menarik ditarik kesimpulan. Data diuji keabsahan menggunakan teknik Trianggulasi.

Hasil penelitian dengan mengacu pada 9 elemen literasi digital Steve Wheeler menunjukan bahwa Mafindo Solo Raya menerapkan elemen tersebut dalam aktivitas berupa edukasi/sosialisasi secara tatap muka seperti Akademi Lansia, Sekolah Kebangsaan, Sosialisasi MPLS dan penyampaian materi *debunking* dan *prebunking*. Karena bekal mulai dari bagaimana berjejaring sosial dengan santun, memanfaatkan *tools* dan fitur-fitur baik dari Google, Yandex, Turnbackhoax.id, Kalimasada, pemahaman adanya rekam jejak digital pada internet, kesadaran adanya *cybercrime* ditengah kemajuan teknologi, mengelola identitas pribadi di internet, pengenalan praktek *debunking* dan *prebunking*, menciptakan informasi atau konten positif serta adanya lahan untuk berdiskusi mengembangkan ide dalam proses edukasi sehingga masyarakat mempunyai bekal literasi digital menjelang pemilu 2024.

Kata Kunci: Mafindo Solo Raya, Literasi Digital, Hoaks

ABSTRACT

Luthfiyah Oktari Jasmien, 191211060, Implementation of Digital Literacy by Mafindo Solo Raya in Preventing Hoaxes Ahead of the 2024 Political Year, Thesis, Islamic Communication and Broadcasting, Ushuluddin and Dakwah Faculty, UIN Raden Mas Said Surakarta, 2023.

The massive hoaxes that accompany technological advances are a threat and challenge ahead of the political year 2024. The need for digital literacy skills in society, unfortunately digital literacy in Indonesia is still at a moderate level and is not evenly distributed. Mafindo is here to create immunity against hoaxes, to reach the wider community. Mafindo is also available in 39 regions, one of which is Mafindo Solo Raya. So the aim of this research is to describe the implementation of digital literacy carried out by Mafindo Solo Raya in preventing hoaxes ahead of the 2024 political year.

This research uses a qualitative descriptive approach method. Data collection was carried out using interview techniques, observation, documentation. The interviews determined by purposive sampling involved 3 informants Putri Lestari, Cosmas Gun Raharjo and Adi Syafitrah. Then it is analyzed using Steve Wheeler's 9 elements of digital literacy theory after which it is reduced, then presented and the conclusions drawn. The data was tested for basicity using the triangulation technique.

The results of research referring to Steve Wheeler's 9 elements of digital literacy show that Mafindo Solo Raya applies these elements in activities in the form of face-to-face education/socialization such as the Akademi Digital Lansia, Sekolah Kebangsaan, Sosialisasi di MPLS and delivering debunking and prebunking material. Because the provisions start from how to social network with compensation, utilizing tools and features from Google, Yandex, Turnbackhoax.id, Kalimasada, understanding the existence of digital track records on the internet, awareness of the existence of cybercrime amidst technological advances, managing personal identity on the internet, introduction of debunking and prebunking practices, creating positive information or content as well as providing space for developing ideas in the educational process so that people gain digital literacy provisions ahead of the 2024 election.

Keywords: Mafindo Solo Raya, Digital Literacy, Hoax

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah hirobbil alamin, puji syukur kepada Allah SWT karena rahmat dan karunia Nya skripsi dengan judul “Implementasi Literasi Digital oleh Mafindo Solo Raya dalam Mencegah Hoaks Jelang Tahun Politik 2024” dapat selesai. Skripsi ini menjadi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Komunikasi dan Penyiaran, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, UIN Raden Mas Said Surakarta sehingga dapat memperoleh gelar S.Sos.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga penulis dengan senang hati menerima apa bila ada kritik dan saran yang konstruktif dari semua pihak. Skripsi ini juga selesai karena ada bimbingan, nasehat, dukungan, semangat dan bantuan dari semua pihak dalam berbagai hal. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudofir, S.Ag., M.Pd. selaku Rektor UIN Raden Mas Said Surakarta
2. Prof. Dr. Islah, S.Ag., M.Ag selaku Dekan Fakultas Ushuliddin dan Dakwah
3. Joni Rusdiana, M.I.Kom selaku Koordinator Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
4. Agus Sriyanto, S.sos., M.Si selaku pembimbing yang telah membimbing memberi arahan dan nasehat sehingga skripsi ini dapat selesai.
5. Rhesa Zuhriya Briyan Pratiwi, M.I.Kom selaku penguji utama dan Mei Candra Mahardika, M.A selaku penguji I yang telah memberikan kritik dan saran pada skripsi saya
6. Abraham Zakky Zulhamzi, M.A.Hum yang telah memberikan saran dan masukan pada proses awal penyusunan skripsi saya
7. Mafindo Pusat dan Mafindo Solo Raya yang sudah memberikan izin untuk diteliti. Khususnya Kak Putri Lestari, Mas Cosman Gun dan Mas

Adi Syafitrah yang sudah meluangkan waktu untuk memberikan informasi mengenai Mafindo Solo Raya.

8. Kedua Orang tua saya Ayah Samin dan Ibu Sri Lestari yang selalu mengingatkan saya untuk mengerjakan skripsi, memberi semangat dukungan, mendoakan saya untuk cepat menyelesaikan skripsi saya.
9. Kakak saya Adva Kusmeintari Putri serta suami Bayu Doni Pamungkas yang mensupport dalam penyusunan skripsi. Tidak lupa keponakan saya Hanif Razqa Febrian yang mengibur dengan tingkah lucunya.
10. Sahabat saya sejak SMP Sesi yang dulu ingin sama-sama kuliah di jurusan informasi teknologi namun akhirnya sama-sama diterima di Komunikasi, kawan keluar rumah ketika sudah lelah dengan skripsi.
11. *Circle* belajar kelompok yang terdiri dari La'ali, Raras, Mufidah, Regita, Wanda, Afrilia, Ririn, Nabila, Fira, Zaqi, Arif, Fauzan, Abdul, Gangsar yang sering berdiskusi, berkeluh kesah mengenai skripsi serta menjadi ruang saya untuk mencari hiburan. Kadang menjadikan rumah saya sebagai tempat untuk berdiskusi perihal skripsi
12. Teman-teman KKN kelompok 100 yang selalu menanyakan kapan sidang.
13. Terimakasih kepada Sheila On 7, Fiersa Besari, Hindia, Tulus, Dewa 19, Kunto Aji, Nadin Amizah telah menciptakan lagu dan konten Youtube Dzawin, PWK, Vindes yang sudah menemani saya di sela mengerjakan skripsi.
14. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi saya yang tidak bisa saya tulis satu persatu.

Saya ucapkan banyak terimakasih atas segala yang diberikan kepada saya baik doa, bimbingan, hiburan semoga kelak menjadi amal dan menghantarkan ke kesuksesan dan kebahagiaan. Mohon maaf jika ada kesalahan, penulis akan menerima jika ada kritik dan saran dengan senang hati. Semoga penelitian ini bermanfaat dan menambah ilmu pembaca.

Surakarta, 20 Agustus 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PENYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	17
C. Pembatasan Masalah	18
D. Rumusan Masalah	18
E. Tujuan Penelitian	18
F. Manfaat Penelitian	18
BAB II LANDASAN TEORI	20
A. Kajian Teori	20
1. Implementasi	20
2. Literasi Digital.....	21
3. Hoaks.....	31
B. Kajian Pustaka.....	35
C. Kerangka Berpikir.....	40

BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Pendekatan Penelitian	42
B. Tempat dan Waktu Penelitian	42
C. Sumber Data.....	43
1. Sumber data primer	43
D. Subjek dan Objek Penelitian	44
E. Teknik Pengumpulan Data.....	45
F. Keabsahan Data.....	48
G. Teknik Analisis Data.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	51
A. Gambaran Umum.....	51
B. Sajian Data	57
1. Kegiatan Mafindo Solo Raya dalam Edukasi Literasi Digital	57
2. Penggunaan Media dalam Edukasi Literasi Digital	68
C. Analisis Hasil Penelitian	73
1. <i>Social Networking</i>	73
2. <i>Transliteracy</i>	75
3. <i>Maintaining Privacy</i>	77
4. <i>Managing Digital Identity</i>	79
5. <i>Creating Content</i>	80
6. <i>Organising and Sharing</i>	82
7. <i>Reusing Content</i>	83
8. <i>Filtering and Selecting</i>	85
9. <i>Self Broadcasting</i>	87
BAB V PENUTUP.....	91
A. Kesimpulan	91
B. Keterbatasan Penelitian.....	92
C. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jadwal Penelitian.....	43
Tabel 2. Susunan Organisasi Mafindo Solo Raya.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data hoaks yang meningkat pada bulan diadakannya Pemilu Presiden	4
Gambar 2. Contoh hoaks mencatut media Okezone	9
Gambar 3. Indeks literasi digital di Indonesia tahun 2021.....	12
Gambar 4. Indeks literasi digital Indonesia 2022 mengalami peningkatan	13
Gambar 5. Kerangka berpikir.....	41
Gambar 6 Kerangka berpikir.....	41
Gambar 7. Kegiatan Akademi Lansia oleh Mafindo Solo Raya di PMI Surakarta	59
Gambar 8. Sekolah Kebangsaan di SMA Muhammadiyah Program Khusus (PK)	62
Gambar 9. Koordinator Wilayah Mafindo Solo Raya, Putri Lestari sedang mengisi MPLS di SMP Negeri 6 Surakarta	63
Gambar 10. Adi Syafitrah menjadi narasumber pada kegiatan Bawaslu dan Panwascam di Kusuma Sahid Hotel Prince Surakarta.....	65
Gambar 11. Media sosial Facebook Mafindo	69
Gambar 12. Website Mafindo	70
Gambar 13. Instagram turnbackhoax.id	70
Gambar 14. Instagram Mafindo	71
Gambar 15. Instagram Mafindo	71
Gambar 16. Chat Bot Kalimasada milik Mafindo	71
Gambar 17. Akun Youtube Mafindo	72
Gambar 18 Peserta Sekolah Kebangsaan sedang membuka website Cekfakta.com	74
Gambar 19. Seorang siswa memberikan pendapat mengenai video yang diputar saat penyampaian maateri di MPLS SMP Negeri 6 Surakarta	76
Gambar 20. Relawan Mafindo Solo Raya memberikan contoh kejahatan di dunia digital kepada saat Akademi Lansia di PMI Solo Kamis, 16 Februari 2023.	78
Gambar 21. Seorang peserta memegang kartu games bertuliskan sandi “budisetiawan”	80

Gambar 22. Cosmas Gun membuat konten positif ajakan untuk mengecek informasi yang diterima melalui media sosial Instagram.....	81
Gambar 23. Akun Instagram yang terkena <i>flagging</i> karena merupakan postingan mengandung hoaks.....	82
Gambar 24. Infografis yang dibuat dari artikel debunk di web turnbachox.id ...	84
Gambar 25. Peserta Sekolah Kebangsaan mempraktekan cara cek fakta dengan menggunakan tools di HP	85
Gambar 26. Peserta Sekolah Kebangsaan memeriksa fakta pada soal yang diberikan dengan menverifikasi apakah informasi tersebut benar atau salah	86
Gambar 27. Relawan Mafindo Solo Raya membantu peserta untuk praktek cek fakta menggunakan HP saat Akademi Digital Lansia.....	87
Gambar 28. Screenshot grup Akademi Lansia, percakapan peserta mengenai aplikasi yang mencurigakan.....	88
Gambar 29. Grup relawan Mafindo Solo Raya saat berdiskusi mengenai <i>prebungking</i> dan <i>debungking</i>	88
Gambar 30. Refleksi dari kegiatan Sekolah Kebangsaan yang di tulis oleh peserta	89

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan peningkatan teknologi, pertukaran informasi juga semakin gampang dilakukan bahkan dengan hitungan detik. Jarak tidak lagi menjadi permasalahan pertukaran informasi pada jaringan internet. Masyarakat bebas memilih informasi apa yang akan di cari tahu, sehingga internet disenangi masyarakat.

Pengguna internet di Indonesia meningkat dari tahun ke tahun, menurut Katadata berdasarkan laporan We Are Social per Januari 2022 pengguna internet di Indonesia sebanyak 204,7 juta dengan total penduduk di tahun 2022 berjumlah 277,7 juta. Pada Januari 2021 pengguna internet berada di angka 202,6 juta yang berarti meningkat 1,03% di 2022. Jika pengguna internet di tahun 2018 sebanyak 132,7 dibandingkan dengan jumlah di tahun 2022 maka pengguna internet meningkat 54,25% yang artinya pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan yang pesat (Annur, 2022).

Pengguna internet saat ini mempunyai kuasa atas apa yang akan mereka cari tahu ataupun membagikan informasi. Berbagai informasi bisa kita dapatkan diantaranya ilmu pengetahuan, bisnis, kesehatan, lingkungan, bencana alam, peristiwa, bahkan politik. Informasi tersebut bisa diakses melalui berbagai media.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) saat melakukan survei pada 2021-2022 konten internet yang sering diakses adalah media sosial dengan presentase 89,15% atau 210,03 juta pengguna. Angka tersebut

meningkat 6,78% dibanding periode sebelumnya berjumlah 196,7 juta pengguna. Media sosial Facebook merupakan media sosial yang sering di akses sebanyak 68,36 (Ali, 2022).

Kedatangan internet menghasilkan beberapa perubahan, salah satunya dibidang politik. Terdapat 5 keunggulan media internet dalam perubahan dan mempengaruhi demokratisasi politik dan masyarakat menurut Jan AGM van Dijk mengutip dari buku *Demokrasi di Era Post Trurt* (Gunawan & Ratmo, 2021). Pertama, terjadinya komunikasi yang interaktif melalui media internet. Kedua, memungkinkan pengikut aktif berpartisipasi, tidak hanya sebagai penonton maupun pendengar, namun bisa juga sebagai pencipta konten. Ketiga, komunikasi yang diciptakan merupakan komunikasi langsung yang mana warga bisa juga berkomunikasi langsung kepada seseorang yang mempunyai kebijakan. Keempat, kesetaraan semua pihak pada media internet yang mana komunikasi bersifat horizontal. Kelima, jejaring sosial yang memungkinkan dibangun pada media internet.

Saat ini kampanye politik di ruang siber mulai merambah di media sosial. Calon yang diusung, tim sukses partai dan pendukung calon berlomba-lomba memberikan narasi informasi di media sosial. Melihat kembali pada saat Pilkada 2020 di Solo, pasangan nomor 1 yaitu Gibran Rakabuming Raka dan Teguh Prakoso melakukan kampanye melalui media sosial untuk menyampaikan Visi Misi.

Pada postingan Facebook Gibran tanggal 28 September 2020 berisi Visi yang akan dilakukan kedepan jika pasangan nomor urut 1 ini terpilih menjadi

Walikota. Beberapa narasi tentang upaya penanggulangan Covid 19, pemulihan ekonomi, *public space* untuk anak muda dan juga akan melibatkan anak muda dalam event-event nantinya. Tidak hanya itu, Gibran juga menyinggung tentang perbaikan klub sepakbola di Kota Solo.

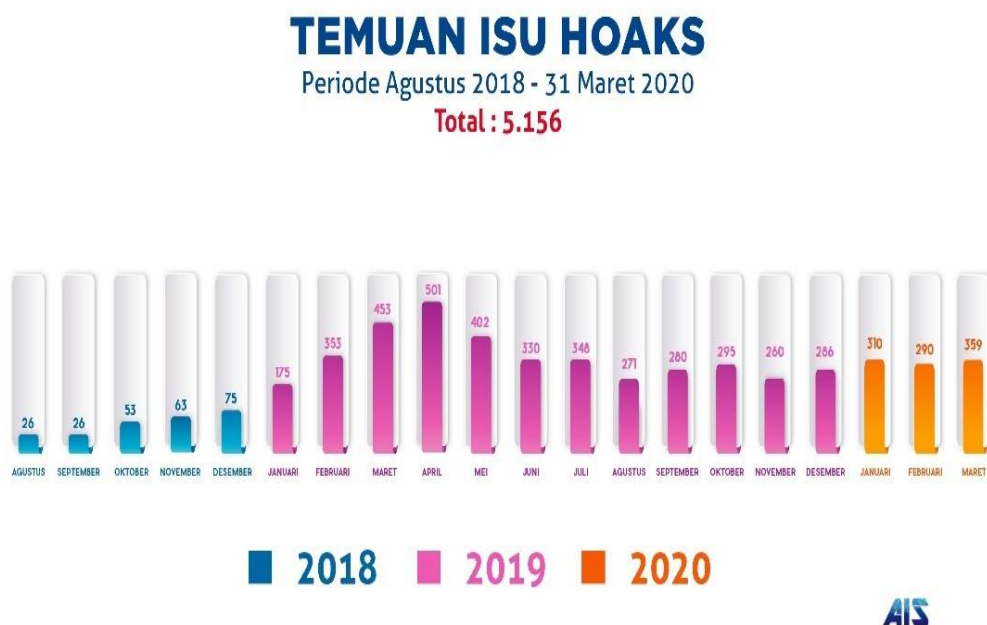
Selain media sosial Gibran dan Teguh juga menggunakan alat *Camopaign Box* untuk menyerap aspirasi masyarakat. *Virtual Campagin* ini merupakan startegi yang efektif bagi calon untuk menjaring pemilih. Kampanye tersebut dilakukan dari tanggal 28 Oktober – 18 November 2020 berhasil menjangkau 34 daerah di Kota Solo yang mana Gibran bisa efektif memaparkan visi misi dan menyerap aspirasi masyarakat secara online Setelah penyerapan aspirasi secara online Gibran juga memposting foto kegiatan, aspirasi dan solusi kedepan pada media sosialnya.

Pasangan calon ataupun politisi yang sadar dengan potensi yang disuguhkan internet akan menjadikan hal tersebut untuk jalan menyebar janji-janji kampanye serta memperoleh dukungan masyarakat. Bagi masyarakat media internet bisa dijadikan lahan untuk mendapatkan informasi mengenai pasangan calon. Masyarakat juga dapat berpartisipasi memberikan dukungan kepada pasangan calon yang akan dipilih di media sosial.

Namun dibalik kemudahan dan manfaat media internet, khususnya media sosial terdapat hal yang saat ini menjadi keresahan yaitu tersebarnya hoaks. Hoaks lebih menarik dan sering di-*retweet* oleh manusia daripada *bot*. Berdasarkan penelitian Massachusetts Institute of Technology yang paling umum materi hoaks mengenai politik. Efek mengejutkan dari hoaks yang mungkin

kenapa manusia membagikan informasi tersebut. Selain itu faktor sosial budaya seperti minim literasi, kegemaran dalam berbagi cerita yang mempengaruhi persebaran hoaks di Indonesia (Mauludi, 2019). Jika dilihat bagaimana seseorang yang minim ilmu, rendah dibidang literasi namun suka memandang layar gadget dan suka membagikan cerita. Hal tersebut menjadikan Indonesia sebagai sasaran empuk informasi provokasi, hoaks dan fitnah.

Hoaks menanjak naik pada momentum yang sedang terjadi, pada pemilu khususnya hoaks meningkat tajam. Melansir dari eppid.kominfo.go.id temuan



Gambar 1. Data hoaks yang meningkat pada bulan diadakannya Pemilu Presiden

hoaks periode Agustus 2018 – 31 Maret 2022 sebanyak 5.156, yang mana hoaks kategori politik yang terbesar yaitu 1.025, disusul pemerintahan 922 dan kesehatan 853 (Kominfo, 2020). Hoaks tertinggi saat bulan April 2019 hal

tersebut seiringan dengan diadakannya Pemilihan Legislatif (Pileg) dan Pemilihan Presiden (Pilpres) pada 17 April 2019.

Melansir dari Jawapos.com ditemukan hoaks *polling* hasil pemilu Presiden 2019 yang mencatut KPU. Penyebaran hasil tersebut melalui fitur *live* yang mana Prabowo-Sandi menang atas Jokowi-Ma'ruf. Menanggapi hal tersebut pihak KPU merespon dengan membuat klarifikasi bahwa KPU tidak pernah dan tidak akan pernah membuat voting atau survie online. Lebih lanjut mengenai tautan tinyurl.com/kpupusat bukan milik KPU dan konten tersebut tidak terkait dengan KPU (Ginanjar, 2018).

Bukan hanya KPU, melansir dari website Kominfo (2019) pasangan calon Presiden juga menjadi bahan hoaks salah satunya Jokowi. Hoaks tersebut tersebar di Facebook berupa foto Jokowi menggunakan jas hitam dan narasi yang berada di bawah. Narasi tersebut berisikan janji Jokowi jika memenangkan Pilpres 2019 diantaranya BBM gratis, listrik gratis, sekolah gratis, berobat gratis dan laut akan di aspal. Namun faktanya Jokowi tidak mengeluarkan janji tersebut. Dalam pidato politik di acara Konvensi Rakyat di Sentul International Convention Center, Bogor, Jawa Barat, jika Jokowi menjadi Presiden 2019 akan menggelontorkan dana desa hingga Rp400 triliun.

Informasi mengenai pasangan Prabowo dan Sandiaga yang ribut juga merupakan salah satu hoaks yang merebak di pesan WhatsApp. Dalam *broadcast* pesan menginformasikan bahwa Sandiaga Uno menolak untuk mengklaim kemenangan saat hasil *quick count* yang menghasilkan Jokowi-Ma'ruf lebih unggul. Sandiaga menyarankan dan mengimbau kepada Prabowo

agar menjaga etika politik dan tidak membuat deklarasi apapun dulu. Dalam pesan tersebut menyebutkan Prabowo tidak terima dengan pernyataan tersebut, yang mengakibatkan Sandiaga Uno diusir ketika di rumah Kertanegara. Namun faktanya, Sandiaga tidak ikut keluar mendampingi Prabowo dikarenakan sedang sakit informasi tersebut berdasarkan salah satu tim Sandiaga, Yuga Aden. Keterangan yang sama keluar dari Juru Bicara BPN Andre Roside, mengenai isu pertikaian Prabowo dan Sandi Andre mengatakan bahwa itu semua hoaks (Prattama, 2019).

Masyarakat yang terpolarisasi juga memperkeruh persebaran informasi pada media sosial. Jika kembali ke tahun politik 2019 polarisasi pada media sosial nampak pada grup Facebook #2019GantiPresiden dan #2019TetapJokowi, dalam kedua grup tersebut anggota menyampaikan opini dengan menggunakan akun palsu dan asli. Opini yang disampaikan bertopik negatif tentang agama, kebijakan, karakter, dan asal-usul setiap pasangan. Opini tersebut tidak didasari oleh fakta yang valid dan suber yang kredibel sehingga diragukan validitasnya. Opini yang dibangun merupakan bentuk penguatan terhadap calon yang didukung dan merusak reputasi pasangan lawan karena bersifat provokatif (Annas, Petranto, & Pramayoga, 2019).

Penyebar hoaks bisa berasal dari kalangan apa saja, baik tua ataupun anak muda. Kalangan terpelajar juga bisa menjadi penyebar hoaks seperti ditahun 2019. Hoaks server KPU disetting memenangkan Jokowi disebarkan oleh Wahyu Nugroho yang berjabatan dosen dan dikenal orang yang pintar tentang teknologi (Isnanto, 2019). Hal tersebut memberikan arti hoaks tidak

pandang bulu dapat dipercayai sebagai informasi fakta oleh semua kalangan dan semua kalangan bisa jadi penyebar atau memproduksi hoaks.

Di setiap pemilu diadakan baik 2014, 2019 sampai menjelang 2024 beragam hoaks mewarnai setiap prosesnya, tentu disetiap tahun politik terdapat tren hoaks yang berbeda. Pada tahun politik 2014 lebih bertujuan untuk mengubah persepsi, berbeda halnya tahun politik 2019 lebih tertuju pada emosi publik tentunya dicampur aduk dengan pemilu sebelumnya hal tersebut diungkapkan oleh Direktur Eksekutif Perludem, Khoirunnisa Nur Agustyani (Saptoyo, 2022). Secara detail tujuan disinformasi pada tahun politik 2014 mengubah persepsi, menyerang kandidat tertentu, fokus untuk saling menjatuhkan antar kandidat. Tahun politik 2019 tren lebih ke mengubah pikiran publik terhadap penyelenggara pemilu, memelihara emosi publik terhadap pemilu sebelumnya, menyerang penyelenggara pemilu.

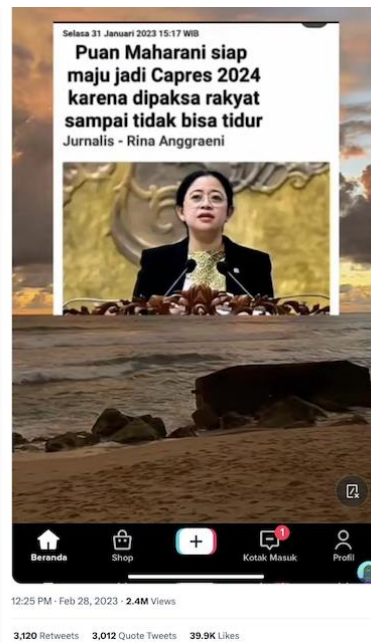
Sedangkan menuju tahun politik 2024 baik penyelenggara pemilu atau calon kandidat menjadi korban hoaks. Penyelenggara pemilu lebih menasar ke bagaimana terselanggaranya pemilu yang dikaitkan dengan klaim tidak berdasar. Calon kandidat Presiden yang sudah diumumkan partai juga menjadi bahan hoaks dengan menggunakan informasi yang sudah ada namun dilebih-lebihkan dan menyerang ke pribadi dengan informasi yang tidak berdasar.

Tahun 2024 merupakan tahun politik yang mana terdapat penyelenggaran pemilu di bulan Februari dan November. Pada 14 Februari 2024 akan diselenggarakan pemilu anggota DPR, DPRD, DPD, Presiden dan Wakil Presiden. Kemudian pada 27 November 2024 dilakukan Pilkada untuk

Kepala Daerah diantaranya Gubernur, Bupati, serta Walikota. Pada tahun 2024 sudah pasti akan ramai dengan kampanye yang dilakukan oleh calon kandidat.

Hoaks seringkali muncul beriringan dengan isu-isu yang sedang diperbincangkan publik. Contohnya, hoaks mengenai penggelapan uang di Kemenkeu untuk persiapan pilpres juga ditemukan pada Youtube dan Facebook (Fakta, 2023). Narasi yang beredar adalah terjadi penggelapan uang 300 triliun untuk persiapan pilpres, hal tersebut atas perintah Jokowi. Hoaks tersebut berhembus saat publik ditengah isu aliran dana mencurigakan pada Direktorat Pajak dan Direktorat Bea Cukai, Kementerian Keuangan sebesar 300 triliun.

Bentuk hoaks yang beredar bermacam-macam dapat berupa video, gambar, tangkapan layar artikel milik media yang disunting judulnya dan masih banyak lagi. Misalnya hoaks mengenai presiden Joko Widodo yang berniat 3 periode, hoaks tersebut berupa video Jokowi yang sedang berpidato. Namun setelah ditelusuri video yang beredar tersebut merupakan suntingan, pernyataan yang asli adalah “Saya tegaskan, saya tidak ada niat, tidak ada juga berminat menjadi Presiden tiga periode” (Kominfo, 2021). Hoaks semacam ini masuk dalam kategori disinformasi.



Gambar 2. Contoh hoaks mencatut media Okezone

Media yang memproduksi artikel berita yang pasti mengandung unsur fakta juga dicatut menjadi bahan hoaks. Sebagai contoh hoaks sebuah tangkapan layar artikel berjudul “Puan Maharani siap maju jadi Capres 2024 karena dipaksa rakyat sampai tidak bisa tidur”, faktanya artikel tersebut milik Okezone dan judul yang asli adalah “Harta Kekayaan Puan Maharani, Punya 75 Bidang Tanah di RI” (Aulia, 2023).

Hoaks KPU melakukan aksi kotor mengenai kode 00 yang diklaim kode untuk suara yang dikondisikan juga mewarnai hoaks menjelang tahun politik. Narasi tersebut dibagikan dengan menyertakan potongan video salah satu stasiun televisi. Namun setelah ditelusuri video yang dibagikan adalah video TVRI Yogyakarta Official yang diunggah 4 Mei 2023 berjudul “Komisi A DPRD DIY Temukan 904 Data Pemilih Bermasalah”. Tidak ada klaim bahwa

KPU melakukan kecurangan dan kode tertentu karena keterangab 000 mengacu pada alamat.

Hoaks lama yang kembali muncul juga marak saat ini, sebagai contoh hoaks mengenai baliho PDIP tidak membutuhkan suara umat islam yang beredar 2017 saat ini juga ditemukan menjelang tahun politik 2024. Padahal pelaku hoaks tersebut sudah ditangkap pada tahun 2017, namun hoaks tersebut masih saja beredar sampai saat ini.

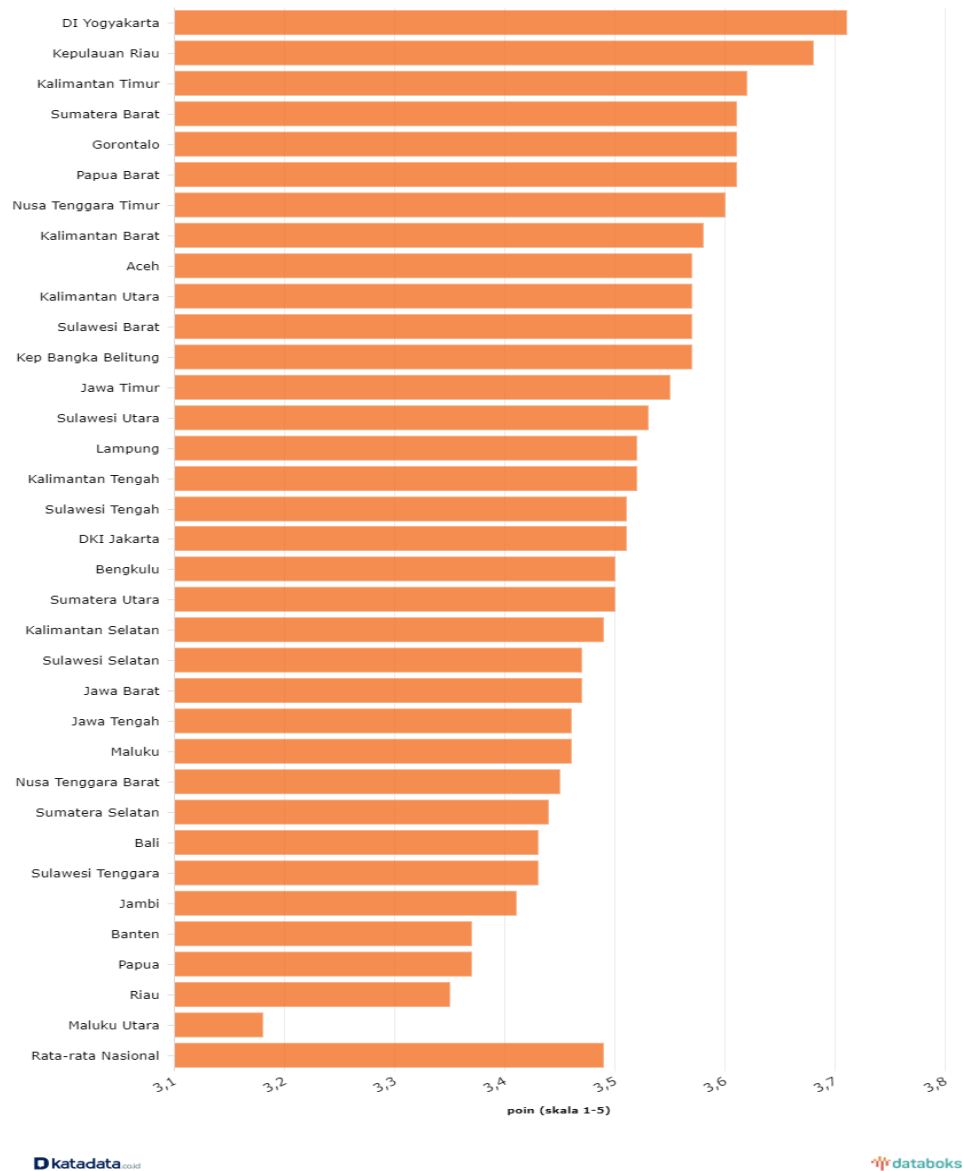
Partai politik saat ini mulai mengumumkan calon presiden untuk pilpres 2024. Anies Baswedan dan Walikota Surakarta Gibran Raka Bumingraka menjadi calon presiden dan wakil pada pemilu 2024. Dinarasikan kedua calon tersebut diumumkan oleh Joko Widodo juga dicatut dalam hoaks. Hoaks tersebut dibagikan melalui Youtube, dengan *thumbnail* pengambungan foto Jokowi, Gibran dan Anies. Faktanya, video Youtube tersebut merupakan hasil kompilasi potongan video yang tidak saling berhubungan dan tidak membicarakan terkait Jokowi yang mengumumkan akan mengusung Anies Baswedan dan Gibran di pemilu 2024 (JACX, 2023).

Bukan hanya hoaks lama yang kembali beredar, banyak hoaks yang menggunakan foto atau video lama namun diberi klaim yang tidak berhubungan dengan foto atau video tersebut. Klaim dibuat seolah-olah peristiwa tersebut terjadi saat ini. Sama seperti hoaks video yang menarasikan Ketua Umum Partai Gerindra Prabowo Subianti menggelar deklarasi akbar mengusung Anies sebagai bakal capres 2024. Thubnail yang digunakan memperlihatkan foto Prabowo menaiki kuda dan Anies di belakang Prabowo. Namun faktanya

thumbnail tersebut merupakan foto saat kampanye Gerindra bersama Prabowo pada 2014. Video Anies mengucapkan terimakasih atas dukungan maju menjadi bakal capres 2024 identik dengan video Kompas TV, sedangkan narasi yang dibacakan pada video merupakan artikel dari radarlombok.co.id yang membahas mantan Wakil Ketua DPRD NTB Mori Hanafi yang resmi dipecaat Gerindra.

Hoaks menjadi salah satu di antara 3 tantangan terbesar jelang Pemilu 2024. Solusi untuk mengatasi 3 tantangan pada tahun politik 2023 menuju Pemilu 2024 dengan kecakapan literasi digital. Sebab 3 isu tersebut sering muncul pada platform-platform digital, maka langkah selanjutnya harus ada ketegasan pemerintah untuk mengendalikan ketegasan pemerintah terkait aturan dalam mengendalikan infrastruktur digital. Hal tersebut dijelaskan Gubernur Lembaga Ketahanan Nasional (Kemhannas) Andi Widjajanto (Antara, 2022).

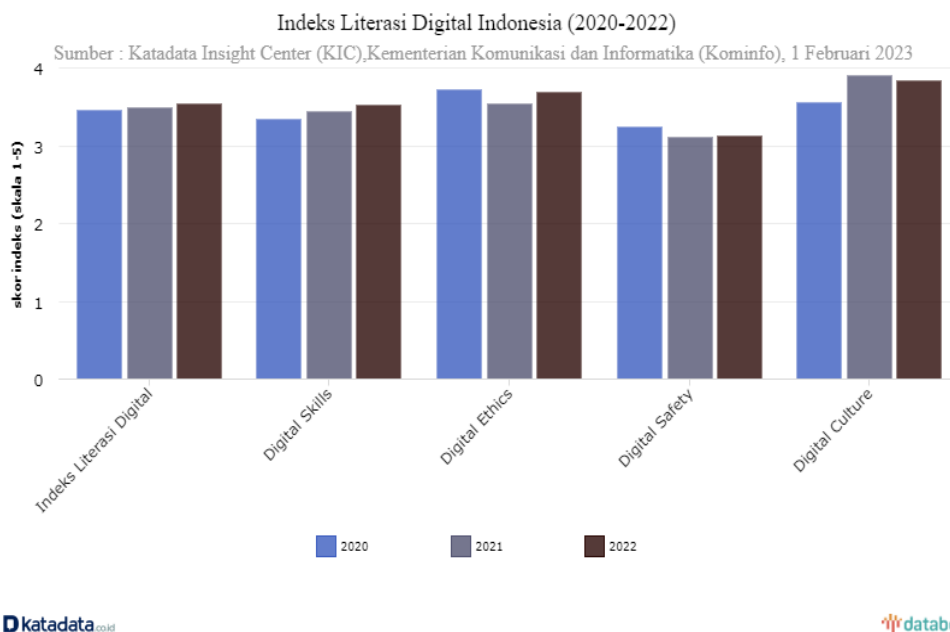
Dalam literasi digital bukan hanya tentang “melek internet” atau cakap memanfaatkan internet baik untuk berkomunikasi, jual-beli, mengunduh referensi dan sebagainya. Memfilter informasi saat era disrupsi merupakan hal yang tidak mudah ditengah banjir informasi, sehingga hoaks dengan mudah tersebar. Hoaks bisa ditangkal dengan mengembangkan kemampuan literasi digital secara massif (Tsaniyah & Juliana, 2019).



Gambar 3. Indeks literasi digital di Indonesia tahun 2021

Tingkat literasi digital di Indonesia masih belum merata pada setiap provinsi. Dari ke 34 Provinsi dalam laporan Status Literasi Digital di Indonesia 2021 yang dirilis Kominfo dan Katadata Insight Center, Jawa Tengah menjadi provinsi ke 24 dari 34 (Dihni, 2022). Indeks literasi digital nasional pada 201

berada level 3.49 dengan skala 1-5, yang berarti Indonesia masih di level sedang.



Gambar 4. Indeks literasi digital Indonesia 2022 mengalami peningkatan

Indeks literasi digital dari 2021 sampai 2022 mengalami peningkatan yang tadinya 3,49 menjadi 3,54 naik 0,05 namun masih di level sedang (Annur, 2023). Dalam hal ini Jawa Tengah pada 2021 menduduki peringkat 24 dengan indeks 3,46 pada 2022 naik ke urutan 5 dengan indeks 3,6. Terdapat juga penurunan pada yang tinggi pada Kepulauan Bangka Belitung dengan angka penurunan 0,36, Gorontalo 0,26 serta Sulawesi Barat 0,24. Posisi pertama masih diduduki oleh D.I Yogyakarta dengan indeks 3,64. Namun dalam hal literasi digital yang merata, Indonesia belum mencapai hal tersebut.

Kampanye literasi digital harus dilakukan secara masif, siapapun dapat melakukannya. Penggunaan platform media digital, ketepatan menyebarkan gagasan, sekaligus kejelian mengakses informasi merupakan kecakapan penting

pada lini transformasi media sosial saat ini, apalagi menjelang tahun politik 2024. Dengan hal tersebut literasi digital menjadi mekanisme pembelajaran, yang terstruktur dalam kurikulum, atau setidaknya terkoneksi dengan sistem belajar mengajar. Hal tersebut bisa dilakukan melalui institusi pendidikan atau organisasi masyarakat.

Saat Covid-19 melanda Indonesia yang tentunya diwarnai dengan hoaks mengenai Covid-19, beberapa organisasi melakukan program literasi digital. Salah satunya Japelidi yang merupakan komunitas dengan anggota akademisi peneliti dan penggiat isu literasi digital, pada pandemi Covid-19 Japelidi telah melakukan beberapa strategi serta berkolaborasi dengan beragam pihak untuk memberikan pemahaman literasi digital yang berhasil menyumbangkan narasi positif ditengah hoaks yang beredar (Widiantara, 2021).

Bukan hanya Japelidi, organisasi masyarakat yang aktif memerangi dan meliterasi saat pandemi Covid-19 adalah Mafindo. Mafindo mempunyai strategi mitigasi tersendiri dalam penanganan informasi hoaks mengenai Covid-19 (Rahmaniah, Nugroho, Rupita, & Niko, 2022). Mafindo melakukan empat langkah strategi mitigasi diantaranya sistem peringatan dini, pencegahan, pemberdayaan serta pemulihan. Hoaks sendiri berkembang beriringan dengan situasi atau isu di masyarakat untuk kedepan Mafindo bersiap siaga menghadapi Pemilu 2024.

Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo) merupakan sebuah organisasi kemasyarakatan didirikan dengan tujuan mensosialisasikan bahaya hoaks dan menciptakan imunitas terhadap hoaks di masyarakat Indonesia.

Mafindo juga berperan aktif dalam program-program literasi digital. Mafindo merupakan organisasi anti hoaks yang pertama memiliki legalitas, berdiri sejak 2015 kemudian diresmikan 19 November 2016. Berawal dari forum grup Facebook bernama Forum Anti Fitnah, dan Hoaks (FAFHH) dan saat ini berkembang dengan pesat.

Septiaji Eko Nugroho selaku Presidium Mafindo menjelaskan hoaks pada tahun politik akan menyebabkan kredibilitas dan integritas penyelenggara pemilu menurun, kualitas pemilu menurun karena diwarnai hoaks dan fitnah, merusak rasionalitas pemilih karena hoaks mempengaruhi warga dalam menentukan pilihan, menimbulkan konflik sosial, menjadi contoh dan *blueprint* bagi pemilihan lain di berbagai level dan perpecahan serta polarisasi politik, melansir dari Solopos.com (Aryono, 2022). Sejalan dengan yang diungkapkan Septiaji Eko Nugroho, dalam keputusan Silatnas II Mafindo untuk menghadapi tahun politik 2024 akan mengoptimalkan peran dalam dalam melawan hoaks dengan rejuvenasi atau peremajaan Mafindo. Mafindo sendiri merupakan anggota International Fact Checker Network (IFCN) yang sudah memiliki kurang lebih 1.000 sukarelawan, 39 korwil dan partner dari dalam dan luar negeri.

Dari 39 korwil tersebut, Solo merupakan salah satu daerah yang aktif melakukan kegiatan Mafindo. Mafindo Solo Raya juga merupakan perintis Mafindo di tahun 2016. Pada tahun politik 2024 organisasi ini memiliki beberapa program guna mencegah persebaran hoaks. Mafindo Solo Raya melakukan program Kelas Kebal Hoaks, Sekolah Kebangsaan untuk Pemilih

Pemula, Akademi Lansia untuk Lansia, Bincang bareng RRI. Mafindo Soloraya berkolaborasi oleh pemerintah kota dalam hal literasi digital salah satunya dengan Bawaslu dan KPU. Beberapa kegiatan tersebut dan kegiatan yang lainnya bertujuan untuk memberikan pengetahuan literasi digital untuk mencegah persebaran hoaks tahun politik 2024.

Namun beberapa tools yang diedukasikan dalam kegiatan literasi digital yang diadakan oleh Mafindo masih sedikit dikenali dan digunakan oleh masyarakat. Berdasarkan data Kominfo dan Katadata (2023) 47,8% responden mengecek informasi yang didapatkan, 52,2% tidak mengecek informasi yang didapatkan. Lebih lanjut, hanya 4,1% responden menggunakan Turnbackhoax.id (milik Mafindo), Cekfakta.com dan Trustpositif untuk mengkonfirmasi kebenaran informasi sedangkan BOT WA Mafindo/Kalimasada hanya sebesar 2,1% (Kominfo & Katadata, 2023).

Sebelumnya terdapat penelitian mengenai Mafindo Mafindo Solo Raya yang dilakukan oleh Maqruf (2019) yang berjudul “Strategi Literasi Media Mafindo Solo Raya dalam Menanggulangi Hoaks di Tahun Politik 2019” yang meneliti terkait strategi literasi media Mafindo Solo Raya. Teori yang digunakan adalah literasi media yang terdiri dari 3 hal yaitu Lokus Pribadi, Struktur Pengetahuan serta Keterampilan Literasi milik Potter. Dalam penelitian ini terdapat kebaruan riset yang mana peneliti menggunakan topik literasi digital. Hal tersebut didasari oleh perkembangan teknologi dan informasi bukan hanya literasi media dibutuhkan juga literasi digital mempunyai skala yang lebih luas dan dapat mengasah keterampilan saat

membaca sebuah konten sehingga pemahaman konten akan semakin kritis (Restianty, 2018).

Penguasaan literasi digital oleh pengguna masyarakat sebenarnya bertujuan agar masyarakat bertanggung jawab saat bermain media digital. Perlu adanya elemen-elemen literasi digital yang harus dipahami dan diterapkan dalam pemanfaatan teknologi informasi. Elemen literasi digital dapat digunakan sebagai pedoman dalam bermedia sosial, baik dalam menyampaikan, membuat informasi dan aktivitas lainnya. Dengan implementasi literasi digital yang diterapkan dengan baik dalam aktivitas program-program yang dilakukan Mafindo Solo Raya maka akan membuahkan hasil yang setara

Hoaks merupakan salah satu dari 3 tantangan menjelang tahun politik 2024 akan semakin tinggi menjelang pemilu dapat mempengaruhi pilihan masyarakat. Lebih lanjut, sebab tingkat literasi digital Indonesia yang belum merata perlu adanya organisasi masyarakat yang mengedukasi masyarakat perihal literasi digital salah satunya Mafindo Solo Raya. Maka peneliti tertarik untuk meneliti implementasi elemen literasi digital Mafindo Soloraya dalam mencegah hoaks jelang tahun politik 2024, yang diharapkan dapat menjadi pengetahuan tentang literasi digital dimasyarakat.

B. Identifikasi Masalah

1. Hoaks bisa disebar oleh siapapun termasuk kalangan berpendidikan, sehingga hoaks menyebar secara masif.
2. Maraknya hoaks merupakan ancaman dan tantangan besar menjelang tahun politik 2024.

3. Hoaks menyebabkan polarisasi masyarakat serta menurunkan kredibilitas dan integritas penyelenggara pemilu.
4. Tingkat literasi digital Indonesia untuk mencegah persebaran hoaks masih berada di level sedang dan belum merata.
5. Mafindo Solo Raya mempunyai program mengenai literasi digital guna mengedukasi masyarakat, namun tools yang dibuat Mafindo Turnbackhoax.id, Cekfakta.com, Kalimasada masih jarang digunakan.

C. Pembatasan Masalah

Pada penelitian ini pembatasan masalah dilakukan agar penelitian dapat dilakukan secara mendalam dan tidak keluar dari topik. Batasan masalah akan terfokus pada implementasi literasi digital yang dilakukan oleh Mafindo Soloraya dalam mencegah hoaks jelang tahun politik 2024.

D. Rumusan Masalah

Dengan latar belakang serta pembatasan masalah di atas maka peneliti membuat rumusan masalah tentang “Bagaimana implementasi literasi digital Mafindo Solo Raya dalam mencegah hoaks jelang tahun politik 2024?”

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan implementasi literasi digital oleh Mafindo Solo Raya dalam mencegah hoaks jelang tahun politik 2024.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

1. Penelitian ini semoga dapat menambah ilmu pembaca tentang literasi digital serta cara mencegah hoaks tersebar dan menjadi

referensi penelitian dibidang komunikasi dan penyiaran islam khususnya pembahasan mengenai literasi digital.

2. Hasil dari penelitian ini semoga dapat menjadi bahan referensi untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti hal yang terkait dengan implementasi elemen literasi digital Mafindo Solo Raya dalam mencegah persebaran hoaks jelang tahun politik 2024.

2. Manfaat Praktis

1. Bagi Mafindo Solo Raya hasil dari penelitian ini bisa menjadi bahan untuk meningkatkan serta evaluasi program literasi digital untuk kedepannya. Selain itu agar Mafindo Solo Raya lebih dikenal lagi dikalangan masyarakat agar tercipta masyarakat yang terliterasi melalui program-program yang dilaksanakan.
2. Bagi pembaca diharapkan bisa menjadi bahan masukan serta menambah wawasan bagi masyarakat dan mahasiswa dalam menangani informasi yang bernada *bombastis*, sedang viral, serta bernada menghasut di media sosial baik jelang tahun politik 2024 hingga sesudahnya. Sehingga kedepan masyarakat bisa menjadi masyarakat yang terliterasi digital dan bijak mengelola informasi dan bijak dalam menggunakan media sosial.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Implementasi

Implementasi merupakan penerapan atau pelaksanaan. Implementasi yaitu bermuara pada aktivitas, aksi, tindakan atau adanya mekanisme suatu sistem, implementasi bukan sekedar aktivitas, namun sebuah kegiatan yang terencana dan untuk mencapai tujuan kegiatan, hal tersebut dijelaskan oleh Nurdin Usman (Jumaina, 2022). Implementasi dilaksanakan agar mencapai suatu perencanaan yang baik dalam tim ataupun secara individu. Selain itu implementasi dilakukan untuk menilai seberapa sukses suatu kebijakan atau rencana yang sudah disusun untuk meningkatkan kualitas.

Implementasi bisa dilihat dari program sampai kegiatan yang dilakukan pihak yang melaksanakan hal tersebut. Berawal dari sebuah program yang akan dilaksanakan menjadi proyek-proyek lalu diwujudkan dalam kegiatan atau aktivitas yang dilakukan untuk mencapai sebuah tujuan. Dengan implementasi yang bagus maka pada program-program yang dilaksanakan akan sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Maka sebuah usaha mewujudkan sebuah sistem merupakan implementasi.

Guntur Setiawan menjelaskan bahwa implementasi merupakan perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan proses interaksi antara tujuan dan tindakan untuk mencapainya serta memerlukan jaringan pelaksanaan, birokrasi yang efektif (Jumaina, 2022). Implementasi juga dilihat sebagai

pengoprasionalisasian atau penyelenggaraan aktivitas yang sudah ditetapkan berlandaskan undang-undang dan menjadi kesepakatan bersama diantara pemangku kepentingan (*stakeholder*), aktor, organisasi (publik atau privat), prosedur, dan teknik secara sinergistis yang digerakan untuk bekerjasama menerapkan kebijakan ke arah tertentu yang dikehendaki hal tersebut dikemukakan oleh Solichin (Wahab, 2015).

2. Literasi Digital

a. Pengertian Literasi Digital

Literasi dimaknai secara terminology sebagai kemampuan membaca dan menulis. Kemampuan untuk berkomunikasi dalam bahasa tertentu juga arti dari literasi atau melek huruf. Sama seperti seseorang yang mampu menggunakan teknologi digital termasuk komputer berarti seseorang yang melek digital. Istilah “digital” mengacu pada digit biner yang denganya komputer bekerja (1s dan 0s). Sesuatu yang digital, berarti terdiri dari numerik-dan biasanya berarti terkomputerisasi atau elektronik (Mauludi, 2019).

Perkembangan mengenai literasi menjadikan literasi kedalam beberapa bentuk. Hal tersebut dikarenakan saat ini literasi tidak hanya mengenai media informasi tertulis (cetak) baik buku ataupun majalah, melainkan media digital seperti smartphone, komputer, laptop. Sehingga literasi digital menjadi salah satu bentuk literasi. Tokoh yang mengenalkan literasi digital adalah Paul Gilster melalui buku berjudul *Digital Literasi*. Dalam buku yang diterbitkan pada tahun 1997, Paul

Glistner memaknai literasi digital sebagai kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dari berbagai sumber yang sangat luas yang melalui perangkat komputer dan melalui medium internet (Mauludi, 2019).

Pengertian literasi digital menurut UNESCO sebagai kemampuan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk menemukan, mengevaluasi, memanfaatkan, membuat, dan mengkomunikasikan konten/informasi dengan kecakapan kognitif, etika, sosial, emosional, dan aspek teknis teknologi (Musiiin & Indrajit, 2020). Kemampuan yang diterapkan bukan hanya melibatkan kemampuan menggunakan perangkat teknologi informasi dan komunikasi, namun kemampuan bersosialisasi, kemampuan dalam pembelajaran, dan memiliki sikap kritis, kreatif, serta inspiratif sebagai kepandaian digital. Penerapan kemampuan diatas harus dikuasai agar bisa andil di dunia moderen saat ini.

Dengan demikian literasi digital merupakan kemampuan mengelola sebuah informasi dari piranti digital baik komputer, laptop, handpone, internet ataupun media sosial. Pengelolaan informasi tersebut meliputi cara untuk memahami, menganalisa, mengorganisasi, dan mengevaluasi dari berbagai piranti digital. Sehingga dengan penguasaan literasi digital, internet tidak menjadi ancaman bagi manusia.

b. Manfaat Literasi Digital

Literasi digital mempunyai tugas utama yaitu agar para pengguna media digital tidak hanya dibanjiri ribuan informasi secara pasif, tetapi bagaimana mengubahnya menjadi informasi yang berguna dan dapat digunakan untuk menganalisis serta memecahkan masalah (Mauludi, 2019). Dari hal tersebut pengguna media bisa berpindah dari konsumen informasi yang pasif menjadi produsen aktif, baik individu atau sebagai bagian dari komunitas. Ketersediaan teknologi dan penerapan literasi digital tersebut jika digunakan secara efektif maka tujuan dapat tercapai.

Dengan penerapan literasi digital masyarakat bisa mengakses, memilah, dan memahami berbagai jenis informasi secara kritis dan memanfaatkannya untuk pekerjaan, pendidikan, bisnis, kesehatan bahkan berpolitik. Masyarakat bisa memanfaatkan media sosial dengan keterampilan literasi digital untuk menyampaikan aspirasi secara sehat tanpa terprovokasi. Menjadikan penyampaian aspirasi tersebut bukan lagi ladang fitnah ataupun pencemaran nama baik.

Dengan literasi digital masyarakat akan merasakan manfaat dalam sehari-hari, menurut Brian Wright ada 10 manfaat dengan diterapkannya literasi digital diantaranya, menghemat waktu, belajar lebih cepat, menghemat uang, membuat lebih aman, senantiasa memperoleh informasi terkini, selalu terhubung, membuat keputusan

yang lebih baik, dapat membuat anda bekerja, membuat lebih bahagia, dan dapat mempengaruhi dunia (Musin & Indrajit, 2020).

1. Menghemat waktu

Dengan menguasai literasi digital kegiatan yang dulu hanya bisa dilakukan offline kini bisa menjadi online. Contohnya, memesan suatu produk dari luar daerah atau luar negeri, seseorang tidak perlu lagi datang dan pulang ke toko produk tersebut saat ini kita hanya membuka smartphone lalu memesan melalui toko online dan membayar melalui transfer setelah itu barang akan datang ke rumah. Dalam hal keperluan informasi, seseorang tidak perlu lagi mencari buku satu persatu di perpustakaan atau ke toko buku, melainkan seseorang dengan sekali klik dapat menemukan berbagai informasi melalui Google atau platform lainnya dan dapat dilakukan dimanapun.

2. Belajar lebih cepat

Penggunaan Youtube bisa menjadikan Youtube sebagai sumber tutorial. Dalam Youtube berbagai kegiatan berupa video diunggah. Seseorang juga bisa mencari sebuah kata dikamus dalam hitungan detik, tanpa harus membaca kamus yang tebal.

3. Menghemat uang

Penggunaan email sebagai pengirim surat lebih efektif dan tidak perlu mengeluarkan ongkos untuk mengirim sebuah surat. Rapat yang mengharuskan mengumpulkan orang banyak dari berbagai

wilayah untuk berkoordinasi dan menyediakan hidangan, saat Pandemi Covid 19 nampaknya hal tersebut sedikit menghemat anggaran, karena rapat-rapat yang dilakukan melalui Zoom, Google Meet dan lainnya. Pada perekonomian seseorang yang menguasai literasi digital akan memanfaatkan *sale-sale* untuk membeli produk di toko online.

4. Membuat lebih aman

Seseorang yang menguasai literasi digital dengan menggunakan e-banking dapat berpergian dengan tenang tanpa khawatir uang yang dibawa akan dicuri oleh seseorang sehingga menjadi korban kejahatan. Perasaan aman juga bisa dirasakan ketika seseorang mencari tahu apa larangan saat akan melakukan perjalanan dan mengunjungi sebuah tempat, informasi-informasi tersebut bisa dicari dengan memanfaatkan Google, Bing dan perangkat pencari lainnya.

5. Selalu memperoleh informasi terkini

Pemanfaatan Google Maps untuk mengetahui keadaan lalu lintas terkini apakah sedang macet atau mempermudah seseorang saat sedang melakukan perjalanan. Berita terbaru yang disajikan secara *live* juga bisa kita dapatkan melalui *news media*. Seseorang juga dapat membaca berita terkini berupa tulisan pada website sebuah media, misalnya sebuah kejadian kapal tenggelam pada hari itu yang mana seseorang bisa membaca berita tersebut dihari yang

sama tanpa harus menunggu keesokan harinya seperti halnya berita yang dimuat koran.

6. Selalu terhubung

Seseorang dapat memanfaatkan aplikasi untuk berkomunikasi sehingga seseorang dapat bertukar kabar tanpa bertemu. Saat akan membicarakan hal-hal yang penting serta mendesak, penggunaan aplikasi percakapan menjadi solusi yang bisa dimanfaatkan.

7. Membuat keputusan yang lebih baik

Dengan literasi digital menjadikan seseorang dapat mencari informasi, mempelajari, menganalisis, dan membandingkan suatu hal, sehingga dapat membuat keputusan dengan beberapa pertimbangan.

8. Dapat membuat anda bekerja

Saat ini dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat, sebuah pekerjaan membutuhkan kemahiran menggunakan perangkat komputer seperti pengoprasian Microsoft Word, Microsoft Power Point, Photoshop, penggunaan tools Google dan lainnya. Penguasaan literasi digital dapat membantu seseorang mengoprasikan beberapa hal tersebut.

9. Membuat lebih Bahagia

Dunia internet didalamnya terdapat pilihan konten video, foto, meme yang mengundang tawa dan bersifat menghibur, sehingga

dengan mengaksesnya seseorang juga bisa terpengaruh dalam segi kebahagiaan.

10. Mempengaruhi dunia

Kemunculan influencer berkat adanya internet dengan membuat konten-konten di media sosial yang menarik sehingga warganet *add* tokoh tersebut, atau *follow* bahkan *subscribe*. Besarnya pengikut juga mempengaruhi pemikiran pengikut karena konten atau tulisan yang diposting tokoh tersebut. Dengan hal tersebut konten-konten yang di produksi juga mempengaruhi dinamika kehidupan sosial dan pemikiran-pemikiran yang tersalurkan melalui media sosial juga mempengaruhi kehidupan dunia untuk kedepan.

Dengan demikian, literasi digital yang diterapkan membuat seseorang memaksimalkan fungsi dan manfaat teknologi informasi dan komunikasi untuk menciptakan hal-hal yang positif dan meminimalisir sesuatu yang negatif.

c. Elemen literasi digital

Bebicara tentang elemen literasi digital berkaitan dengan kemampuan apa saja yang wajib dimiliki dalam penggunaan teknologi informasi dan komunikasi. Pengguna dapat mengetahui aspek, tanggung jawab, konsekuensi hukum saat bermain dalam media digital. Karena hal tersebut maka ada elemen literasi digital yang harus dipahami dan diterapkan. Steve Wheeler menjelaskan 9 elemen literasi digital diantaranya *social networking*, *transliteracy*, *maintaining privacy*,

maging digital identity, creating conten, organising and sharing content, reusing/repurposing content, filtering and selecting content, selft broadcasting (Mauludi, 2019).

1. *Social Networking*

Seseorang yang mengikuti kehidupan sosial online pasti menggunakan situs jejaring sosial. Pengguna smartphone pasti memiliki akun jejaring Instagram, Twitter, Facebook, Google. Perlu kehati-hatian dan selektif dalam mengakses atau menggunakan jejaring sosial tersebut. Setiap fitur yang ada didalamnya perlu keterampilan khusus, sehingga pengguna harus menguasai fungsi-fungsi dasar dan etika yang digunakan. Literasi digital memberikan pelatihan dalam memelihara jejaring sosial yang baik serta dapat memanfaatkan secara efektif.

2. *Transliteracy*

Kemampuan untuk menggunakan semua platform untuk membuat, mengumpulkan, berbagi, dan mengkomunikasikan konten melalui berbagai media sosial, smartphone, grup obrolan dan berbagai layanan online.

3. *Maintaining Privacy*

Maintaining privacy atau menjaga privasi di dunia online merupakan hal penting dalam literasi digital. Dalam hal ini wawasan mengenai apa saja *cybercrime* harus dipahami. Cybercrime diantaranya pencurian online melalui kartu kredit (*carding*),

memahami ciri-ciri phishing, penipuan via email dan lainnya. Dalam hal ini kecakapan yang harus dimiliki juga pemahaman menyebarkan identitas online seperlunya.

4. *Managing Digital Identity*

Masing-masing pengguna rentan bukan karena orang lain, individu kadang ceroboh dalam membagikan identitas yang mereka miliki. Pengetahuan tentang apa saja yang boleh dibagikan dan apa saja yang tidak boleh dibagikan pada media sosial agar terhindar dari hal yang tidak diinginkan.

5. *Creating Content*

Kemampuan tentang bagaimana caranya menciptakan konten di berbagai aplikasi online, blog sampai platform *e-learning*. Penggunaan podcast untuk menciptakan sebuah konten berupa audio, seseorang bisa mendengarkannya di berbagai tempat dan kapanpun. Dalam hal audio visual seseorang memanfaatkan Youtube untuk membuat konten.

6. *Organising and Sharing*

Membagikan dan mengatur sebuah konten informasi yang diproduksi sehingga lebih mudah tersebar. Sebuah konten yang ingin mudah ditemukan harus memiliki kata kunci yang mendeskripsikan konten yang diproduksi. Seseorang yang paham literasi digital juga memanfaatkan tag, karena dengan tag konten yang diproduksi semakin gampang ditemukan oleh seseorang.

7. *Reusing/Repurposing Content*

Keterampilan menciptakan sebuah konten baru yang nantinya bisa digunakan kembali untuk berbagai kebutuhan. Seseorang menghasilkan presentasi dan dibagikan melalui Slideshare, dari platform tersebut seseorang dapat mengunduh dan menggunakannya dalam tanyangan slide yang akan dibuat. Konten yang dikirim ke Slideshare akan menjadi tambahan informasi atau referensi seseorang yang akan menciptakan konten.

8. *Filtering and Selecting Content*

Keterampilan untuk mencari, memfilter dan memilih informasi dengan tepat sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan, contohnya menggunakan mesin pencari. Penerapan *filtering* dan *selecting* menjadikan informasi yang kita dapat lebih positif.

9. *Self Broadcasting*

Kemampuan dalam membagikan ide-ide menarik atau gagasan pribadi dan konten multimedia melalui blog, forum atau wikis. Dengan hal tersebut seseorang dapat ikut berpartisipasi dalam lingkup masyarakat sosial *online*. Literasi digital dalam hal ini menjadikan seseorang terlibat dalam proses produksi sampai memposting konten baru, sehingga ide-ide dapat diasalurkan secara demokratis dalam digital.

3. Hoaks

Istilah hoaks, kabar bohong, menurut Lynda Walsh pada buku *Sins Against Science* muncul sejak era industri dan diperkirakan pada tahun 1808 untuk pertama kali. Ratusan tahun lalu asal kata “*hoax*” disebut “*hocus*” awalnya digunakan oleh penyihir untuk mengklaim kebenaran, padahal mereka sedang menipu. Kata “*hocus*” berasal dari mantra “*hocus pocus*”, kata tersebut sering diucapkan pesulap sebagai “sim salabim” (Mauludi, 2019).

Hoaks diartikan sebagai informasi bohong, berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia. Hoaks membuat bingung masyarakat tentang sebuah informasi, selain itu hoaks dapat menggiring opini public, membentuk persepsi bahkan ada yang sekedar untuk lucu-lucuan tapi berefek berkelanjutan. Berdasarkan Kamus Bahasa Inggris Oxford hoaks adalah *malicious deception* artinya penipuan jahat atau kebohongan yang dibuat dengan niat jahat (Moningka & Maulida, 2019) .

Hoaks memiliki ciri-ciri seperti yang dijelaskan Dewan Pers diantaranya informasi menimbulkan kebencian, permusuhan dan kecemasan pada masyarakat (Junita, 2022). Hoaks juga tidak mempunyai sumber yang jelas, ditulis anonim yang dominan memojokan pihak tertentu. Fanatik terhadap suatu ideologi, narasi yang dibangun provokatif, serta tidak ada informasi yang aktual dan fakta. Terakhir, sistem penulisannya berantakan, menggunakan tanda kapital, huruf yang tercetak tebal, intensitas tanda seru dan sumber yang tidak terpecaya.

Hoaks saat ini bertebaran secara massif melalui internet melewati media sosial. Seseorang yang terkena hoaks akan berpengaruh dalam pembentukan opini dan jika dibiarkan begitu saja akan merubah *mindset* dalam menerima dan mengolah informasi yang didapatkan. Efek kepada masyarakat akan menimbulkan kebencian, kebodohan, konflik dan saling menyalahkan. Dunia sains, politik, suku sampai terkait agama bisa menjadi variasi hoaks di media sosial.

Kebencian secara langsung/tidak langsung serta memberikan intimidasi/tekanan terhadap sebuah kelompok tercipta karena pengaruh hoaks menurut penjelasan George (2016) pada buku *Hate spin: The manufacture of religious offense and its threat to democracy* (Simartama, Iqbal, Hasibuan, Limbong, & Albra, 2019). Informasi hoaks dan ujaran kebencian (terutama isu SARA) yang menggugah emosional seseorang, menjadikan seseorang lebih gampang membagikan informasi hoaks tersebut tanpa dicermati dan melakukan verifikasi (Bakri, Zulhazmi, & Laksono, 2019). Dengan demikian sebuah kelompok atau seseorang gampang melakukan persekusi kepada sebuah individu atau sebuah kelompok diluar kelompoknya.

Sebuah informasi hoaks akan menonjolkan karakter yang berlebihan, jika informasi yang buat itu menyatakan kebaikan maka narasi yang dibuat akan sangat baik sehingga yang diklaimkan akan sulit menjadi kenyataan. Sebaliknya jika sebuah informasi bernarasi mengancam atau buruk, maka harus dipikirkan secara betul apakah logis apa yang diklaim dalam informasi tersebut. Klaim tidak benar bisa terletak pada *caption* postingan di media sosial, pesan berantai

di WhatsApp, atau judul pada sebuah video maupun artikel dengan sifat boombastis.

UNESCO mengategorikan hoaks menjadi 3 dalam publikasinya di tahun 2018 yang berjudul “Journalism, Fake News and Disinformation” diantaranya misinformasi, disinformasi dan malinformasi.

a. Misinformasi

Informasi tidak benar yang tidak sengaja disebarkan, karena orang tersebut mempercayai bahwa informasi tersebut benar. Informasi tidak benar tersebut disebar tidak memiliki tujuan jahat, namun untuk memberi peringatan, mengingatkan atau berjaga-jaga.

b. Disinformasi

Informasi tidak benar yang sengaja disebarkan serta di rekayasa dengan tujuan membohongi masyarakat, memperngaruhi opini publik dan meraup keuntungan dari penyebaran informasi tidak benar tersebut. Informasi yang disebarkan akan menyesatkan dan membuat bingung masyarakat.

c. Malinformasi

Informasi benar, namun informasi tersebut digunakan untuk merugikan atau mengancam baik individu atau kelompok tertentu. Biasanya berbentuk pelecehan (verbal), diskriminasi, ujaran kebencian sampai penyebaran informasi data pribadi yang melanggar privasi.

Sebuah organisasi nirlaba yang mendukung usaha pemberantasan hoaks di era digital oleh jurnalis, akademisi dan teknologi yaitu FirstDraf

mengelompokkan informasi hoaks ke 7 jenis diantaranya pertama, *satire or parody* (satire atau parodi) adalah konten yang tidak ada niat jahat tapi bisa mengecoh atau mengelabui. Jenis ini bertujuan untuk menyindir pihak tertentu dengan unsur parodi, ironi atau sarkasme sebagai kritik kepada individu atau kelompok dalam mengomentari isu tertentu.

Kedua, *misleading content* (konten yang menyesatkan) adalah konten yang dibuat sengaja untuk menggiring opini melalui plintiran atau melalui informasi yang sesat dalam membingkai sebuah isu. Konten yang menyesatkan dibuat dengan memanfaatkan informasi asli namun diedit sehingga tidak memiliki hubungan dengan konteks informasi yang asli, informasi asli yang biasa digunakan bisa berupa gambar, pernyataan atau statistik.

Ketiga, *imposter content* (konten tiruan) merupakan sebuah konten mencatut pernyataan individu atau lembaga. Keempat, *fabricated content* (konten palsu) menjadi konten yang berbahaya karena informasi yang diproduksi 100% menipu dan tidak dapat dipertanggung jawabkan keasliannya. Kelima, *false connection* (koneksi yang salah) bisa dilihat dari ketidaksesuaian isi dengan judul, atau *thumbnail* video dengan isi video. Konten tersebut diposting agar bisa meraup keuntungan dari konten sensasional.

Keenam, *false context* (konteks keliru) adalah konten yang bernarasi salah memuat pernyataan, foto atau video sebuah peristiwa yang pernah terjadi namun konteks keterangan yang dinarasikan tidak sesuai dengan faktanya. Ketujuh, *manipulated content* (konten manipulasi) adalah hasil editan konten

yang sudah ada agar dapat mengecoh atau menipu publik. Biasanya yang menjadi sasaran adalah media media besar dan kredibel.

B. Kajian Pustaka

Pada penelitian ini penulis ingin menggambarkan implementasi elemen literasi digital Mafindo Solo Raya dalam mencegah persebaran hoaks jelang tahun politik 2024. Penelitian ini dibuat karena hoaks akan terus meningkat jelang sampai pelaksanaan pemilu 2024 serta efek yang ditimbulkan hoaks menjelang pemilu, apalagi pada tahun tersebut terdapat 2 kali pemilu di bulan yang berbeda. Selain itu penelitian ini juga mengacu pada penelitian yang sudah ada. Peneliti akan mempertegas perbedaan agar tidak dianggap plagiarisme terhadap penelitian yang sudah ada.

1. Riza Dwi Maqruf dengan judul penelitian skripsi “Strategi Literasi Media Mafido Solo Raya dalam Menanggulangi Hoaks di Tahun Politik 2019”, prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, Institut Agama Negeri Islam Surakarta tahun 2019. Penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan tujuan menggambarkan strategi literasi media Mafindo Solo Raya dalam menanggulangi hoaks di tahun politik 2019. Teori yang digunakan milik Potter yaitu literasi media yang terdiri dari 3 hal diantaranya Lokus Pribadi, Struktur Pengetahuan dan Keterampilan Literasi. Hasil penelitian menghasilkan Mafindo Solo Raya di tahun politik menanggulangi hoaks dengan cara melakukan sosialisasi, edukasi dan pelatihan *fact cheking* menggunakan aplikasi *Hoaks Buster Tools*. Aspek Lokus Pribadi ditujukan

melalui penerapan pesan berjarak serta sosialisasi dan edukasi, sedangkan menggunakan Edukasi Literasi serta Narasi Literasi dalam aspek Struktur Pengetahuan Mafindo Solo Raya. Kemudian pelatihan penggunaan aplikasi *Hoax Buster Tools* menunjukan aspek keterampilan. Dengan demikian penelitian yang dilakukan subjek yang diteliti sama-sama Mafindo Solo Raya namun terfokus pada implementasi elemen literasi media di tahun politik 2019, sedangkan peneliti akan meneliti tentang implementasi literasi digital menjelang tahun politik 2024.

2. Skripsi berjudul “Literasi Digital Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Surakarta dalam Mewujudkan Masyarakat Sehat Berinternet” milik Rasuli program studi Komunikasi dan Penyairan Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, Institut Agama Negeri Islam Surakarta tahun 2020. Penelitian tersebut menggambarkan literasi digital yang diterapkan oleh Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Surakarta dalam upaya mewujudkan masyarakat yang sehat dalam menggunakan internet. Dari penelitian tersebut program literasi digital yang dilakukan Diskominfo SP Surakarta merupakan upaya terwujudnya masyarakat yang sehat menggunakan internet. Program tersebut berbentuk sosialisasi secara tatap muka, menggunakan media-media publikasi dan penerapan transformasi digital informasi atau layanan publik. Literasi digital diterapkan 3 berjenjang diantaranya jenjang diantaranya kompetensi digital, penggunaan digital, transformasi digital. Dengan demikian penelitian yang dilakukan Rasuli dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti memiliki

kesamaan yaitu mengenai literasi digital, namun memiliki perbedaan pada subjek yang mana Rasuli menggunakan Diskominfo Surakarta sedangkan peneliti menggunakan Mafindo Solo Raya. Objek yang diteliti juga berbeda yang mana Rasuli meneliti tentang literasi digital untuk mewujudkan masyarakat sehat berinternet sedangkan peneliti akan meneliti implementasi literasi digital yang dilakukan Mafindo Solo Raya dalam mencegah hoaks jelang tahun politik 2024.

3. Jurnal dengan judul “The Disinfodemic Mitigation Strategy of Mafindo in Indonesia” tahun 2022 yang disusun oleh Syarifah Ema Rahmaniah, Setiaji Eko Nugroho, Rupita dan Nikodemus Niko. Penelitian tersebut memiliki konsentrasi ke masyarakat yang memanfaatkan sosial media selama wabah Covid-19 terhadap kesadaran politik kritis dan bijak menggunakan media sosial. Sumber data yang digunakan adalah Turn Back Hoax.ID Mafindo, Stop Media Pers 24 Hoax.Id, Kanal Cek Fakta dari Tempo.com, Cek Fakta.com Independen, Kementerian Komunikasi dan Informatika RI dan Media Pers Mainstream (Detik.com, suara.com, Liputan6.com, Kompas.com, JawaPos.com, AFP-Indonesia, Tirto.ID, AntaraNews.Com). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi perihal strategi mitigasi untuk mengalahkan disinfodemik Covid-19 yang dilaksanakan Mafindo secara komprehensif dan multiperspektif. Dari penelitian didapatkan hasil polarisasi politik yang kuat dimasyarakat menyebabkan berseparan hoaks dan ujaran kebencian marak di masa pandemi Covid-19 .Mafindo berperan penting dalam hal penyusunan strategi mitigasi untuk melawan hoaks

Covid-19 secara komprehensif dan multiperspektif. Dibutuhkan upaya kolaboratif dan komprehensif dengan pemangku kepentingan yang mana di Indonesia dalam hal pengecekan fakta sudah maju karena memiliki cekfakta.com merupakan kerjasama Mafindo dengan 24 media online didukung oleh Google, memiliki 7 lembaga pemeriksa fakta bersertifikasi IFCN serta media online dengan saluran pengecekan fakta baik surat kabar, program televisi dan radio. Dalam hal literasi digital sudah banyak karena Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi berkolaborasi dengan masyarakat sipil didukung Kementerian Kominfo RI. Mafindo telah melakukan 4 langkah strategi mitigasi diantaranya sistem peringatan dini, pencegahan, pemberdayaan, dan pemulihan. Terdapat kesamaan pada penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan pada subjek yaitu Mafindo, namun peneliti lebih fokus pada Mafindo Solo Raya. Jika penelitian tersebut melihat strategi mitigasi disinfodemi Mafindo saat pandemi Covid-19, peneliti melakukan penelitian lebih kepada implementasi literasi digital Mafindo Solo Raya dalam mencegah hoaks jelang tahun politik 2024.

4. Jurnal dengan judul “Menanggulangi Hoaks dan Ujaran Kebencian Bermuatan Isu Suku, Agama, Ras, dan Antar Golongan di Tahun Politik” oleh Syamsyul Bakri, Abraham Zakky Zulhamzi, Krisbowo Laksono. Penelitian tersebut menggambarkan strategi dalam menanggulangi hoaks dan ujaran kebencian bermuatan isu SARA yang dilakukan IAIN Surakarta pada tahun politik dengan literasi media. Dengan latar belakang maraknya

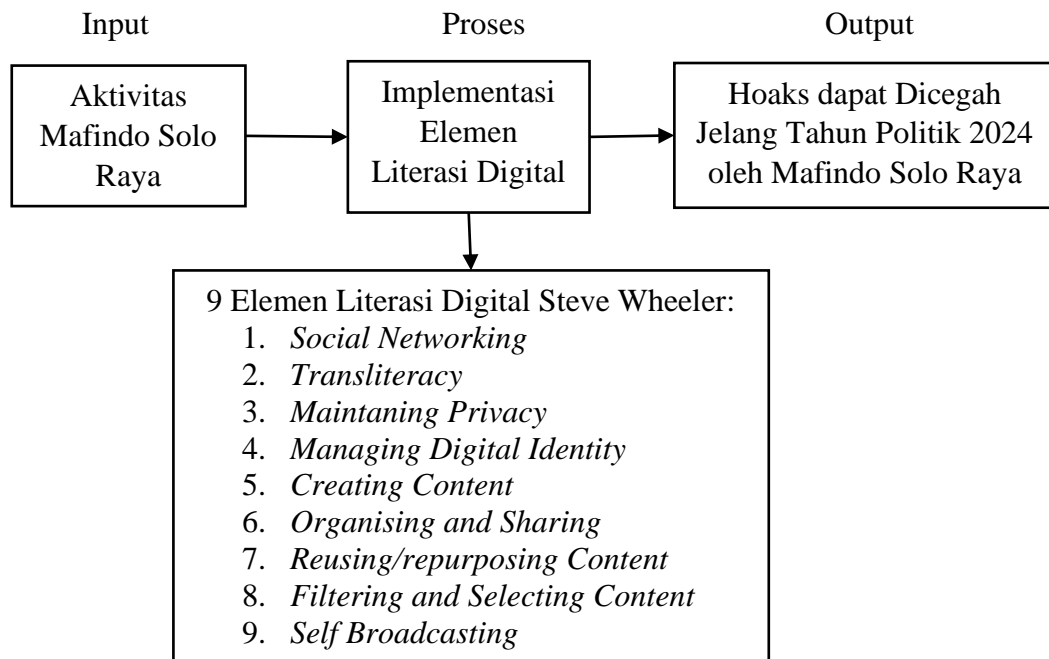
hoaks dan ujaran kebencian yang menjadi tantangan Indonesia pada tahun politik 2018-2019 yang bermuatan isu SARA karena akan berpotensi memecah belah bangsa. Sejalan dengan Tri Dharma Perguruan Tinggi, meredam persebaran hoaks dan ujaran kebencian turut menjadi tanggung jawab Perguruan Tinggi Islam. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan hasil penelitian yaitu strategi yang dilakukan dengan membangun sikap kritis baik mahasiswa dan masyarakat melalui berbagai kegiatan seperti seminar, diskusi, pengabdian masyarakat berbasis program studi serta bekerjasama dengan komunitas anti hoaks. Dalam hal penguatan moderasi Bergama IAIN Surakarta melakukan kegiatan seperti ceramah di masyarakat, pengajaran di kelas, dan riset. Dengan demikian terdapat kesamaan antar penelitian tersebut dan penelitian yang akan dilakukan peneliti mengenai pencegahan persebaran hoaks. Sedangkan terdapat perbedaan yaitu, teori yang dipakai penelitian tersebut adalah literasi media sedangkan penelitian yang akan dilakukan terkait implementasi literasi digital, kemudian subjek yang akan diteliti Mafindo Solo Raya sebuah organisasi masyarakat berbeda dengan yang sudah diteliti yaitu IAIN Surakarta sebuah Perguruan Tinggi Negeri Islam yang saat ini sudah berganti nama menjadi UIN Raden Mas Said Surakarta.

5. Saiful Bahri, jurnal berjudul “Literasi Digital Menangkal Hoaks Covid-19 Di Media Sosial” tahun 2021. Hoaks mengenai Covid-19 yang menjadi salah satu alasan masyarakat tidak mempercayai Covid-19. Dalam kurun waktu 23 januari 2020 – 12 Mei 2021 laporan hoaks mengenai Covid-19

mencapai angka 1.587 dan banyak tersebar di media sosial. Penelitian Saiful untuk mengetahui bagaimana peran literasi digital untuk menangkal dan mengantisipasi hoaks Covid-19 di media sosial dengan menggunakan metode kualitatif dan teknik analisis data studi Pustaka. Hasil dari penelitian ini adalah untuk menangkal dan mengantisipasi hoaks mengenai pandemic Covid-19 di media sosial memerlukan kemampuan literasi digital. Dibutuhkan keterampilan untuk menumbuhkan kesadaran dalam hal menfilter sumber, menambah pemahaman, membandingkan antara informasi satu media dengan media lain serta mengembangkan tradisi mengoreksi berita di kalangan masyarakat. Terdapat kesamaan antara penelitian Saiful dengan yang akan diteliti yaitu mengenai bagaimana literasi digital menjadi penangkal atau mencegah persebaran hoaks di media sosial di kalangan masyarakat. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitian yaitu Saiful memfokuskan literasi digital untuk menangkal hoaks Covid-19 sedangkan peneliti akan meneliti mengenai hoaks di tahun politik 2024 dan lebih fokus pada implementasi literasi digital oleh Mafindo Solo Raya.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir digunakan untuk menjelaskan alur berfikir dalam penelitian implementasi literasi digital Mafindo Solo Raya dalam mencegah hoaks di tahun politik 2024. Adapun kerangka berpikir penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 5. Kerangka berpikir

Input pada penelitian ini aktivitas Mafindo Solo Raya yang menjalankan program-program perihal edukasi hoaks serta yang menerapkan literasi digital dengan beberapa inovasi baru yang ditujukan kepada masyarakat. Proses dalam hal ini merupakan implementasi elemen literasi digital yang digunakan Mafindo Solo Raya untuk mencegah hoaks jelang tahun 2024. Program kegiatan Mafindo Solo Raya akan dianalisis menggunakan teori 9 elemen literasi digital oleh Steve Wheeler agar program yang dilakukan sesuai dengan kemampuan apa saja yang wajib dimiliki seseorang pengguna teknologi jelang tahun politik 2024 khususnya dalam mengelola sebuah informasi. Output pada penelitian ini adalah dari program yang sesuai dengan teori tersebut dapat mencegah persebaran hoaks jelang tahun politik 2024.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Hal tersebut dipilih untuk memperoleh data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna (Sugiyono, 2017). Menurut Hendryandi penelitian kualitatif adalah proses penyelidikan naturalistik yang mencari pemahaman mendalam tentang fenomena sosial secara alami (Laoli, Ndraha, & Telaumbanua, 2022)

Metode deskriptif untuk melukiskan, menggambarkan atau memaparkan keadaan objek yang diteliti dengan apa adanya sesuai yang ditemukan pada saat penelitian, hal tersebut dijelaskan oleh (Malik, 2020). Dengan demikian penelitian dengan metode tersebut bisa menggambarkan secara mendalam mengenai implementasi elemen literasi digital yang dilakukan Mafindo Solo Raya sesuai dengan lapangan.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian Mafindo Solo Raya sedangkan waktu penelitian pada Januari hingga September 2023.

Tabel 1. Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	2023								
		Jan	Feb	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Ags	Sep
1	Observasi Awal	■								
2	Penyusunan Proposal	■	■	■	■					
3	Sidang Proposal					■				
4	Penelitian						■	■		
5	Pengumpulan data						■	■		
6	Analisis						■	■	■	
7	Munaqosah									■

C. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian dibagi menjadi dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber data primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang langsung bisa ditemui di lapangan yang bisa memberikan data ke peneliti (Sugiyono, 2017). Sumber data primer didapatkan melalui *key Information* yang dalam penelitian ini adalah Mafindo Solo Raya. Karena peneliti ingin menggambarkan strategi literasi digital Mafindo Solo Raya dalam mencegah hoaks jelang tahun politik 2024 maka peneliti menggunakan teknik wawancara.

Sebagai data primer peneliti akan mewawancarai Koordinator Wilayah Solo yaitu Putri Lestari, Wakil Koordinator Wilayah Mafindo Solo Raya yaitu Cosmas Gun Raharjo, Relawan Mafindo/Komite *Fact Checking* yaitu Adi Syafitrah. Sampel sumber data dipilih secara *purposive sampling*, beberapa informan tersebut dinilai terlibat dan memiliki pengetahuan dalam proses, program dan sasaran literasi digital oleh Mafindo Solo Raya. Wawancara akan dilakukan guna menggali serta mengetahui isi serta sasaran program program mengenai literasi digital yang dilakukan Mafindo Solo Raya jelang tahun politik 2024.

2. Sumber data sekunder

Menurut Sugiyono (2017) sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti melainkan didapat melalui dokumen. Sumber data ini berfungsi untuk data pendukung sebuah penelitian. Peneliti menggunakan sumber data sekunder observasi dan dokumentasi.

D. Subjek dan Objek Penelitian

Menurut Suharsimi Arikunto subjek penelitian memberi batasan subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang, tempat data untuk variable penelitian melekat dan yang dipermasalahkan (Shella & Sukendro, 2023). Dalam penelitian ini subjek yang diteliti adalah relawan Mafindo Solo Raya yang mengetahui proses edukasi literasi digital yang dilakukan kepada masyarakat. Menurut Sugiyono (2017) objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau bukan dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk

dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Objek pada penelitian ini adalah implementasi elemen literasi digital yang dilakukan oleh Mafindo Solo Raya dalam mencegah hoaks jelang tahun politik 2024.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini untuk mendapatkan data valid dan reliabel yang berhubungan dengan ketepatan cara-cara pengumpulan data yang didapatkan baik secara langsung atau data primer dan tidak langsung atau sekunder maka peneliti menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi.

1. Wawancara Mendalam

Wawancara merupakan sebuah proses interaksi komunikasi setidaknya dua orang, atas ketersediaan dan dalam *setting* ilmiah yang mana pembicaraan mengarah pada tujuan yang sudah ditetapkan dengan mengedepankan *trust* sebagai landasan utama dalam proses memahami (Herdiansyah, 2013). Maksud utama proses wawancara yang dilakukan adalah memahami. Wawancara digunakan selain untuk melakukan studi pendahuluan guna menemukan permasalahan yang dapat diteliti, namun dengan wawancara peneliti dapat mengetahui suatu hal dari responden secara mendalam (Sugiyono, 2017).

Dalam proses wawancara kemampuan dalam menarik kesimpulan merupakan hal yang harus diperhatikan pewawancara. Pewawancara harus pandai menfilter topik-topik sesuai tema yang digali atau sesuai tujuan awal diadakannya wawancara. Memilah mana yang akan dianalisis dan mana yang tidak dianalisis.

Wawancara yang akan dilakukan berbentuk wawancara semi terstruktur yang mana jenis wawancara ini termasuk dalam *in-dept interview*. Dengan wawancara semi terstruktur pewawancara bisa lebih bebas mengatur alur dan bertanya kepada yang diwawancarai dan tetap berpedoman dengan dan terkontrol pada panduan wawancara yang telah disiapkan.

Penggunaan teknik ini dipilih peneliti untuk mengetahui secara mendalam serta peneliti dapat menggali banyak informasi dengan mengedepankan *trust* kepada narasumber mengenai literasi digital yang digerakan Mafindo Solo Raya untuk mencegah persebaran hoaks jelang tahun politik 2024. Narasumber yang akan diwawancarai adalah Koordinator Wilayah Solo yaitu Putri Lestari, Wakil Koordinator Wilayah Mafindo Solo Raya yaitu Cosmas Gun Raharjo, Relawan Mafindo/Komite *Fact Checking* yaitu Adi Syafitrah.

2. Observasi

Nurhudin dan Hartati (2019) dalam Ahsani (2021) observasi merupakan kegiatan pengamatan langsung pada objek penelitian guna melihat secara dekat kegiatan yang dilakukan. Dengan observasi peneliti dapat menjumpai suatu hal di luar persepsi responden, dengan hal tersebut peneliti mendapatkan gambaran yang lebih luas dan lengkap. Hal tersebut salah satu manfaat dari observasi dalam penelitian ini sesuai yang dituliskan Patton dalam Nasution (Sugiyono, 2017).

Untuk menunjang antara informasi yang didapatkan dari narasumber peneliti akan melakukan observasi pada kegiatan yang dilakukan Mafindo

Solo Raya. Observasi dilakukan peneliti agar mengetahui realitas yang terjadi di lapangan saat aktivitas yang dilakukan Mafindo Solo Raya. Kegiatan atau aktivitas yang di observasi diantaranya Akademi Digital Lansia, Sekolah Kebangsaan serta Sosialisasi MPLS. Peneliti akan mengikuti kegiatan tersebut dan melakukan pengamatan. Dengan observasi diharapkan dapat mendeskripsikan dan mengetahui aktivitas yang dilakukan lebih detail karena peneliti sendiri yang mengamati sehingga data yang dihasilkan valid.

3. Dokumentasi

Selain observasi peneliti akan menggunakan dokumentasi dalam pengumpulan data. Dokumen yaitu catatan dari sebuah peristiwa yang sudah berlalu berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Martono (2016) dalam Anisa (2021) menjelaskan dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan berbagai dokumentasi yang berkaitan dengan masalah penelitian. Dokumen digunakan pada penelitian ini untuk melengkapi data wawancara dan observasi.

Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2017). Karena sebuah penelitian menjadi lebih kredibel ketika didukung oleh foto-foto yang sudah ada. Peneliti akan mengumpulkan dokumentasi yang berhubungan dengan objek yang diteliti baik bentuk materi pada setiap program kegiatan Mafindo Solo Raya atau foto kegiatan yang terlaksana.

Selain foto peneliti akan mengumpulkan dokumentasi berupa jurnal, artikel yang terkait.

F. Keabsahan Data

Data yang valid merupakan data yang tidak berbeda antara yang dilaporkan dengan data di lapangan. Peneliti menggunakan data yang diambil melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Setelah semua data diperoleh selanjutnya akan di analisis sehingga menjadi data yang bisa dipertanggung jawabkan oleh peneliti, untuk itu peneliti akan menguji keabsahan data dengan triangulasi. Menurut Wiersema mengutip dari Sugiyono (2017) dalam pengujian kredibilitas triangulasi diartikan menjadi pengecekan data dari beragam sumber menggunakan beragam cara dan beragam waktu.

Informasi mestilah dikumpulkan atau dicari dari sumber-sumber yang berbeda sehingga tidak bias dalam sebuah kelompok, hal tersebut merupakan prinsip triangulasi (Afrizal, 2015) .Trianggulasi digunakan untuk memperkuat data agar peneliti yakin terhadap kebenaran serta kelengkapan data.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan pengorganisasian data dalam kategori dari proses mencari serta menyusun data secara sistematis dari hasil wawancara, catatan lapangan serta dokumentasi, kemudian menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri

maupun orang lain (Sugiyono, 2017). Dalam kualitatif analisis data berlangsung saat pengumpulan data dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Saat wawancara berlangsung peneliti melakukan analisis pada jawaban informan, jika jawaban dianalisis peneliti merasa belum puas maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi sampai data yang diperoleh dianggap kredibel.

Dengan analisis memungkinkan peneliti meningkatkan pemahaman, mengembangkan teori serta menunjukkan pengetahuan hal tersebut dijelaskan Neuman (2011) dalam Rasuli (2020). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Miles and Huberman (1984) dalam Sugiyono (2017) yang menyebutkan 3 macam kegiatan dalam analisis kualitatif yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data merupakan proses merangkum, memilah hal yang pokok, memfokuskan, dicari tema dan pola. Dengan demikian data yang direduksi menjadi lebih jelas jika digambarkan serta memudahkan peneliti untuk mengumpulkan dan mencari data selanjutnya jika diperlukan. Penelitian ini sudah melakukan reduksi data sebelum pengumpulan data di lapangan saat peneliti menyusun proposal yang mana sudah menentukan tempat penelitian yaitu Mafindo Solo Raya, kerangka berfikir, serta menyusun penjelasan-penjelasan mengenai tema mengenai hoaks jelang tahun politik 2024. Sejalan dengan Nasution (1998) yang menjelaskan bahwa analisis sudah dimulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan yang terus menerus berlangsung sampai penulisan hasil

penelitian. Selain itu dalam analisis kualitatif akan berlangsung dari proses pengumpulan data di lapangan sampai laporan akhir penelitian lengkap dan selesai disusun. Kemudian data yang terkumpul baik berupa teks, dokumentasi dan lainnya akan digolongkan ke bentuk data yang sudah dipilah serta diarahkan sesuai rumusan masalah yang ada diawal.

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, untuk memudahkan memahami apa yang terjadi dan merancang kerja selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami maka peneliti melakukan penyajian data atau *display* data. Pada penelitian kualitatif penyajian data sering disajikan dalam bentuk teks bersifat naratif namun dapat juga berupa grafik, matrik, *network* (jaringan kerja) dan *chart*. Dalam penelitian ini hasil wawancara, observasi serta dokumen akan disajikan datanya dengan melakukan deskripsi.

3. *Conclusion Drawing/Verification*

Conclusion drawing/verification atau penarikan kesimpulan dan verifikasi merupakan tahapan ke 3 yang dijelaskan Miles dan Huberman. Penarikan kesimpulan yaitu hasil penelitian yang menjawab rumusan masalah/fokus penelitian berdasarkan hasil analisis data. Peneliti kemudian mengecek lagi validitas dengan cara mengecek ulang penyajian data agar tidak ada kesalahan yang dilakukan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum

1. Sejarah Singkat Mafindo Solo Raya

Mafindo merupakan organisasi yang didirikan oleh Harry Sufehmi bersama Aribowo Sasmito, Eko Juniarto, Faisal Aditya serta Septiaji Eko Nugroho yang didukung oleh Judith Lubis dan Catharina Widyasrini. Mafindo sendiri diluncurkan pada 1 Desember 2016 berdasarkan dokumen hukum Notaris No. 1 tertanggal 19 November 2016 dengan SK (Surat Keputusan) Pendirian Perkumpulan NOMOR AHU 0078919.AH.01.07.TAHUN 2016 Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia. Bermula dari tahun 2015 terbentuklah grup Facebook bernama Forum Anti Fitnah, Hasut dan Hoax yang diciptakan oleh Harry Sufehmi. Grup tersebut dibuat sebagai respon munculnya fitnah, hasutan, hoaks dan ujaran kebencian di dunia media sosial. Mafindo bekerjasama dengan Kominfo, Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, BNPT, BNPB, Mabes Polri, KPU, Bawaslu, Badan POM, TVRI, RRI, NU, NETGRIT, Perludem, PUSAD, IFES, PGRI, Internews, SafeNet, Facebook, Twitter, Google, Youtube, Whatsapp, Helo, SiberKreasi dan Cek Fakta.

Mafindo juga tersebar diberbagai wilayah di Indonesia dengan diadakannya deklarasi wilayah pada tahun 2017, saat ini Mafindo sudah tersebar di 39 wilayah. Salah satunya Mafindo Solo Raya yang juga perintis Mafindo. Anggota dari Mafindo Solo Raya disebut relawan.

Relawan Mafindo Solo Raya juga tidak hanya masyarakat Solo, namun disekitar Solo seperti Sukoharjo, Klaten, Wonogiri, Sragen, Boyolali dan Karanganyar. Mafindo Solo Raya banyak melakukan kegiatan seperti edukasi dan sosialisasi. Kegiatan Mafindo Solo Raya adalah melanjutkan program dari Mafindo Pusat seperti edukasi tentang hoaks, pelatihan cek fakta dan lainnya. Selain melanjutkan program dari Mafindo Pusat juga melakukan kegiatan yang dibuat oleh Mafindo Solo Raya sendiri.

2. Visi Misi Mafindo

a. Visi

Mewujudkan Indonesia yang positif dan bersih dari fitnah, hasut dan hoaks.

b. Misi

1. Mendorong pemanfaatan media sosial secara positif, sehingga antara kelompok masyarakat dari berbagai daerah bisa saling menginspirasi, menggugah, berbagi, membangun, dan berempati;
2. Meningkatkan literasi media sehingga tidak mudah termakan oleh hoaks dan tidak mudah untuk menyebar ulang informasi di media sosial, sebelum memastikan bahwa informasi tersebut benar, sesuai dengan data dan fakta;
3. Berperan aktif dalam mencegah upaya pecah belah Negara Kesatuan Republik Indonesia termasuk penyebaran isu SARA (Suku, Agama, Ras, dan Antar Golongan);

4. Bekerja sama dengan pihak lain dalam upaya memerangi hoaks dan ujaran kebencian;
5. Mengembangkan organisasi yang kuat, kredibel, dan akuntabel untuk mencapai tujuannya;
6. Perkumpulan yang mengabdikan tanpa pamrih mewujudkan dunia di media sosial dan kemasyarakatan yang positif dan bersih dari fitnah, hasut, dan hoaks sehingga dapat meneguhkan stabilitas kebangsaan;
7. Merupakan perkumpulan relawan atau masyarakat yang melakukan gerakan atas dasar Komunitas kesukarelaan, Independensi, Netralitas, Kemanusiaan, Persaudaraan, dan Kesemestaan;
8. Prinsip-prinsip dasar gerakan Mafindo sebagaimana dimaksud dalam ayat (7) adalah:

- a. Komunitas

Gerakan Mafindo atau disebut juga gerakan *Turn Back Hoax* merupakan kumpulan kelompok sosial atau organisasi ataupun individu yang berasal dari beberapa organisasi atau perseorangan yang saling berinteraksi dan saling membantu satu sama lain untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan;

b. Kesukarelaan

Gerakan Mafindo atau disebut juga *Turn Back Hoax* merupakan gerakan atas dasar sukarela tanpa unsur keinginan mencari keuntungan;

c. Independensi

Gerakan Mafindo atau disebut juga *Turn Back Hoax* merupakan gerakan yang tidak mempunyai keterangan dan afiliasi politik dengan kelompok atau institusi tertentu;

d. Netralitas

Gerakan Mafindo atau disebut juga *Turn Back Hoax* tidak memihak atau melibatkan diri dalam pertentangan politik, ras, agama, dan ideologi;

e. Kemanusiaan

Gerakan Mafindo atau disebut juga *Turn Back Hoax* lahir dari keinginan untuk memanfaatkan media sosial secara positif serta mengatasi dan meminimalisir perselisihan akibat fitnah, hasut, dan hoaks yang menjamin penghormatan, kerukunan dan kelangsungan hidup umat manusia;

f. Persaudaraan

Gerakan Mafindo atau disebut juga *Turn Back Hoax* menumbuhkan saling pengertian, persahabatan, kerjasama dan perdamaian abadi antar sesama manusia;

g. Kesemestaan

Gerakan Mafindo atau disebut juga Turn Back Hoax bersifat semesta. Artinya, dengan jangkauan akses internet gerakan hadir di seluruh dunia. Setiap relawan mempunyai status yang sederajat, serta memiliki hak dan tanggung jawab yang sama dalam membantu satu sama lain.

3. Asas

- a. Perkumpulan ini berasaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945, serta nilai-nilai Universal Demokrasi dan bagian dari pembentukan karakter Bangsa Indonesia;
- b. Perkumpulan ini bersarkan cita-cita luhur untuk turut mengabdikan tanpa pamrih.

4. Tujuan

Perkumpulan ini bertujuan untuk :

- a. Mewujudkan dunia media sosial dan kemasyarakatan yang positif dan bersih dari fitnah, hasut, dan hoaks sehingga dapat meneguhkan stabilitas kebangsaan;
- b. Bekerja sama mengatasi informasi hoaks, melakukan edukasi soal bahaya informasi hoaks, dan mengajak kepada budaya positivisme dan meneguhkan stabilitas kebangsaan serta menjadikan Mafindo sebagai wadah bagi relawan antihoaks se-Indonesia;
- c. Menjadikan Mafindo sebagai wadah bagi aktivitas antihoaks di Indonesia;

- d. Menumbuhkan rasa kepedulian anggota yang diwujudkan dalam berbagai bentuk aktivitas sosial.

5. Struktur Organisasi

Mafindo Solo Raya diketua oleh Koordinator Wilayah untuk berkomunikasi dengan Mafindo Pusat. Berikut susunan organisasi Mafindo Solo Raya :

Tabel 2. Susunan Organisasi Mafindo Solo Raya

No	Jabatan	Nama
1	Koordinator	Putri Lestari
2	Wakil Koordiantor	Cosmas Gunharjo Leksono
3	Bendahara	Noer Atmaja
4	Komite Rumah Tangga	Riza Dwi M
5	Komite Publikasi	Sarah Dwi
		Is Ariyanto
6	Komite Kreatif	Ahmad Bukhori Masruri
		Adit
		Anton Rostanto
		Muhammad Iqbal
7	Komite Riset	Rentno Tanding
		Dedi Ary Prasetya
		Violita
8	Komite <i>Fact Checking</i>	Adi Syafitrah
9	Komite Medsos	Salma Hanifah P
		Iffah Ippeh
		Widyatmoko

Sumber : Hasil wawancara dengan Putri Lestari Korwil Mafindo Solo Raya

B. Sajian Data

1. Kegiatan Mafindo Solo Raya dalam Edukasi Literasi Digital

Literasi digital merupakan kemampuan yang harus dimiliki masyarakat ketika sudah merambah didunia digital. Literasi digital menjadi pedoman untuk memaksimalkan apa yang ada didunia digital. Informasi tersebar cepat menjadikan pengguna harus mempunyai kemampuan dapat menyeleksi mana informasi yang benar dan mana informasi salah. Karena informasi yang kita cerna bisa mengubah persepsi kita terhadap suatu hal.

Khususnya menjelang tahun politik 2024 informasi yang tidak benar atau hoaks bisa saja mempengaruhi pilihan kita saat pemilu, baik terhadap calon yang menjadi pilihan sampai kita datang atau tidak ke TPS. Kecakapan literasi digital yang tinggi menjadikan masyarakat lebih bijak dalam mengelola informasi di dunia maya. Hal tersebut sama seperti yang dijelaskan oleh Korwil Mafindo Solo Raya, Putri Lestari (wawancara, 28 Juni 2023) bahwa semakin tinggi tingkat literasi digital seseorang akan tidak mudah terkena hoaks, karena hoaks tersebut berbentuk kepingan-kepingan informasi yang dibuat seolah-olah benar, bisa menyaring informasi dan lebih bijak. Sehingga, hoaks yang menyebutkan isu-isu golongan, agama yang dikaitkan dengan politik dan dapat memecah belah suatu kelompok seseorang dengan tingkat literasi digital tinggi akan tidak terpengaruh informasi hoaks tersebut.

Literasi digital juga perihal bagaimana seseorang berkomunikasi di dalamnya. Menurut Putri, langkah lebih baik jika kita menegur seseorang yang memposting informasi yang mengandung hoaks dengan baik-baik

dengan cara memberikan bukti bahwa informasi tersebut terdapat hoaks. Sejalan dengan yang dikatakan Cosmas Gun pada saat wawancara, jika menemukan seseorang yang memposting hoaks agat orang tersebut tidak malu bisa ditegur melalui *direct message* (DM). Terguran yang disampaikan harus dengan sopan agar orang tersebut tidak tersinggung.

Mafindo Solo Raya dalam menyikapi hoaks menjelang tahun politik 2024 ini mempunyai beberapa program untuk meningkatkan literasi digital di masyarakat. Program-program yang dijalankan merupakan program turunan dari Mafindo Pusat dan program hasil kerjasama antara Mafindo Solo Raya dengan beberapa pihak. Tidak hanya itu saja Mafindo Solo Raya yang berbasis relawan ini diluar program resmi, relawan yang tergabung juga aktif mengedukasikan kepada lingkungan rumah relawan.

“Kalau kitakan menyosialisasikan program-program dari mafindo entah itu pelatihan cek fakta, terus seminar-seminar. Seminar atau pelatihan ini tidak hanya menysar komunitas tapi semua anggota itu juga diwajibkan untuk aktif di lingkungan masing-masing. Misalnya saya ketika ada pertemuan RT saya otomatis menyosialisasikan, tergantung ini mau pemilu berarti tentang pemilu, bagaimana bersikap bijak dalam pemilu seperti itu, tapi itu tidak secara resmi ya. Ketika diberi kesempatan berbicara, baru saya bicara walaupun hanya 5 sampai 7 menit. Relawan lain, ada yang di pengajian, ada PKK, pertemuan bapak-bapak, kalau saya kan di gereja itu yang tidak resmi.” (wawancara dengan Cosmas Gun Raharjo, 1 Juni 2023)

Relawan Mafindo Solo Raya mengajak masyarakat untuk membuat konten-konten positif di media sosial. Konten tersebut berisi ajakan untuk aktif di pemilu 2024 mendatang. Jika menggunakan informasi dari sumber, hendaknya menggunakan informasi dari sumber yang kredibel.



Gambar 7. Kegiatan Akademi Lansia oleh Mafindo Solo Raya di PMI Surakarta
Sumber: Mafindo Solo Raya

a. Akademi Digital Lansia

Mafindo Solo Raya telah melakukan edukasi melalui program Tular Nalar yang merupakan program turunan Mafindo Pusat yang disponsori oleh Google.org. Tular Nalar sendiri terbagi menjadi dua yaitu Akademi Lansia dan Sekolah Kebangsaan. Akademi Lansia mempunyai segmentasi kepada para lansia sedangkan Sekolah Kebangsaan kepada pemilih pemula. Peneliti berkesempatan untuk mengikuti baik Sekolah Kebangsaan dan Akademi Digital Lansia. Dalam pelaksanaan peserta akan dikelompokkan menjadi beberapa kelompok dan akan mendapatkan satu fasilitator yaitu relawan Mafindo Solo. Bentuknya adalah diskusi

serta peserta bisa memberikan pengalamannya yang bersangkutan dengan hoaks atau penipuan digital. Bukan hanya itu saja peserta di Sekolah Kebangsaan juga memberikan pendapat mengenai pemilu.

Akademi Lansia dilaksanakan Kamis, 16 Februari 2023 berkolaborasi dengan Komunitas Bina Sehat Lansia Palang Merah Indonesia (PMI) Surakarta. Relawan Mafindo Solo Raya menjadi fasilitator pada kegiatan tersebut menyampaikan materi terkait keaman data pribadi, cara mencegah informasi hoaks, bagaimana terhindar dari kejahatan *cybercrime* (Ali, 2023). Setelah acara selesai peserta akan dibuatkan grup untuk edukasi lanjutan selama 3 minggu atau seterusnya.

“Disitu kita mengadakan kegiatan berupa pemaparan diskusi mengenai dasar cek fakta, edukasi mengenai literasi digital yang sederhana supaya lebih mudah dicerna oleh lansia, kalau untuk anak muda terutama pemilih pemula kita kerjasama dengan beberapa sekolah. Kita mengadakan Sekolah Kebangsaan disitu juga edukasi literasi digital terutama untuk pemula. Juga mengasah cara berfikir kritis untuk pemilih pemula supaya bisa tahu saat kita berada di negara demokrasi bisa menentukan pilihan dengan bijak, bisa lebih cerdas, kritis dalam menentukan pilihan” (wawancara dengan Putri, 28 Juni 2024)

Lansia umur 55-70 tahun menjadi pengakses internet yang sedikit dibandingkan umur generasi di bawahnya. Akademi Digital Lansia bertujuan untuk mengedukasi lansia agar sadar akan akses aman di dunia digital, mengetahui, melakukan dan mencari solusi atas kendala akses aman. Dengan hal tersebut lansia tidak mudah terkena *cybercrime* atau penipuan digital.

Mafindo Solo Raya mengedukasi mengenai bagaimana bijak dalam membagikan identitas pribadi. Mengenalkan apa saja data pribadi, apa

yang boleh di sebar di media sosial dan data yang tidak boleh di sebar. Tidak hanya itu Mafindo Solo Raya juga mengedukasikan cara agar tidak terkena *cybercrime* yaitu dengan membuat kata sandi dengan tidak menggunakan identitas pribadi namun menggunakan huruf, angka serta simbol yang acak.

“Simpelnya kita mengajak peserta untuk bijak dalam menyebarkan informasi pribadi mereka secara sembarangan di media sosial, kayak begitu begitu sih. Kita juga menyampaikan mereka juga jangan sampai mengirimkan foto identitas pribadi mereka ke sembarang orang, mengajarkan mereka untuk berhati-hati kalau ada misalnya mengaku-aku kaya perusahaan yang mengandalkan undian hadiah terus menelepon, sms atau chat melalui WhatsApp kita minta untuk mereka berhati-hati . tidak meladeni aksi penipuan tersebut.” (wawancara Adi Syafitrah, 27 juni 2023)

Jika sudah terkena *cybercrime* Mafindo Solo Raya memberikan tips untuk mereset ulang ke setelan pabrik handphone yang digunakan. Jika berkaitan dengan m-banking maka di sarakan untuk langsung mengurus ke *customer service*. Agar masyarakat mengenali apa saja *cybercrime*, dalam program Akademi Lansia ini diberikan contoh penipuan, hasutan dan hoaks.

“Tentunya kalau memang sudah ada di tahap dia *download* kemudian instal aplikasinya ya dari secara pribadi dan seorang pemeriksa fakta di Mafindo menyarankan untuk bahwa dia segera hapus untuk aplikasi yang sudah di instal. Kemudian mengubah kata sandi baik untuk *m-banking* nya kemudian media sosialnya, emailnya, kemudian setelah semua itu dilakukan *meriset* hp menjadi bawaan pabrik /*reset factory* sehingga memastikan bahwa hpnya itu benar-benar sudah bersih. Tapi sebelum melakukan *reset* tentunya baiknya melakukan perubahan kata sandi untuk semua akun pribadinya *m-banking* atau online shopnya, Kemudian Langkah selanjutnya yang paling penting melaporkan ke bank, sehingga ada ataupun belum ada transaksi yang dilakukan oleh pelaku, kalau belum ada bisaantisipasi kalau sudah ada langkah lain yang bisa dijalankan di perbankan.”(wawancara Adi Syafitrah, 27 Juni 2023).

b. Sekolah Kebangsaan

Sekolah Kebangsaan dilaksanakan pada Jumat 17 Februari 2023, peserta dari siswa-siswi SMA Muhammadiyah Program Khusus (PK). Sebanyak 120 peserta yang telah didukasi oleh Mafindo Solo Raya yang bekerjasama dengan Bawaslu Surakarta. Peserta yang masuk dalam pemilih pemula dibekali kemampuan literasi digital agar kedepan saat pemilu 2024 bisa menjadi pemilih yang cerdas. Kemudian dalam hal mengeluarkan pendapat di media sosial dengan adanya edukasi yang dilakukan dapat lebih bertanggung jawab serta berpikir kritis dan mengedepankan nalar (Ali, 2023).



Gambar 8. Sekolah Kebangsaan di SMA Muhammadiyah Program Khusus (PK)
Sumber: Mafindo Solo Raya

Sekolah Kebangsaan ingin mewujudkan pemilih pemula dapat memahami pemilu yang merupakan wadah demokrasi. Selain itu mengetahui peran penting pemilih pemula dengan bisa memahami apa saja tantangan seperti hoaks, politik identitas, hate speech. Dengan bekal edukasi

tersebut diharapkan pemilih pemula dapat berpikir kritis serta bisa melakukan periksa fakta.

Dalam pelaksanaannya sama seperti Akademi Digital Lansia, peserta yang terdiri dari siswa siswi dibagi menjadi beberapa kelompok yang nantinya akan difasilitasi oleh relawan Mafindo Solo Raya. Materi dibagi menjadi 4 segmen yaitu Demokrasi: Mengapa Kita Memilih?, Menjadi pemilih kritis, Yuk, periksa fakta, Aku siap menjadi pemilih cerdas!. Saat pergantian segmen terdapat games, salah satu games yang diberikan adalah Fakta atau Dusta, yang mana peserta diminta mengambil gambar yang berisikan soal/ccontoh hoaks kemudian diminta untuk melakukan periksa fakta pada soal tersebut. Peserta diminta menggunakan tools yang sudah diedukasikan seperti Google, Yandex, Kalimasada, Turnbachoax.id.

c. Sosialisasi di MPLS



Gambar 9. Koordinator Wilayah Mafindo Solo Raya, Putri Lestari sedang mengisi MPLS di SMP Negeri 6 Surakarta
Sumber: Dokumentasi Penulis

Mafindo Solo Raya juga bekerjasama dengan Kesbangpol Kota Surakarta berkolaborasi menjadi Tim Rencana Aksi Nasional Penanggulangan Ekstremisme (RAN PE). Kegiatan yang dilaksanakan adalah mengisi materi saat Masa Pengenalan Lingkungan Sekolah (MPLS) untuk mencegah dan menanggulangi terorisme. Dalam kegiatan tersebut juga membahas mengenai hoaks. Kegiatan ini sudah berjalan dari tahun 2022 (Esye, 2022).

Ditahun 2023 edukasi di MPLS juga dilakukan, terdapat 13 sekolah yang akan di edukasi oleh relawan Mafindo Solo Raya. 13 sekolah terdiri dari 10 SMP dan 3 SMK diantaranya SMP N 6 Surakarta, SMP N 27 Surakarta, SMP N 13 Surakarta, SMP N 7 Surakarta, SMP N 8 Surakarta, SMP 9 Surakarta, SMP N 10 Surakarta, SMP N 16 Surakarta, SMP N 19 Surakarta, SMP N 24 Surakarta, SMK N 3 Surakarta, SMK N 7 Surakarta dan SMK N 4 Surakarta. Siswa-siswi baru di beberapa sekolah tersebut diharapkan teredukasi mengenai etika digital yang mana saat mengemukakan pendapat dimedia dengan sopan santun.

Peneliti berkesempatan mengikuti edukasi pada MPLS di SMP Negeri 6 Surakarta, yang dilasanakan Senin, 17 Juni 2023. Peserta yang diedukasi merupakan siswa-siswi baru kelas 7 SMP Negeri 6 Surakarta. Dalam edukasi, Putri selaku pemateri memaparkan perihal hoaks, berfikir kritis bulliying, konten positif dan jejak digital.

Ditayangkan juga video yang memberikan pemahaman bahwa dalam bermedia digital apa yang kita posting dan komentari akan terekam.

Dalam video tersebut diceritakan seseorang yang akan melakukan program *exchange*, saat melakukan wawancara Tina mendapatkan prespon yang positif. Kemudian untuk menentukan lolos atau tidak dilakukan pengecekan referensi dan background Tina. Saat Ibu Santi melakukan pengecekan terhadap media sosial Facebook Tina ditemukan postingan yang tidak baik dibagikan yaitu anjing yang diberi alkohol. Sehingga Ibu Santi langsung mencoret CV Tina dan Tina gagal lolos.

d. Relawan Menjadi Narasumber dalam kegiatan Bawaslu



Gambar 10. Adi Syafitrah menjadi narasumber pada kegiatan Bawaslu dan Panwascam di Kusuma Sahid Hotel Prince Surakarta
Dokumentasi: Adi Syafitrah

Solo juga menjadi tempat dilaksanakannya *Forum Group Discussion* terkait prebunking yang diadakan oleh Mafido Pusat dari Presidium Media Sosial Syifaul Arifin. Dalam kegiatan tersebut turut mengundang dan bekerjasama dengan KPU, Bawaslu dan relawan.

Prebunking adalah tindakan proaktif berfungsi untuk upaya pencegahan atauantisipasi sebelum hoaks tersebut menyebar.

“Nah kita mendorong mereka untuk *prebungking* yaitu mereka bikin konten konten sederhana, yang isinya adalah untuk persiapan agar masyarakat tahu kalau ada isu yang nanti muncul itu sudah ada bantahnya. Misalnya kayak isu warga negara asing baik dari negara China atau negara lain itu dapat KTP sebenarnya mereka tetep gabisa milih walapun mereka mendapatkan KTP elektronik. Nahkan ditahun tahun sebelumnya udah muncul isu-isu terutama dari pemilu 2019 isu bahwa warga negara asing dikasih KTP untuk memilih itu sudah ada. Dan disitu diperikrakan untuk pemilih tahun ini akan muncul.” (wawancara dengan Adi Syafitrah, 27 Juni 2023)

Mafindo Solo Raya menjelang tahun politik 2024 juga bekerjasama dengan KPU dan Bawaslu Kota Surakarta. Saat ini Mafindo Solo Raya turut untuk mengawal proses pemilu tahun 2024. Selain itu beberapa relawan Mafindo Solo Raya juga diundang untuk audiensi dengan penyelenggara pemilu dan pengawas pemilu serta menjadi pengisi materi yang berkaitan dengan pemilu dan hoaks. Seperti Adi Syafitrah salah satu relawan Mafindo Solo Raya yang juga merupakan pemeriksa fakta Mafindo diundang untuk memberikan materi mengenai *debungking* dan *prebungking*. Dalam kesempatan itu juga diberikan langkah-langkah jika kita menerima sebuah informasi.

“Kemarin yang sempat aku lakukan dengan Bawaslu Kota Surakarta ada acara. Jadi Bawaslu Kota Solo itu ada acara untuk panwascam (pengawas kecamatan) Kota Solo, mereka mengundang aku untuk ya relawan Mafindo Kota Solo dan sebagai pemeriksa fakta untuk memeberikan materi tentang *debungking* dan *prebungking*. Materi ini aku jelasin pentingnya periksa fakta terutama untuk temen-temen yang ada di struktur Bawaslu Kota Surakarta.” (Wawancara Adi Syafitrah, 27 Juli 2023)

Dalam program yang dijalankan praktek cek fakta selalui dilakukan.

Menggunakan soal yang sudah disediakan peserta di minta untuk

memeriksa informasi tersebut, apakah informasi tersebut benar atau tidak. Sebelumnya juga dikenalkan beberapa fitur seperti Google, Yandex yang merupakan *search engine* untuk mencari tahu sebuah informasi. Selain itu dikenalkan juga Kalimasada, website turnbackhoax.id yang merupakan produk milik Mafindo. Pencarian bisa dilakukan dengan cara memasukan *key word*. Jika sebuah gambar bisa memasukan gambar yang akan di periksa faktanya. Jika akan memverifikasi video bisa menggunakan fitur *extensions* InVID WeVerify dengan memasukan video yang akan diverifikasi. Kemudian untuk memverifikasi sebuah alamat bisa menggunakan Google Maps.

“Iya itu juga, tapi kalau yang paling sederhana menggunakan Kalimasada kemudian yang kedua menggunakan Google misalnya hoaks anak-anak. Ketikan hoaks anak, nanti akan keluar hasil pencariannya. Misalnya ponsel meledak karena dimasukan jok motor. Nanti itu akan keluar semua artikelnya. Baik itu dari Mafindo, Kominfo banyak, itu yang paling sederhana itu diajarkan kepada siapa pun. Kalau di Kalimasada itu paling mudah untuk pemula baguskan hanya menyimpan nomor *Whatsapp* hanya simpan nomor telepon. Nah itu kita ajarkan di seminar atau penelitian karena Kalimasada ini tidak perlu di instal, hanya simpan nomor otomatis nanti ada.” (wawancara Cosmas Gun, 1 Juni 2023)

Menurut Putri Lestari hoaks *biasanya “too good to be true, ro bad to be true”*. Mafindo juga memberikan rambu-rambu informasi hoaks yang ada di media sosial. Menurut hasil wawancara, hoaks biasanya memancing emosi pembaca, sehingga seseorang tanpa menyaring dulu langsung *share* apa yang diterima. Sebuah informasi hoaks juga nada provokatif dan menghasut, bombastis. Sumber yang digunakan pada hoaks tidak jelas. Jika dalam postingan biasanya menggunakan kapital. Kemudian seseorang yang

sering menyebarkan informasi hoaks merupakan orang yang ingin pertama kali tahu. Hal tersebut menjadikan Mafindo mengajak untuk saring sebelum *sharing*.

“Yang pertama itu emosi. Emosi yang bisa saja menampilkan penculikan anak otomatis ortu jadi emosi. Ada penculikan anak Solo misalnya, jadi emosinya istilahnya digoda karena anak-anak, nah karena emosi tidak terkendali jadi langsung *dishare* tidak lengkap dibaca. Terus ingin cepat atau orang pertama yang melakukannya dalam hati kayak “aku orang yang dianggap paling tahu” intinya seperti itu kemudian di share tidak tahu itu hoaks atau tidak, tidak tahu itu mengandung provokasi atau hasut langsung share. Ketiga yaitu bahasanya provokatif, semuanya huruf kapital "ADA PENCULIKAN ANAK DI SOLO", ya gitu membuat judul yang provokatif, menghasut. Provokasi "wah kalau presiden ini apa, kalau presiden ini kita begini" seperti itu kan membuat terprovokasi padahal informasi yang disampaikan tidak benar.” (wawancara Cosmas Gun, 1 Juni 2023)

Postingan yang terbukti mengandung informasi hoaks saat ini juga sudah diberi *flagging*. *Flagging* tersebut berupa penanda bahwa informasi tersebut palsu. Postingan yang terkena *flagging* menjadikan atribusinya turun.

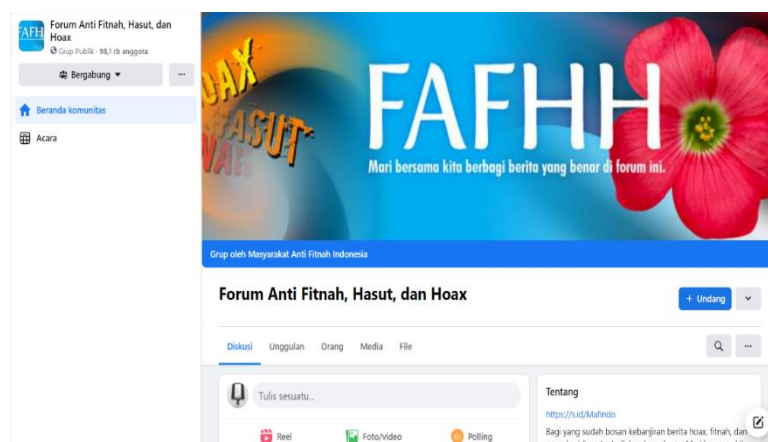
2. Penggunaan Media dalam Edukasi Literasi Digital

Dalam melakukan edukasi Mafindo Solo Raya juga memperkenalkan beberapa media sosial dan website untuk mempermudah pengecekan fakta ataupun menambah informasi mengenai hoaks atau literasi digital. Walaupun Mafindo Solo Raya belum memanfaatkan media sosial khusus yang dimiliki oleh Mafindo Solo Raya dikarenakan kurangnya sumber daya manusia yang terbatas. Selain itu pelatihan cek fakta atau edukasi yang dilakukan akan lebih efektif jika dilakukan secara langsung karena adanya praktek cek fakta . Berdasarkan wawancara dan dokumentasi yang

dilakukan penulis beberapa media yang digunakan dan diperkenalkan diantaranya:

a. Facebook Forum Anti Fitnah, Hasut dan Hoax

Forum Anti Fitnah, Hasut dan Hoax merupakan grup Facebook yang merupakan cikal bakal terbentuknya Mafindo dibentuk untuk berbagi berita yang benar. Grup tersebut dibuat pada 8 September 2015



Gambar 11. Media sosial Facebook Mafindo

berdasarkan informasi pada Facebook. Sebanyak 98.084 akun sudah bergabung pada grup pada tanggal 20 Juli 2023. Dalam grup tersebut berisikan artikel-artikel periksa fakta atau bisa disebut hasil debunking. Tidak hanya narasi yang diposting namun juga gambar hoaks dan gambar artikel pembantah. Selain itu terdapat informasi mengenai apa yang sedang dilakukan Mafindo seperti event-event atau pelatihan yang akan dilakukan oleh Mafindo.

b. Website Turnbackhoax.id

Merupakan website Mafindo yang didalamnya terdapat artikel-artikel periksa fakta yang bersumber dari Forum Anti Fitnah, Hasut dan Hoaks (FAFHH). Dalam website tersebut pengakses atau masyarakat dapat melaporkan informasi yang dicurigai hoaks melalui “Lapor Hoax”.

b. Instagram turnbackhoax.id

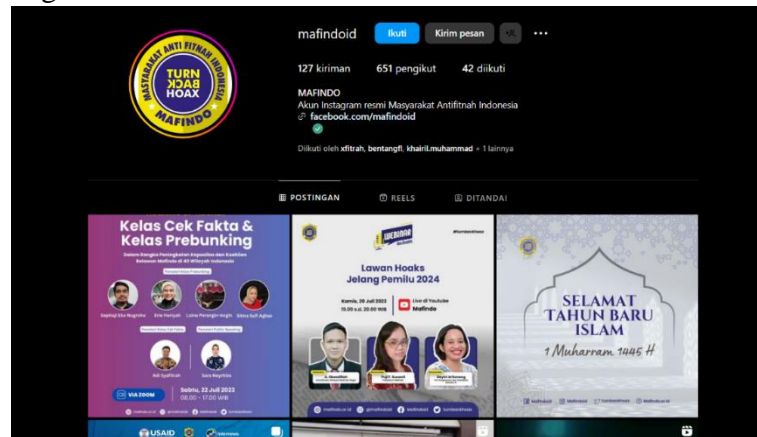


Gambar 13. Instagram turnbackhoax.id

Gambar 12. Website Mafindo

Merupakan akun Instagram Mafindo yang sudah terverifikasi atau centang biru berisi mengenai infografis serta artikel periksa fakta yang dikemas secara menarik. Selain itu juga terdapat infografis tips akan terhindar atau menangkal hoaks baik hoaks umum ataupun hoaks pemilu. Akun tersebut pada 20 Juli 2023 sudah mempunyai pengikut sebanyak 60,3 ribu dengan 7.649 postingan.

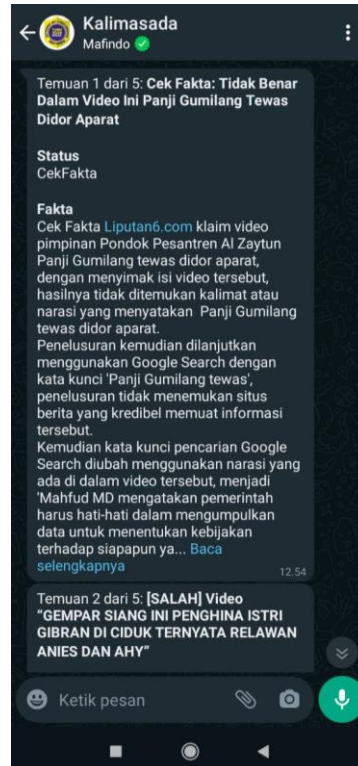
c. Instagram Mafindoid



Gambar 14. Instagram Mafindo

Merupakan akun Instagram Mafindo yang berisi event-event dari Mafindo. Tidak hanya itu, dalam media sosial tersebut juga terdapat banyak edukasi berbentuk infografis dan reels video yang menarik.

d. Kalimasada

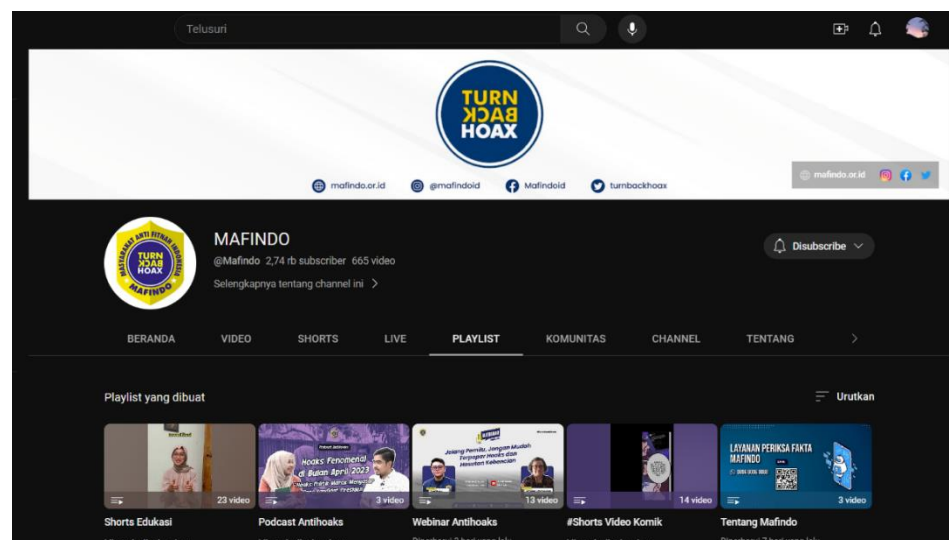


Gambar 16. Chat Bot Kalimasada milik Mafindo

Kalimasada merupakan karya dari Mafindo berupa chat bot Whatsapp. Penggunaan Kalimasada ini diedukasikan pada saat program-program yang dibuat oleh Mafindo baik di Mafindo pusat dan Mafindo Wilayah. Pengoprasiaan yang gampang dan tidak perlu mengunduh aplikasi tambahan diluar Whatsapp, membuat Kalimasda ini bisa diakses oleh semua kalangan.

e. Youtube Mafindo

Mafindo juga menggunakan Youtube untuk mengedukasi masyarakat, melalui rangkuman-rangkuman artikel periksa fakta yang dimiliki diubah menjadi bentuk video. Beberapa kegiatan seperti diskusi mengenai literasi, hoaks, kesehatan dan lainnya juga menjadi konten yang diproduksi pada kanal Youtube yang memiliki 2,74 ribu *subscriber* pada 22 Juli 2023.



Gambar 17. Akun Youtube Mafindo

C. Analisis Hasil Penelitian

Internet, demokrasi dan politik merupakan hal yang tidak bisa dipisahkan saat ini, apalagi menjelang tahun politik 2024. Internet memang menciptakan peluang dan resiko di masyarakat. Informasi hoaks yang mengandung hasutan, provokasi, ujaran kebencian dan penipuan menjadi resiko. Informasi hoaks juga bisa menyebabkan polarisasi yang berakibat ke perpecahan. Beberapa hal tersebut harus diantisipasi sejak dini agar internet demokrasi tidak disfungsi.

Perlu kemampuan literasi digital yang bukan hanya kemampuan membaca namun lebih dari itu seperti bagaimana kita bisa memahami sebuah informasi, menggunakan, mengelola dan lainnya. Sepertinya dijelaskan oleh Steve Wheeler terdapat 9 elemen literasi digital yang harus dikuasai dan diimplementasikan. Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan lalu dikumpulkan oleh peneliti didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Social Networking

Dalam membangun jejaring sosial di dunia digital perlu kemampuan berkomunikasi dengan menggunakan etika digital dan mahir dalam menjalankan fitur-fitur media sosial. Dengan kemampuan tersebut maka akan terbentuklah jejaring media sosial yang sehat. Baik pengguna satu dengan pengguna internet lainnya tidak saling berbenturan dan menyebabkan perpecahan. Dalam hal ini Mafindo Solo Raya juga menerapkan edukasi mengenai etika memanfaatkan situs jejaring sosial dan memberikan edukasi memanfaatkan beragam fitur yang ada di media sosial hal tersebut berdasarkan hasil wawancara. Dalam edukasi MPLS Mafindo Solo Raya yang tergabung pada Tim RAN PE mengedukasi

mengenai etika pemanfaatan situs jejaring sosial, bagaimana cara mengemukakan pendapat di media sosial dengan sopan santun, tidak melakukan bullying atau bersinggungan dengan Suku, Agama, dan Ras (SARA).

Pemaksimalan beragam fitur pada jejaring sosial diterapkan kepada peserta yang didukasi pada semua kegiatan. Semua peserta diperkenalkan *search engine* seperti Google dan Yandex untuk memeriksa fakta pada sebuah informasi. Baik Google ataupun Yandex selain bisa dengan memasukan kata kunci bisa juga digunakan untuk mencari keaslian gambar. Misalnya menggunakan Google Image untuk mencari gambar tersebut apakah benar atau ada yang di edit. Jika menemukan informasi berupa video, bisa menggunakan InVID We Verify. Selain itu Mafindo Solo Raya juga memperkenalkan produk dari Mafindo Kalimasada, Turnbachoax.id, Cekfakta.com yang merupakan kolaborasi Mafindo dengan beberapa Media serta media sosial Mafindo untuk mengecek apakah sebuah informasi itu benar atau hoaks.

Kemampuan yang didukasi untuk menggunakan beberapa fitur-fitur tersebut membuat peserta lebih efektif dalam menggunakan jejaring sosial.



Gambar 18 Peserta Sekolah Kebangsaan sedang membuka website Cekfakta.com

Masyarakat yang diedukasi juga bisa memeriksa informasi yang mereka dapat secara praktis dan mandiri sebelum dibagikan ke orang lain. Dengan hal tersebut terbangunlah jejaring sosial yang lebih sehat. Hal tersebut dilakukan pada segala program baik Tular Nalar, MPLS, Materi *Prebungking* dan *Debungking* sesuai dengan dokumentasi dari materi yang diedukasikan serta hasil wawancara dengan ketiga informan.

2. *Transliteracy*

Terciptanya beragam platform dengan karakteristik yang berbeda-beda membuat masyarakat juga harus mempunyai kemampuan yang berbeda-beda di setiap platform. Sepertihalnya kemampuan bagaimana kita membuat, mengelola, membagikan sampai mengkomunikasikan sebuah konten atau informasi di setiap media sosial. Kebebasan berkomunikasi di media sosial perlu juga di pagari berdasarkan efek keberlanjutan nantinya.

Kebebasan berpendapat di media sosial bisa saja menjadi boomerang untuk kita, jika pendapat tersebut tidak bisa dipertanggungjawabkan. Dalam hal berpolitik informasi yang tidak berdasarkan fakta dengan konteks menjatuhkan seseorang yang menjadikan kandidat pemilu akan sangat merugikan. Terparah, akan menciptakan konflik dan mengakibatkan perpecahan. Informasi yang kita posting juga meninggalkan rekam jejak digital yang juga menentukan nasib kita dimasa depan.

Saat peneliti melakukan observasi dengan mengikuti edukasi pada MPLS SMP Negeri 6 Surakarta, Mafindo Solo Raya melakukan edukasi dengan cara menontonkan sebuah video pada materi MPLS. Seperti yang disampaikan pada

sajian data, video tersebut memberikan amanat agar bijak dalam membuat konten di media sosial karena akan ada rekam jejak digital yang dapat



Gambar 19. Seorang siswa memberikan pendapat mengenai video yang diputar saat penyampaian materi di MPLS SMP Negeri 6 Surakarta

menentukan masa depan seseorang. Pesan yang juga bisa diambil adalah berhati-hari dalam menyebarkan konten di internet.

Bukan hanya itu, dalam hal mengumpulkan informasi Mafindo Solo Raya juga melakukan edukasi saat menemukan informasi yang tidak kita ketahui apakah hal tersebut benar atau tidak, Berdasarkan dokumentasi pada materi *Prebungking* dan *Debungking* menjelang pemilu 2024 yang dibawakan Adi Syafitrah saat menjadi narasumber memberikan tips ketika menerima informasi. Dalam materi tersebut langkah yang diambil saat mendapatkan informasi adalah membaca dan melihat secara lengkap tidak hanya judulnya. Kemudian mencari sumber apakah kredibel atau tidak, jika ragu terhadap kredibilitas informasi jangan di teruskan. Jika informasi tersebut benar lihat lagi apakah itu bermanfaat untuk disebarkan.

Sejalan dengan wawancara yang dilakukan, Mafindo Solo Raya juga menerapkan edukasi mengenai bagaimana sikap ketika mendapatkan informasi di media sosial. Misalnya ketika menemui seseorang memposting atau menemukan informasi salah atau hoaks yang ada di media sosial. Mafindo mengimbau untuk menegur secara baik-baik dan memberikan bukti bahwa informasi tersebut hoaks. Bukti yang diberikan harus kredibel.

Sehingga beberapa hal membuktikan bahwa Mafindo Solo Raya memberikan edukasi mengenai keterampilan berkomunikasi di media sosial. Kemudian mengedukasi mengenai rekam jejak digital saat kita melakukan hal tersebut. Tidak lupa tentang kemampuan ketika menerima sebuah informasi.

3. *Maintaining Privacy*

Menjaga privasi di media digital menjadi hal yang penting bagi masyarakat di era kemajuan teknologi. Saat ini banyak sekali modus-modus penipuan atau kejahatan di dunia digital yang memanfaatkan kemajuan teknologi digital. Perlu adanya kemampuan untuk menjaga privasi untuk terhindar dari hal tersebut.

Dalam kegiatan Akademi Lansia, Mafindo Solo Raya mengajak lansia yang rentan di dunia digital untuk waspada terhadap *cybercrime* dengan cara melakukan edukasi bertema “Akses Aman dan Pintar”. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, *cybercrime* tersebut bisa diantisipasi jika masyarakat tidak mudah mengunggah data pribadi, tidak merespon penelpon yang tidak dikenal, tidak mengklik aplikasi yang dikirim oleh orang tidak dikenal, link dengan iming-iming hadiah besar. Hal tersebut sejalan dengan

praktek edukasi, berdasarkan dokumentasi foto Mafindo Solo Raya melakukan pengenalan *cybercrime* juga dilakukan langsung saat pelatihan melalui contohnya penipuan yang mengatasnamakan Bupati Gresik.



Gambar 20. Relawan Mafindo Solo Raya memberikan contoh kejahatan di dunia digital kepada saat Akademi Lansia di PMI Solo Kamis, 16 Februari 2023

Mafindo Solo Raya juga memberikan langkah-langkah jika memang seseorang sudah terkena *cybercrime* misalnya mengklik dan menginstal aplikasi yang berisi virus. Mafindo Solo Raya menghimbau untuk menghapus aplikasi, mengubah kata sandi kemudian mereset ulang menjadi setelan pabrik. Jika berkaitan tentang *m-banking* seseorang yang terkena *cybercrime* bisa langsung menghubungi *customer service*.

Mafindo Solo Raya juga memberikan edukasi agar masyarakat terhindar dari *cybercrime*. Pengguna internet harus bisa mengelola sandi akun-akun pribadinya dengan cara memperkuat sandi, merahasiakan sandi, *update*

sandi secara berkala. Selain itu, harus *mengupdate* baik perangkat lunak dan perangkat keras.

4. *Managing Digital Identity*

Cybercrime juga berhubungan dengan identitas pribadi seseorang yang tidak sengaja disebarakan. Sangat penting bagi seseorang mengetahui apa saja data pribadi, apa saja yang boleh diketahui orang dan tidak boleh apa lagi untuk disebarakan di media sosial. Dalam hal ini Mafindo Solo Raya mengenalkan dan mengajak berdiskusi mengenai apa saja yang termasuk data pribadi.

Berdasarkan wawancara, masyarakat diberi penjelasan bahwa tidak semua data pribadi bisa dibagikan ke orang lain pada media sosial karena beresiko bocornya data pribadi. Adapun data pribadi yang boleh di ketahui orang lain contohnya nama, pendidikan, gelar, sedangkan identitas pribadi yang tidak boleh disebarakan adalah alamat rumah secara detail, tanggal lahir, NIK, pin ATM dan sandi sosial media. Identitas pribadi tidak boleh disebarakan ke orang asing.

Penggunaan data pribadi untuk sandi sebuah aplikasi juga tidak disarankan. Walaupun gampang di ingat, namun ketika data pribadi tersebut diketahui orang lain dan bermaksud jahat bisa saja dengan gampang mereka masuk dalam aplikasi. Hendaknya kata sandi dibuat menggunakan huruf, angka dan simbol.

Dalam praktek edukasi, berdasarkan materi yang disampaikan peserta diedukasi dengan games untuk mengenalkan apa saja data pribadi. Terdapat

juga games mengenai kata sandi yang aman digunakan dan yang tidak aman. Games selanjutnya mengenai agar peserta aman dalam berinternet.



Gambar 21. Seorang peserta memegang kartu games bertuliskan sandi “budisetiawan”

5. *Creating Content*

Dalam membuat konten di internet membutuhkan keterampilan agar tidak tercipta misinformasi/disinformasi. Dalam membuat informasi atau konten di internet harus berdasarkan fakta atau data. Selain itu konten yang dibuat tidak mengandung hasutan dan provokasi. Cosmas Gun menjelaskan menjelang tahun pemilu 2024 Mafindo Solo Raya mengajak relawan Mafindo Solo Raya dan masyarakat untuk mengisi internet dengan konten-konten positif. Pembuatan konten tersebut bisa berupa tulisan blog, jika tidak bisa membuat narasi bisa dengan menggunakan bahan dari sumber yang jelas dan kredibel.

Ide-ide yang ditulis bisa berupa bagaimana cara menghadapi pemilu atau ajakan untuk aktif dalam pemilu.



Gambar 22. Cosmas Gun membuat konten positif ajakan untuk mengecek informasi yang diterima melalui media sosial Instagram

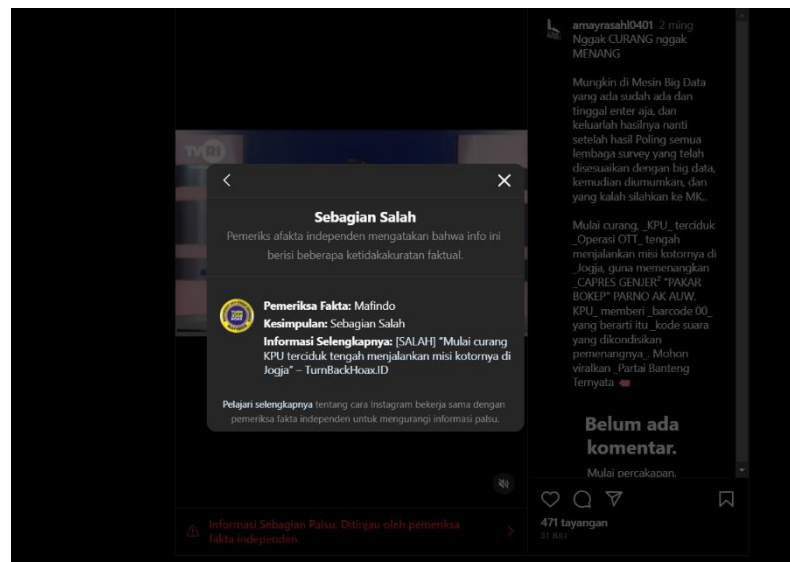
Pernyataan tersebut sesuai dengan materi yang diberikan saat edukasi, hal tersebut berdasarkan materi mengenai konten positif. Konten-konten tersebut bisa diciptakan dari Google atau media sosial lainnya yang terpercaya dan terverifikasi. Dengan masyarakat yang lebih sering menciptakan atau membagikan konten-konten positif maka persebaran hoaks di media sosial bisa dicegah.

Dalam menghadapi pemilu kedepan praktek *prebungking* dan *debungking* menjadi konten yang bisa mencegah persebaran hoaks. *Debungking* merupakan aktivitas mengecek fakta dan pengungkapan hasil cek fakta terhadap informasi yang ditemukan. Prosesnya adalah ketika mendapatkan sebuah informasi, seseorang akan mengecek fakta sampai mendapatkan sumber informasi yang

benar. Jika informasi tersebut hoaks maka akan dibuat artikel bantahan atau *debungking*.

Prebungking merupakan aktivitas yang lebih kepada pencegahan sebelum informasi hoaks tersebar. Isu-isu yang diperkirakan akan muncul menjelang dan sampai Pemilu 2024 dibuat konten, sehingga kedepan sudah ada bantahannya. Peserta yang didukasi didorong untuk menciptakan konten-konten yang sederhana berisi perisapan agar masyarakat tahu kalau kepepan isu-isu apa saja yang akan muncul. Dengan hal tersebut masyarakat lebih bisa mengantisipasi agar tidak terpancing dan jika menemui hoaks dengan isu-isu tersebut sudah ada bantahannya.

6. *Organising and Sharing*



Gambar 23. Akun Instagram yang terkena karena merupakan postingan mengandung hoaks

Pengenalan *flagging* pada postingan hoaks di media sosial merupakan cara untuk mencegah informasi tersebut disebarkan kembali. Adi Syafitrah yang

juga selaku pemeriksa fakta di Mafindo biasanya menyinggung soal *flagging* saat menyampaikan materi. *Flagging* sendiri merupakan program yang diadakan oleh Meta (dahulu bernama Facebook). Jika ada informasi hoaks yang diberi *flagging* akan ada tanda bahwa informasi palsu. Dari seseorang yang memosting akan ada pemberitahuan bahwa konten tersebut palsu. *Flagging* tersebut juga menurunkan atribusi postingan tersebut.

7. *Reusing Content*

Elemen literasi digital bukan mengenai menciptakan konten baru saja, namun juga meliputi kemampuan untuk menenggunakan kembali konten yang sudah ada sehingga terbentuk konten baru yang bisa digunakan untuk kedepannya. Dalam hal ini proses Mafindo Solo Raya yang melakukan praktek cek fakta akan menghasilkan sebuah konten baru jika proses cek fakta menghasilkan sebuah informasi. Karena dalam proses cek fakta perlu beberapa informasi yang kredibel dan sudah ada sebelumnya untuk menyanggah sebuah informasi hoaks.

Praktek *Prebungking* saat ini mulai dikenalkan oleh masyarakat. *Prebungking* sendiri merupakan cara menggunakan hoaks yang sudah ada atau muncul di tahun politik 2019 diolah menjadi topik pembahasan. Dengan hal tersebut maka saat ada hoaks lama yang kembali beredar masyarakat sudah mengetahui dan akan tidak mudah percaya.

Pembuatan konten baru dengan menggunakan konten yang sudah ada juga dilakukan oleh Mafindo dengan menggerakkan relawan untuk membuat konten menggunakan artikel periksa fakta yang ada di turnbackhoax.id menjadi sebuah reels, infografis dan lainnya. Seperti halnya proses *prebungking* yang menggunakan acuan isu-isu pemilu ditahun belakang. Contohnya tahun pemilu 2019 isu warga negara asing baik Cina atau negara lain mendapatkan KTP, namun fakta sebenarnya warga negara asing tidak bisa memilih. Isu yang sudah ada dan diperkirakan akan muncul pada tahun pemilu 2024 bisa dibuat konten baru.



Gambar 24. Infografis yang dibuat dari artikel debunk di web turnbackhoax.id

Pengelolaan konten tersebut merupakan bentuk kesadaran Mafindo karena beberapa penikmat media sosial yang malas membaca artikel panjang bisa juga mengkonsumsi dengan bentuk yang lebih menarik. Konten-konten yang layak tanyang biasanya diposting pada akun media sosial Mafindo.

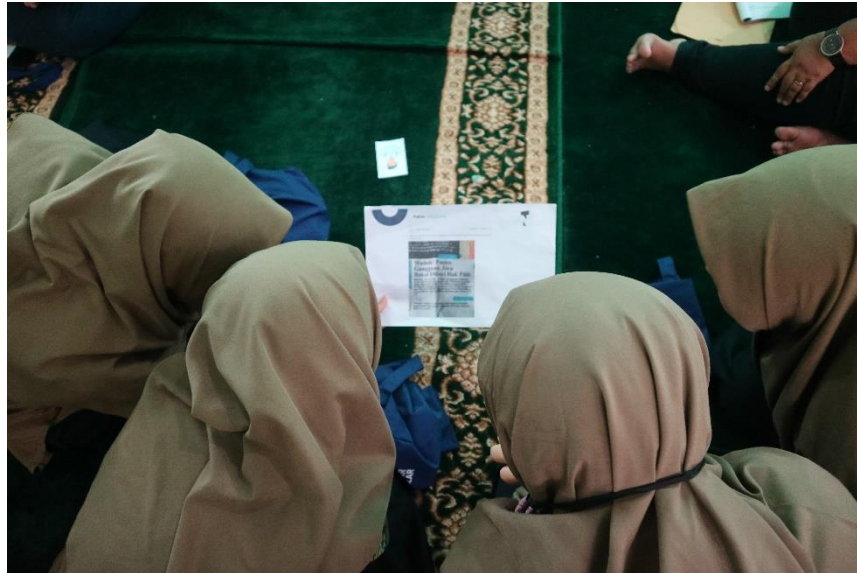
Jika dilihat pada media sosial Mafindo di Instagram baik mafindoid dan turnbachaoxid merupakan *reusing conten*. Ada beberapa video tentang edukasi hoaks, lalu mengenai hoaks pemilu yang meningkat dan di Instagram turnbackhaoxid banyak infografis hasil dari artikel debunk milik Mafindo. Sehingga masyarakat yang sudah dikenalkan ke media media sosial Mafindo juga bisa teredukasi mengenai berbagai macam konten yang bisa dibuat dengan memanfaatkan konten yang sudah ada.

8. *Filtering and Selecting*

Praktek pengecekan fakta saat edukasi dilakukan menjadi suatu hal yang selalu di lakukan oleh Mafindo Solo Raya. Praktek tersebut diawali dengan pematari memberi soal kepada peserta lalu peserta diminta untuk menelusuri informasi pada soal tersebut. Peserta akan mencari dengan beberapa tools yang sudah diberikan meliputi Google, Yandex, Kalimasada, Turnbackhoax.id, Cekfakta.com. Setelah menemukan peserta akan menjawab serta berdiskusi mengenai jawaban beserta alasannya.



Gambar 25. Peserta Sekolah Kebangsaan mempraktekan cara cek fakta dengan menggunakan tools di HP



Gambar 26. Peserta Sekolah Kebangsaan memeriksa fakta pada soal yang diberikan dengan menverifikasi apakah informasi tersebut benar atau salah

Dalam menfilter informasi di dunia digital masyarakat juga diberi pengetahuan ciri khas informasi yang bisa disinyalir hoaks. Hoaks biasanya menyerang emosi seseorang, dengan hal tersebut seseorang tidak terkendala dan langsung membagikan informasi tersebut ke orang lain. Informasi hoaks menggunakan kata kata yang provokatif dan sering menggunakan huruf kapital. Informasi hoaks juga banyak yang menggunakan kata “sebar” atau mempunyai sifat minta untuk di viralkan. Sumber yang digunakan informasi hoaks tidak kredibel atau bahan tidak disertai sumber. Informasi hoaks jika dilihat secara jelas merupakan informasi yang “*too good to be true, too bad to be true*”, berarti informasi yang berlebihan bisa

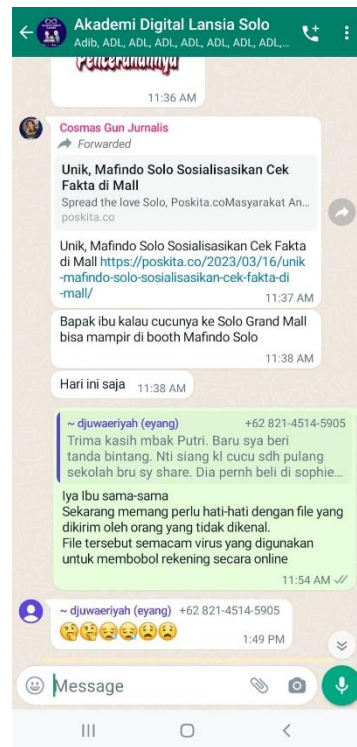
saja hoaks. Secara sederhana Mafindo mempunyai ajakan untuk “saring sebelum sharing”.



Gambar 27. Relawan Mafindo Solo Raya membantu peserta untuk praktek cek fakta menggunakan HP saat Akademi Digital Lansia

9. *Self Broadcasting*

Setelah pelatihan berlangsung Mafindo Solo Raya membuat grup untuk berkomunikasi atau sebagai tindak lanjut dari pelatihan, seperti halnya grup pada pelatihan Akademi Lansia di PMI. Tindak lanjut tersebut biasanya berjalan 3 minggu setelah pelatihan berlangsung, namun tidak menutup kemungkinan grup tersebut jika peserta ada pertanyaan mengenai sebuah informasi.

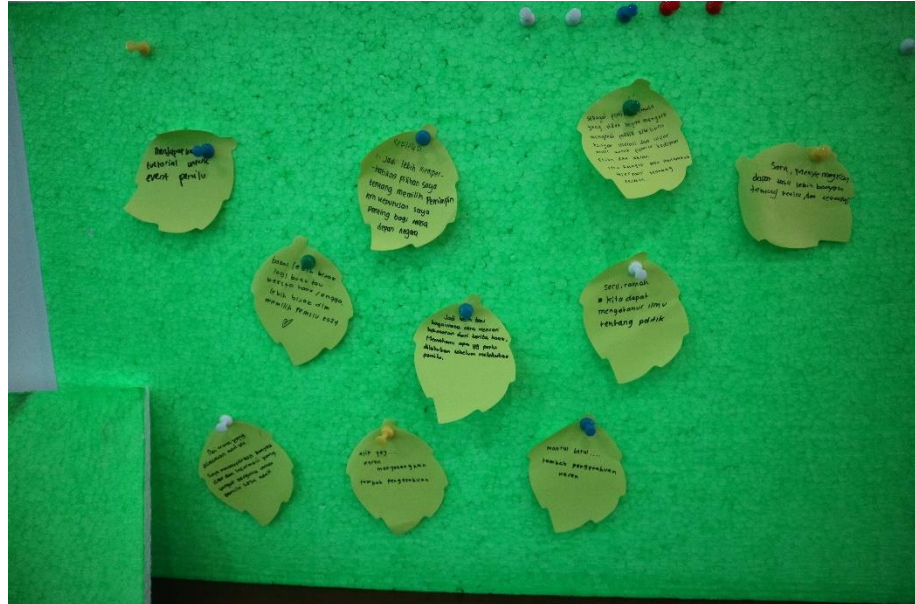


Gambar 28. Screenshot grup Akademi Lansia, percakapan peserta mengenai aplikasi yang mencurigakan



Gambar 29. Grup relawan Mafindo Solo Raya saat berdiskusi mengenai *prebungking* dan *debungking*

Masyarakat yang mengikuti pelatihan juga dikenalkan dengan grup Facebook Mafindo yaitu Forum Anti Fitnah, Hasut dan Hoax (FAFHH). Dalam grup tersebut sudah banyak artikel debunk yang bisa dilihat oleh masyarakat. Selain itu juga dikenalkan media sosial milih Mafindo. Mafindo Solo Raya mempunyai grup khusus relawan untuk berkomunikasi serta berdiskusi bertukar ide terkait hoaks atau literasi digital.



Gambar 30. Refleksi dari kegiatan Sekolah Kebangsaan yang di tulis oleh peserta

Setelah materi dan games selesai pada Sekolah Kebangsaan dan Akademi Digital Lansia peserta di minta untuk menulis refleksi dari kegiatan yang sudah dilakukan. Ada peserta Sekolah Kebangsaan yang menuliskan “sebagai pemilih pemula yang tidak begitu mengerti mengenai politik kita harus banyak literasi dan informasi untuk pemilu kedepan”, “Jadi lebih tau bagaimana cara mencari kebenaran dari berita hoax. Memahami apa yg perlu dilakukan sebelum melakukan pemilu”, “bakal lebih bijak lagi buat tau berita hoax/engga, lebih bijak dalam memilih pemilu 2024”.

Dengan adanya tempat untuk menyalurkan ide gagasan baik dari Whatsapp grup yang mana para lansia bisa berinteraksi dan bertukar informasi, begitu pula di Whatsapp grup relawan Mafindo Solo Raya, pengenalan FAFHH serta setelah diadakan edukasi peserta memberikan

respon yang baik yang mana peserta lebih sadar mengenai bagaimana mencasari informasi yang benar serta lebih bijak dalam pemilu, serta kesadaran terhadap literasi mengenai acara literasi digital melalui kertas refleksi sehingga hal tersebut merupakan elemen *self boardcasting*.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah di analisis dan di jabarkan mengenai implementasi literasi digital oleh Mafindo Solo Raya dalam mencegah hoaks jelang tahun politik 2024 pada bab sebelumnya dengan data wawancara, dokumentasi dan observasi lalu di analisis didapatkan hasil sebagai berikut:

Implementasi literasi digital dengan menggunakan 9 elemen literasi digital steve wheeler bisa dikatakan memenuhi teori tersebut. Pertama, elemen *social networking* dengan mengedukasi memanfaatkan fitur-fitur yang ada di jejaring sosial, beretika di jejaring sosial. Kedua, *transliteracy* dengan mengedukasi mengenai adanya rekam jejak digital ketika membagikan sesuatu di media sosial, sikap mengomentari seseorang saat memposting informasi palsu, langkah saat menemukan informasi hoaks. Ketiga, *maintaing privacy* dengan memberikan pemahaman tentang *cybercrime*, tips agar terhindar *cybercrime* dan langkah ketika sudah kena *cybercrime*. Keempat, *managing digital identity* menerpakan pemahaman jika tidak semua data pribadi boleh disebar di media sosial, tidak menggunakan data pribadi untuk kata sandi, memilih kata sandi yang aman. Kelima, *creating content* mengajak untuk menciptakan konten positif jelang pemilu dengan fakta dan sumber yang kredibel, memberikan pemahaman tentang praktek *debungking* dan *prebungking*. Enam, *organizing and sharing* memberikan pemahaman mengenai *flagging* di Facebook. Tujuh, *reusing content* mengajak praktek cek fakta dengan menggunakan informasi yang sudah ada, mengenalkan akun media sosial

Mafindo yang didalamnya terdapat konten artikel periksa fakta namun dikemas dengan bentuk baru seperti reels dan infografis, sehingga jangkauannya semakin luas. Delapan, *filtering and selecting* dalam hal ini Mafindo Solo Raya mengenalkan mesin pencari Google dan Yandex untuk mengecek informasi, memberikan pemahaman mengenai ciri-ciri hoaks. Sembilan, *self broadcasting* dengan membuat grup setelah pelatihan Akademi Lansia untuk berdiskusi, grup diskusi untuk relawan, serta mengenalkan grup FAFHH serta media sosial lainnya.

Dengan demikian implementasi literasi digital yang dilakukan oleh Mafindo Solo Raya melalui edukasi secara tatap muka dapat mencegah persebaran hoaks jelang tahun politik 2024. Karena bekal mulai dari bagaimana berjejaring sosial dengan santun, kesadaran adanya *cybercrime* ditengah kemajuan teknologi, berpendapat dengan sopan, pengenalan praktek *debunking* dan *prebunking*, menciptakan informasi atau konten positif serta adanya lahan untuk berdiskusi mengembangkan ide dalam proses edukasi membuat Masyarakat dapat mencegah hoaks menjelang pemilu 2024.

B. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan pada penelitian ini adalah peneliti hanya mengikuti atau melakukan observasi pada aktivitas Mafindo Solo Raya saat edukasi MPLS, Akademi Digital Lansia dan Sekolah Kebangsaan selain itu peneliti tidak mengikuti secara langsung. Sehingga peneliti menggambarkan aktivitas Mafindo Solo Raya melalui keterangan informan dari hasil wawancara serta berdasarkan dokumen berupa foto dan materi saat edukasi di sampaikan.

C. Saran

1. Peningkatan kolaborasi di Kota Surakarta dan sekitar sehingga sosialisasi mengenai hoaks menjelang tahun politik 2024 bisa semakin meluas.
2. Memaksimalkan media sosial yang saat ini fakum untuk diaktifkan sehingga ide-ide relawan bisa diwadahi melalui media sosial tersebut. Serta dengan aktifnya media sosial Mafindo Solo Raya masyarakat bisa mengetahui dan tertarik terhadap aktivitas Mafindo Solo Raya.
3. Mengenai teori literasi digital Steve Wheeler dapat di edukasi kepada mahasiswa untuk bisa dijadikan teori pada penelitian mengenai literasi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu* (1st ed.). Rajawali Pers.
- Ahsani, H. F. (2021). *Proses Branding Kallia Coffe da,am Menghadapi Persaingan Bisnis*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.
- Ali. (2023a). Bagaimana Lansia Terhindar dari Kejahatan Digital? Beginiilah yang Dilakukan Tim Tular Nalar dan PMI Solo. Retrieved July 19, 2023, from Joglosemarnews.com website: <https://joglosemarnews.com/2023/02/bagaimana-lansia-terhindar-dari-kejahatan-digital-beginilah-yang-dilakukan-tim-tular-nalar-dan-pmi-solo/?singlepage=1>
- Ali. (2023b). Tim Tular Nalar Bekali Ratusan Siswa di Solo tentang Pemilu, Didorong Jadi Pemilih Cerdas. Retrieved July 19, 2023, from Joglosemarnews.com website: <https://joglosemarnews.com/2023/02/tim-tular-nalar-bekali-ratusan-siswa-di-solo-tentang-pemilu-didorong-jadi-pemilih-cerdas/?singlepage=1>
- Ali, M. (2022). Warga Indonesia Paling Sering Akses Media Sosial di Internet. Retrieved from DataIndonesia website: <https://dataindonesia.id/digital/detail/warga-indonesia-paling-sering-akses-media-sosial-di-internet>
- Anisa, R. S. (2021). *Pola Komunikasi Antar Guru Dengan Anak Autis dalam Proses Belajar Mengajar di SLB_C Syauqi Day Care Serdang Bedagai* (Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan). Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan. Retrieved from [http://repository.umsu.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/15694/Risma Sri Anisa NPM 1703110008.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.umsu.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/15694/Risma%20Sri%20Anisa%20NPM%201703110008.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Annas, F. B., Petranto, H. N., & Pramayoga, A. A. (2019). Opini Publik dalam Polarisasi di Media Sosial. *Jurnal PIKOM (Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan)*, 20(2), 111. <https://doi.org/10.31346/jpikom.v20i2.2006>
- Annur, C. M. (2022). Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022. Retrieved from Katadata website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022#:~:text=Menurut laporan We Are Social,tercatat sebanyak 202%2C6 juta.>
- Annur, C. M. (2023). Literasi Digital Naik pada 2022, tapi Budaya Digital Turun. Retrieved March 24, 2023, from Katadata website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/01/literasi-digital-indonesia-naik-pada-2022-tapi-budaya-digital-turun>
- Antara. (2022). Lemhanas Sebut Ada 3 Tantangan Jelang Pemilu 2024: Politik Identitas hingga Hoaks. Retrieved January 4, 2023, from Tempo.co website: <https://nasional.tempo.co/read/1671038/lemhanas-sebut-ada-3-tantangan-jelang-pemilu-2024-politik-identitas-hingga-hoaks>
- Aryono, A. M. (2022). Mafindo Ingatkan Hoaks Bersemi di Tahun Politik. Retrieved January 4, 2023, from Solo Pos website: <https://www.solopos.com/mafindo-ingatkan-hoaks-bersemi-di-tahun-politik->

1407984

- Aulia, M. R. (2023). [Cek Fakta] Artikel Puan Maharani tidak Bisa Tidur Diminta Rakyat Nyapres 2024? Ini Faktanya. Retrieved March 17, 2023, from Medcom.id website: <https://www.medcom.id/telusur/cek-fakta/9K5DYZ1k-cek-fakta-artikel-puan-maharani-tidak-bisa-tidur-diminta-rakyat-nyapres-2024-ini-faktanya>
- Bakri, S., Zuhazmi, A. Z., & Laksono, K. (2019). Menaggulangi Hoaks dan Ujaran Kebencian Bermuatan Isu Suku, Agama, Ras dan Antargolongan di Tahun Politik. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 4(2), 199–234. <https://doi.org/10.22515/balagh.v4i2.1833>
- Dihni, V. A. (2022). Ini Provinsi dengan Literasi Digital Terbaik Nasional pada 2021. Retrieved January 6, 2023, from Katadata website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/13/ini-provinsi-dengan-literasi-digital-terbaik-nasional-pada-2021>
- Esy, K. (2022). Cegah Terorisme Sejak Dini, Siswa SMP-SMA Dibekali Digitalisasi Budaya Pancasila. Retrieved July 19, 2023, from Karanganyarnews.pikiran-rakyat.com website: <https://karanganyarnews.pikiran-rakyat.com/solo-roya/pr-1905005317/cegah-terorisme-sejak-dini-siswa-smp-sma-dibekali-digitalisasi-budaya-pancasila?page=2>
- Fakta, T. C. (2023). [Hoaks] Penggelapan Uang di Kemenkeu untuk Persiapan Pilpres. Retrieved March 17, 2023, from Kompas.com website: <https://www.kompas.com/cekfakta/read/2023/03/14/174000182/hoaks-penggelapan-uang-di-kemenkeu-untuk-persiapan-pilpres?page=all#page2>
- Ginjar, D. (2018). Awas, Polling Palsu Pakai Nama KPU. Retrieved January 4, 2023, from Jawa Pos website: <https://www.jawapos.com/hoax-atau-bukan/11/09/2018/awas-polling-palsu-pakai-nama-kpu/>
- Gunawan, B., & Ratmo, B. M. (2021). *Demokrasi di Era Post Truth* (1st ed.; C. Gautama & Y. Wihartono, Eds.). Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Herdiansyah, H. (2013). *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Isnanto, B. A. (2019). Kreator Hoax “Server KPU” Dikenal Sebagai Dosen dan Pintar IT. Retrieved January 4, 2023, from Detik News website: <https://news.detik.com/berita-jawa-tengah/d-4591160/kreator-hoax-server-kpu-dikenal-sebagai-dosen-dan-pintar-it>
- JACX, T. (2023). Hoaks! Jokowi resmi deklarasikan Gibran dengan Anies Baswedan. Retrieved March 29, 2023, from Antaranews.com website: <https://www.antaranews.com/berita/3455841/hoaks-jokowi-resmi-deklarasikan-gibran-dengan-anies-baswedan>
- Jumaina, A. (2022). *Implementasi Kegiatan Kehumasan Kantor Imigrasi Kelas II Non TPI Sukabumi* (Universitas Pasundan). Universitas Pasundan. Retrieved from <http://repository.unpas.ac.id/60129/>
- Junita, F. D. (2022). Hoaks: Pengertian, Ciri-Ciri, Jenis, dan Contohnya. Retrieved January 25, 2023, from Kompas.com website: <https://www.kompas.com/skola/read/2022/03/22/180000369/hoaks-pengertian-ciri-ciri-jenis-dan-contohnya?page=all>

- Kominfo. (2019). [Hoaks] Janji Jokowi Kalau 2019 Terpilih Lagi Jadi Presiden. Retrieved January 4, 2023, from Kominfo website: https://www.kominfo.go.id/content/detail/16684/hoaks-janji-jokowi-kalau-2019-terpilih-lagi-jadi-presiden/0/laporan_isu_hoaks
- Kominfo. (2021). [Disinformasi] Video Presiden Joko Widodo yang Berminat Menjadi Presiden 3 Periode. Retrieved March 17, 2023, from Kominfo.go.id website: https://www.kominfo.go.id/content/detail/37640/disinformasi-video-presiden-joko-widodo-yang-berminat-menjadi-presiden-3-periode/0/laporan_isu_hoaks
- Kominfo, & Katadata. (2023). Status Literasi Digital di Indonesia 2020. Retrieved March 13, 2023, from Kominfo.go.id website: <http://web.kominfo.go.id/sites/default/files/ReportSurveiStatusLiterasiDigitalIndonesia2022.pdf>
- Laoli, M. I., Ndraha, A. B., & Telaumbanua, Y. (2022). Implementasi SIPD Dalam Pengelolaan Keuangan Daerah di Pemerintah Kabupaten Nias (Studi Kasus BPKPD sebagai Leading Sektor Penganggaran). *EMBA, Vol. 10 No.* Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/43987>
- Malik, M. S. (2020). *Manajemen Organisasi kemahasiswaan (Studi terhadap Senat Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya 2019/2020)*. Institut Agama Islam Negeri Palangkaraya.
- Maqruf, R. D. (2019). *Strategi Literasi Media Mafindo Solo Raya dalam Menaggulangi Hoaks di Tahun Politik 2019*. UIN Raden Mas Said Surakarta.
- Mauludi, S. (2019). *Socrates Café: Bijak, Kritis, & Inspiratif Seputar Dunia & Masyarakat Digital* (2nd ed.). Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Moningka, C., & Maulida, B. (2019). Mengapa Kita Bisa Percaya Berita Hoax? *Buletin Konorsium Psikologi Ilmiah Nusantara, Vol.5 No., 1*. Retrieved from <https://buletin.k-pin.org/index.php/arsip-artikel/375-hoax>
- Musiin, & Indrajit, R. E. (2020). *Literasi Digital Nusantara - Meningkatkan Daya Saing Generasi Muda Melalui Literasi* (1st ed.; G. Rizky, Ed.). Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Prattama, A. N. (2019). Cek Fakta: Beda Sikap soal “Quick Count”, Sandiaga Ribut dengan Prabowo? Retrieved January 4, 2023, from Kompas.com website: <https://nasional.kompas.com/read/2019/04/19/12543981/cek-fakta-beda-sikap-soal-quick-count-sandiaga-ribut-dengan-prabowo>
- Rahmaniah, S. E., Nugroho, S. E., Rupita, & Niko, N. (2022). The Disinfodemic Mitigation Strategy Of Mafindo in Indonesia. *International Journal of Social Science, 1*(6), 879–888. <https://doi.org/10.53625/ijss.v1i6.1903>
- Rasuli. (2020). *Literasi Digital Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Surakarta dalam Mewujudkan Masyarakat Sehat Berinternet*. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Restianty, A. (2018). Literasi Digital, Sebuah Tantangan Baru dalam Literasi Media. *Jurnal Kehumasan Universitas Pendidikan Indonesia, 1*. <https://doi.org/https://doi.org/10.17509/ghm.v1i1.28380>
- Saptoyo, R. D. A. (2022). Perbedaan Tren Hoaks pada Pemilu 2014 dan 2019. Retrieved from Kompas.com website: <https://www.kompas.com/cekfakta/read/2022/02/17/180800982/perbedaan->

tren-hoaks-pada-pemilu-2014-dan-2019?page=all

- Shella, G., & Sukendro, G. G. (2023). Representasi Tindakan Kepahlawanan (Analisis Semiotika Iklan Grab – Pahlawan Top Up). *Prologia, Vol. 07 NO.* <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/pr.v7i1.15643>
- Simartama, J., Iqbal, M., Hasibuan, M. S., Limbong, T., & Albra, W. (2019). *Hoaks dan Media Sosial: Saring Sebelum Sharing* (1st ed.; A. Rikki, Ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (1st ed.). Bandung: Alfabeta.
- Tsaniyah, N., & Juliana, K. A. (2019). Literasi Digital sebagai Upaya Menangkal Hoaks di Era Disrupsi. *Al-Balagh : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi, 4*(1), 121–140. <https://doi.org/10.22515/balagh.v4i1.1555>
- Wahab, S. A. (2015). *Analisis Kebijakan: dari formulasi ke penyusunan model-model implementasi kebijakan publik* (3rd ed.; F. Hutari, Ed.). Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Widiantara, I. K. A. (2021). Strategi Jaringan Penggiat Literasi Digital dalam Kampanye Melawan Hoaks Pandemi Covid-19. *Widya Sandhi: Jurnal Kajian Agama, Sosial Dan Budaya, 12*(2), 37–47. <https://doi.org/10.53977/ws.v12i2.378>

LAMPIRAN

Surat Ijin Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH**

Jl. Pandawa Pucangan Kartasura Sukoharjo Telp. (0271) 781516 Fax. (0271) 782774
Homepage : www.iain-surakarta.ac.id E-mail: fud.uin@iain-surakarta.ac.id

Nomor : B- 2029/Un.20/F.I/PP.01.1/6/2023 Surakarta, 9 Juni 2023
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Penelitian

Kepada Yth.
Koordinator Wilayah Mafindo Solo Raya
Jl. HR. Rasuna Said, Kuningan, Jakarta Selatan 12940 Indonesia

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Prof. Dr. Islah, M. Ag
NIP : 19730522 200312 1 001
Pangkat : Pembina Tk.I/(IV/b)
Jabatan : Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah UIN Raden Mas Said Surakarta

Memohon izin bagi mahasiswa kami:

Nama : Luthfiyah Oktari Jasmien
NIM : 191211060
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Waktu Penelitian : 13 Juni 2023 - 13 Juli 2023
Lokasi : Mafindo Solo Raya
Judul Skripsi : Implementasi Literasi Digital Oleh Mafindo Solo Raya Dalam Mencegah Hoaks Jelang Tahun Politik 2024.

Demikian surat ini disampaikan, atas perkenan dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Prof. Dr. Islah, M. Ag
NIP 19730522 200312 1 001

Surat Telah Melakukan Penelitian



Mafindo

Masyarakat Antifitnah Indonesia / Indonesian Anti-Hoax Society

Jl. HR Rasuna Said Kawasan Epicentrum Utama Mall Epicentrumwalk – Office Suite
Kuningan, Jakarta Selatan 12940 Indonesia

E-mail: info@mafindo.or.id

Contact: +62-811-94-64644

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : 4523/MFD/S.Ket/IX/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Septiaji Eko Nugroho

Jabatan : Ketua Presidium Mafindo

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Luthfiah Oktari Jasmien

NIM : 191211060

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Asal Kampus : UIN Raden Mas Said Surakarta

Bahwa nama yang di atas telah melaksanakan penelitian observasi dan wawancara yang berjudul **“Implementasi Literasi Digital Oleh Mafindo Solo Raya dalam Mencegah Hoaks Jelang Tahun Politik 2024”** di Masyarakat Antifitnah Indonesia (Mafindo).

Saat surat ini dikeluarkan yang bersangkutan telah melaksanakan tugas dan tanggung jawab dengan baik. Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 05 September 2023

Septiaji Eko Nugroho
Ketua Presidium Mafindo



Transkrip Wawancara I

Informan : Putri Lestari

Jabatan : Koordinator Wilayah Mafindo Solo Raya

Lokasi : East Side Coffe and Eatery (10.00 WIB)

Luthfiyah : Mungkin dimulai dari Mafindo, soalnya pertama awalnya gimana mba dibentuknya?

Mba Putri : Aku sendiri tidak terlibat dalam pembentukan Mafindo Solo, yang jelas saat itu kalau di Mafindo Solo itu kan ada beberapa pendirinya. Nah kalau misalnya secara rinci coba aku tanya para pendirinya yang dulunya itu ada beberapa orang yang ada di Solo yang kemudian punya interest punya ketertarikan pendek saat itu untuk memerangi hoaks yang beredar di media sosial hampir beriringan dengan terbentuknya Mafindo yang ada di pusat. Tapi kalau hanya sejarahnya harus aku tanyakan terlebih dahulu supaya tidak salah, karena aku baru masuk di Mafindo tahun 2019.

Luthfiyah : Kalo Mafindo Solo 2016?

Mba Putri : 2016.

Luthfiyah : Kalau visi misi Mafindo ada mba?

Mba Putri : Ada nanti aku kirim.

Luthfiyah : Kalo menurut mba Putri sendiri, literasi digital itu gimana?

Mba Putri : Literasi digital menurut saya pribadi, literasi digital adalah bagaimana kita bisa menangkap informasi yang tersebar di media sosial, tidak hanya menangkap informasi, informasi itu kan ada informasi yang benar dan informasi yang salah. Literasi digital adalah bagaimana kita bisa menangkap informasi dan menyaringnya sebagai informasi yang kita konsumsi sebagai pengetahuan kita yang kita dapatkan dari media digital seperti internet atau media sosial yang lainnya.

Luthfiyah : Nah, menjelang tahun politik itu seberapa pengaruh mbak kecakapan literasi digital bisa mencegah hoaksnya?

Mba Putri : Sebenarnya sangat berpengaruh saat kita mendekati tahun politik. Kalau misalnya tingkat literasi digital kita tinggi maka kita tidak akan mudah terkena misalnya yang pertama tidak mudah terkena hoaks, karena hoaks pasti akan sangat mudah menyerang orang-orang yang memiliki tingkat literasinya rendah. Jadi informasi yang dia dapatkan itu hanya informasi kepingan kepingan yang dibuat-buat seolah kebenarannya ada sedangkan orang. Kalau literasi kita sudah tinggi, sudah cakap secara digital, dia akan lebih cerdas. Akan lebih bijak saat menyaring informasi yang didapatkan, baik itu untuk salah satu calon tertentu atau kemudian bahkan dia menyebut golongan karena mungkin di tahun-tahun politiknya yang kemarin-kemarin nih sering kali isu-isu golongan, isu-isu agama itu dikaitkan dalam politik. Sehingga rawan untuk memecah belah suatu kelompok. Jadi kalau orang literasi digitalnya tinggi atau tingkat literasi digital lebih tinggi, ia akan lebih cakap dalam mencerna informasi. Akan lebih bijak dalam mencerna informasi, jadi tidak terbawa arus perpecahan.

Luthfiyah : Kalau di Mafindo Solo Raya dalam menjelang pemilu ini apa aja sih program yang sudah dilaksanakan dan mau dilaksanakan?

Mba Putri : Kami dari Mafindo Solo Raya, kami mengikuti program yang akan dilakukan oleh Mafindo Pusat. Jadi berkaitan dengan Mafindo Soloraya, kami bekerja sama dengan KPU juga dengan Bawaslu. Kita ikut terlibat dan akan mengawal proses pemilu tahun 2024 mendatang. Terutama saat kita kemudian mengadakan pelatihan *prebungking* yang diselenggarakan oleh Mafindo Pusat yang diselenggarakan di Solo itu ada salah satu agenda kita untuk *prebungking* itu kan untuk bagaimana kita mencegah, kita mengedukasi masyarakat supaya memiliki imun terhadap hoaks-hoaks. Itu kan ibaratnya virus, *prebungking* itu adalah imunisasi supaya kita kebal dari virus-virus hoaks yang beredar itu yang kita adakan. Kita juga mengundang dari KPU Surakarta, Bawaslu Surakarta, kita dihadiri oleh Bawaslu Jawa Tengah itu kita bekerjasama. Kita juga pernah mengadakan audiensi juga dengan Bawaslu dan juga KPU beberapa kegiatan juga

Kita diundang dan kita kedepan juga akan mengadakan kegiatan bersama dengan para penyelenggara pemilu maupun pengawas pemilu, kedepan kita juga akan mengadakan kerjasama-kerjasama itu.

Luthfiah : Kalau program yang mengarah ke pemilih pemula ataupun yang orang tua yang rentan di pemilu gitu apakah ada programnya?

Mba Putri : ada, sebenarnya ini ada program turunan dari Mafindo pusat. Itu programnya asal muasal sebenarnya bernama Tular Nalar, kemudian dipecah menjadi program kita memang ada target kepada kelompok rentan, yaitu lansia yang rentan secara digital itu kita mengadakan program turunan dari Tular Nalar disebut dengan Akademi Digital Lansia. Disitu kita mengadakan kegiatan berupa pemaparan diskusi mengenai dasar dasar cek fakta, edukasi mengenai literasi digital yang sederhana supaya lebih mudah dicerna oleh lansia kalau untuk anak muda, terutama untuk pemilih pemula kita kerja sama dengan beberapa sekolah, kita mengadakan Sekolah Kebangsaan disitu kita juga edukasi literasi digital terutama untuk pemula. Juga mengasah cara berpikir kritis untuk pemilih pemula supaya bisa tahu saat kita berada di negara demokrasi bisa menentukan pilihan dengan bijak. Bisa lebih cerdas, kritis dalam menentukan pilihan.

Luthfiah : Seberapa penting Mafindo Solo Raya memberikan edukasi mengenai etika bermedia sosial dan gimana sih cara yang dilakukan Mafindo Solo Raya?

Mba Putri : Etika bermedia sosial itu kita pasti biasanya kita mengadakan edukasi-edukasi, terutama kita ada beberapa segmen karena kita targetnya sangat luas, segmentasi masyarakat, kita beri edukasi, ada yang anak muda, anak muda itu ada bagiannya juga anak anak SMP, bahkan anak SD juga kita isi karena SD, SMP juga kita isi dan SMA kita isi MA kita isi disitu kita memberikan, kalau anak anak muda kan biasanya seenaknya berkomunikasi di media sosialnya kita mengajarkan edukasi di sekolah sekolah itu menggunakan etika digital. Kita kerja sama juga dengan pemerintah kota di sini dengan Kesbangpol ikut dalam kegiatan Tim Rencana Aksi Nasional Pencegahan dan Penanggulangan Ekstremisme Berbasis Kekerasan yang Mengarah pada Terorisme (RAN PE). Disitu kita edukasi

mengenai etika digital, bagaimana kemudian supaya siswa siswi ini mengemukakan sesuatu di media sosial dengan sopan dan santun.

Luthfiyah : Nah, kalau dari Mafindo Solo sendiri gimana memaksimalkan fitur fitur yang ada di jejaring sosial seperti Facebook, Twitter guna mencegah hoaks jelang tahun politik?

Mba Putri : Di Mafindo Solo Raya sendiri sebenarnya kita jujur secara jujur kita belum memanfaatkan media sosial yang kita punyai dengan baiknya. Kita belum menggunakan media sosial dengan baik, belum mengoperasikannya dengan baik karena sumber daya manusia kita yang terbatas. Tapi kita lebih fokus kepada bagaimana mengedukasi masyarakat secara langsung. Jadi lewat kelas kelas tidak, karena mengolah sesuatu, membuat konten media sosial membutuhkan waktu tenaga meskipun juga sama saat kita melakukan edukasi secara langsung, tapi kita lebih mengajarkan secara langsung dilapangan.

Luthfiyah : Mengapa sih mbak lebih memilih secara langsung? Apa cepat efeknya itu cepat diterima?

Mba Putri : Karena itu yang sebenarnya dibutuhkan oleh masyarakat. Jadi kalo misalnya kita pilih edukasi secara langsung, kita bisa langsung praktek secara langsung. Biasanya dalam kelas kelas literasi digital itu kita mengadakan praktek cek fakta secara langsung gitu. Jadi kalau bisa kita menggunakan media sosial. Durasi itu memakan durasi yang panjang, makanya kita lebih memilih untuk secara langsung yang bisa kita bisa belajar dan praktek langsung.

Luthfiyah : Mana sih langkah yang lebih tepat ketika kita menemui seseorang yang memposting sebuah informasi yang salah? Apakah langsung dikomentari atau kita melaporkan?

Mba Putri: Saat seseorang memposting sesuatu informasi yang salah di media sosial. Alangkah lebih baiknya apabila kita menegurnya terlebih dahulu. Kita bisa melihat orangnya ini orangnya kira kira bisa diperkirakan, yang pertama menegurnya kalau informasi yang disampaikan itu adalah informasi yang salah atau informasi yang menyesatkan. Setelah ditegur kita juga Orang seperti itu biasanya

menginginkan bukti. Kita sertakan sumber buktinya untuk klarifikasi informasi yang beredar. Istilahnya kita *mengcounter* informasi yang diberikan dengan informasi yang benar dan akurat. Nah, kalau informasinya itu cenderung bisa menimbulkan perpecahan atau konflik yang besar di masyarakat. Tidak masalah juga jika kita melaporkannya kepada pihak. Kalau Mafindo sendiri kita tidak berwenang dalam hal menindaklanjuti dari yang berwenang kepolisian.

Luthfiyah : Informasi yang gimana sih yang boleh dan tidak boleh di bagikan di media sosial?

Mba Putri: Informasi yang boleh dibagikan di media sosial dan Facebook Media sosial ini adalah media kita untuk berekspresi, untuk mengemukakan pendapat. Bukan berarti kemudian saat kita menggunakan media sosial kita jadi terbatas, enggak justru kita dengan adanya media sosial, kita bebas berpendapat. Kita bisa mengekspresikan sesuatu yang ada di pikiran kita, opini kita, dan sebagainya. Tapi dengan adanya kebebasan itu, bukan berarti sebebas bebasnya. Tapi adalah bebas yang bertanggung jawab. Informasi yang tidak boleh disebar di media sosial adalah informasi yang menyesatkan yang bisa berbahaya bagi individu atau sekelompok orang. Misalnya hoaks-hoaks mengenai informasi menyesatkan tentang kesehatan. Informasi itu tidak tepat dan dipercayai oleh orang lain, maka itu bisa membahayakan individu. Bisa misalnya hoaks tentang kesehatan bisa yang sakit, penyakit yang bisa jadi tambah parah, atau bahkan bisa sampai kepada efek meninggal dunia itu berbahaya nah itu informasi yang bermanfaat. Bisa juga Informasi yang dibuat sengaja untuk menjatuhkan orang lain. Fitnah fitnah yang beredar di media sosial, informasi yang sengaja dibuat untuk menjatuhkan orang lain itu adalah informasi yang tidak boleh disebar di media sosial. Kan ada secara individu sengaja untuk menjatuhkan lain, sengaja untuk mencelakai orang lain. Terus juga ada informasi yang secara kelompok yang bisa berbahaya secara kelompok. Salah satu orang sengaja membuat informasi yang menyesatkan, yang kemudian mengadu domba informasi yang mengadu domba antara satu kelompok dengan kelompok yang lain itu juga informasi yang tidak boleh disebar di media sosial. Tapi kalau misalnya berekspresi, menyampaikan opini dan sebagainya, itu

tidak masalah. Tapi kalau sengaja membuat informasi untuk menjatuhkan, merugikan orang lain, itu ada informasi tidak boleh disebar di media sosial.

Luthfiah : Nah, kalau pas melakukan edukasi kayak tadi itu disampaikan juga?

Mba Putri: Ya kita sampaikan. Terutama saat kita berpendapat di media sosial, kita berpendapat dengan orang lain, akan ada etika-etikanya. Kita seringkali menyebutkan bahwasanya memang kita itu saat ini hidup di dua dunia, dunia nyata dan dunia maya. Dan pada kenyataannya, dalam hal bertutur kata di media digital, kalau kita ngomong secara nyata, aku ngomong ke kamu kek gini itu kan bisa "mohon maaf ya sudah selesai permasalahannya". Tapi kalau di media digital ada rekam jejak digitalnya. Kalau misalnya udah menghapus dan minta maaf, tapi rekam digitalnya masih akan ada. Itu yang kita sering edukasi ke anak-anak bahwasanya saat ini mungkin kita masih bisa di media sosial, bisa, terserah bebas mau ngapain. Tapi kita enggak tahu di masa yang akan datang itu jangan-jangan perkataan yang kita utarakan misalnya kata-kata kotor di media sosial, mengomentari orang lain dengan komentar yang jahat, menjatuhkan orang lain, itu jangan-jangan bisa jadi senjata makan tuan yang akan menyerang kita di masa yang akan datang. Itu yang sering kita edukasi di anak-anak, di siswa, di bapak-ibu dan lainnya.

Luthfiah : Kalau terkait cybercrime bagaimana Mafindo Solo Raya mengedukasi?

Mba Putri: Yang jelas terutama untuk lansia. Tapi tidak hanya lansia biasanya ada juga untuk anak-anaknya, karena itu bisa menyerang siapa saja. Tapi yang paling rentan adalah lansia karena masih gagap dalam teknologi. Kita mengedukasi supaya tidak mudah tertipu karena banyak sekali orang tua hampir saat kita melakukan edukasi, menyelenggarakan kelas-kelas edukasi literasi digital. Pasti ada yang pernah mengalami penipuan digital itu kan masuk ke dalam cybercrime atau kemudian pernah diancam. Nah itu biasanya kita akan edukasi supaya bagaimana sih supaya terhindar dari cybercrime atau penipuan digital.

Luthfiyah : Apakah Mafindo Solo Raya itu juga kita memberikan tips agar terhindar dari cybercrime?

Mba Putri: Jelas kita berikan beberapa tips tips, karena bentuknya cybercrime banyak. Misalnya saat kita menggunakan aplikasi online shop, bagaimana kemudian menggunakan online shop, bagaimana kemudian kita menggunakan bijak dalam menggunakan identitas pribadi kita. Itu sangat sering kita edukasi kemanapun. Misalnya jangan mudah mengunggah informasi detail tentang diri kita, kayak alamat, tempat tanggal lahir, nama ibu, itu yang kita edukasikan. Jangan kemudian posting foto foto ijazah, foto KTP, itu adalah salah satu yang utama dari identitas pribadi yang kita sampaikan kepada audience kita saat kita memberikan edukasi mengenai literasi digital. Terus juga menggunakan online shop, merespon telepon. Kalau buat orangtua yang ditelpon penipuan yang mengatasnamakan polisi, dan sebagainya untuk memeras dan lain sebagainya itu kita edukasi.

Luthfiyah : Nah, kalau sudah terjebak di kejahatan media sosial dari Mafindo Solo Raya sendiri juga memberikan solusi, kalau udah keceplung nih, gimana langkah selanjutnya yang harus kita perbuat?

Mba Putri: Ada juga sebenarnya caranya kita juga mengedukasi masyarakat saat sudah terlanjur mengklik link misalnya, atau terlanjur terkena penipuan. Kita menganjurkan karena biasanya penipuan itu sistemnya akses uang di rekening bank kita anjurkan untuk langsung menemui *customer service* dari banknya atau menutup akunnya sementara. Misalnya lewat aplikasi itu aplikasinya ditutup sementara. Kita sarankan untuk bilang ke customer service datang ke bank terdekat supaya Ditutup dulu aktivitas akunnya.

Luthfiyah : Apakah kita juga harus merestart hp kita?

Mba Putri: Ya jelas, itu biasanya karena link scamming yang beredar saat ini yang berbentuk aplikasi aplikasi atau bahkan link undangan, link untuk apa yang isinya malware atau virus. Kita edukasi, biasanya edukasinya dalam bentuk video. Intinya kalau misalnya udah terlanjur brati kita langsung restart hp

Luthfiyah : Tadi dijelaskan tentang identitas pribadi, apa saja identitas pribadi yang nggak boleh disebar dan apa yang boleh disebar?

Mba Putri: Yang boleh disebar misalnya nama itu ga masalah yang secara umum aja. Misalnya kuliah dimana, jurusan apa. Kalau misalnya kita bicara sama orang asing pun, jangan sampai kemudian orang tersebut tahu tentang identitas kita kuliahnya dimana jurusan apa, yang seperti itu kita perlu berhati-hati. Tapi tidak masalah kalau misalnya kita menyebarkan informasi berupa nama, gelar yang secara umum bisa diketahui sama orang. Tapi kalo misalnya detail alamat rumah, atau nomor HP, KTP, KK, nama ibu nama ayah itu yang perlu dijaga, biar kita tidak mudah menyebarkan terutama yang berkaitan dengan angka kaya tanggal lahir, nomor HP, alamat rumah kan ada nomornya, karena itu akan berkaitan dengan kode-kode pribadi kita. Kadang-kadang kita menggunakan kode tersebut untuk password misalnya, atau pun menggunakan kode-kode tertentu dalam kode ujian apapun.

Luthfiyah : Nah dalam kegiatan program ini apakah juga di edukasi tentang pemanfaatan saya menggunakan Google? Gimana caranya mengetahui informasi itu benar Atau salah ?

Mba Putri: Iya, Kita lebih ke bagaimana menggunakan internet . Kita secara umum, masih secara umum bagaimana menggunakan media sosial dengan bijak bijak ya mencari informasi, karena apakah media sosial atau search engine seperti google dan sebagainya. Itu kan sumber ilmu pengetahuan kita sekarang. Ya jelas banyak manfaatnya, kalau Kita bisa mencari informasi dari sumber yang terpercaya yang terverifikasi.

Luthfiyah : Juga diajarkan tentang cara caranya mengecek informasi?

Mba Putri: Yang jelas kalau misalnya mencari informasi, terutama informasi di media sosial, kita ajarkan supaya mencari dulu dengan kata kuncinya yang bisa dipakai. Bisa dengan kalimasada, atau turnbackhoax.id. Jadi kita saat dapat informasi tidak langsung dipercaya tapi memverifikasinya mencari informasi yang lain. Jadi tidak hanya dari satu sumber saja kita juga cari referensi lain.

Luthfiyah : Nah, gimana sih caranya agar, kan kadang *fyp* kita muncul gitu aja ya, kadang hoaks juga lewat gitu aja. nah, gimana caranya biar media sosial kita itu minim hoaksnya?

Mba Putri: Sebenarnya *fyp* itu kan masuknya ke algoritmanya. Algoritma itu berkaitan dengan apa yang sebenarnya sering kita buka. Orang kalau misalnya dia seringnya mengonsumsi, mendapatkan informasi hoax, maka dia akan terus menerus terpapar hoaks karena algoritma yang hadir itu. Saat kemudian kita ingin mengakses informasi yang valid, kita harus mengikuti orang orang atau media sosial seperti Instagram, Twitter atau TikTok misalnya, kita mengikuti informasi informasi dari sumber sumber yang terpercaya. Misalkan mencari informasi kesehatan, kita mengikutinya dari dokter-dokter, bukan dari informasi yang tersebar dan gak tahu siapa yang menyampaikannya. Asal ngomong aja. Atau kemudian ada informasi dari lembaga resmi. Ini yang diikuti, jangan asal ngikutin dari sumber sumber yang gak jelas.

Luthfiyah : Nah kalau dari kemarin kan tanya mas Adi tentang apakah artikel yang di turnbackhoax.id Itu bisa dibuat konten baru lagi. Terus kata Mas Adi bisa, beberapa relawan juga sudah membuatnya. Nah dari Mafindo Solo sendiri apakah sudah menerapkan itu?

Mba Putri: Kalau dari Mafindo Solo Raya sendiri sebenarnya mungkin secara perseorangan. Kalau misalnya kita secara perseorangan relawan Mafindo saling share, atau kemudian dia sendiri yang memproduksi menjadi konten baru. Baru saat kita ada di prebunking itu, kita jadi mengelola informasinya lagi, misalnya di share. Tapi kalau misalnya mengolah dalam bentuk baru.

Luthfiyah : Nah setelah kan ada program akademi lansia terus yang sekolah kebangsaan untuk tindak lanjutnya apakah ada grup Wa buat kita nanti sharing forum disitu atau ada forum forum media sosial lain yang dimanfaatkan?

Mba Putri: Kita masih memanfaatkan grup WA, terutama untuk lansia kita. Kalau misalnya media sosial kita mengenalkan ke siswa-siswi atau semua peserta literasi digital yang kita beri edukasi itu kita share ke media Sosial dari Mafindo, cek fakta,

turnbackhoax.id. Tapi ada tindak lanjut yang kita berikan kepada lansia yaitu dengan membuat grup WA disitu kita mengedukasi selama 3 minggu. Tapi sampai sekarang masih berlanjut ada yang masih tanya. Apa informasi terbaru yang kita sampaikan ke mereka.

Luthfiyah : Rambu rambu apa saja sih yang biasanya diberikan ke masyarakat dalam kalau mau memfilter sebuah informasi?

Mba Putri: Yang pertama tidak mudah percaya. Informasi hoax itu adalah informasi yang “too good to be true, too bad to be true”. “terlalu baik untuk jadi kenyataan. Terlalu buruk juga menjadi kenyataan”. Jadi bombastis judulnya itu juga kalau yang sering kali kita sampaikan kritis. Jadi masyarakat harus kritis terhadap informasi yang didengarkan. Bertanya dulu "ini benar nggak" kemudian klarifikasi cek faktanya.

Luthfiyah : Kalau tentang akan banyak situs situs yang kadang. Kayak BRI, link nya BRI apa itu gimana?

Mba Putri : Kalau misalnya ada, terutama buat lansia. Kita biasanya edukasi, tidak langsung mempercayai. Tetapi tanyakan juga kepada orang terdekatnya orang yang lebih paham. Misalnya ada informasi tentang yang berkaitan dengan bank, tanyakan kepada anak anaknya, keluarganya, orang disekitarnya atau ke customer service langsung. Tentang kesehatan ya tanya kepada tenaga kesehatan yang terdekat.

Transkrip Wawancara II

Informan : Cosmas Gun Raharjo
Jabatan : Wakil Koordinator Wilayah Mafindo Solo Raya
Lokasi : Soto Gading 4 (10.00 WIB)

Luthfiyah : Gimana sih awalnya Mafindo Solo Raya ini dibentuk?

Mas Cosmas Gun : terbentuknya karena awalnya orang-orang yang aktif di media, media sosial, blogger, facebook bisa, juga di grup-grup yang bergelut dengan anti hoaks. Apalagi banyak ujaran kebencian, hasutan dan fitnah. Mafindo diluncurkan 1 Desember 2016, kemudian deklarasi mafindo di berbagai daerah, Purworejo, Surabaya, Bandung, hingga Solo.

Kalau di Solo biasanya di CFD. Intinya mereka yang tergabung itu punya kepedulian untuk aktif memberantas atau istilahnya melakukan cek ini fakta atau tidak. Mereka tergabung membuat komunitas kalau di Solo namanya Mafindo Solo Raya, kenapa Solo Raya karena, tidak hanya orang Solo, Solo Raya itu ada Sukoharjo, Klaten, Wonogiri, Sragen, Boyolali, Solo dan Karanganyar. Kayak saya Sukoharjo, Wonogiri Mas Giri. Kita pertemuan tidak ditentukan ya, kalau ada event khusus kita kumpul.

Luthfiyah : Berarti lebih fleksibel ya mas?

Mas Cosmas Gun : Betul

Luthfiyah : Nah kalo fungsi dari mafindo solo raya, kan ada mafindo pusat, ada juga Mafindo di Soloraya. Fungsi dari mafindo Soloraya sendiri apa mas?

Mas Cosmas Gun : Ya kita melakukan bukan hanya cek fakta kalau di mafindo pusat ada cek fakta itu ada petugasnya ada tim namanya pemeriksa fakta. Kalau kita akan menyosialisasikan program-program dari mafindo entah itu pelatihan cek

fakta, terus seminar-seminar. Seminar atau pelatihan ini tidak hanya menyoar komunitas tapi semua anggota itu juga diwajibkan untuk aktif di lingkungan masing-masing.

Misalnya saya RT ketika ada pertemuan RT saya otomatis menyosialisasikan, tergantung ini mau pemilu berarti tentang pemilu, bagaimana bersikap bijak dalam pemilu seperti itu, tapi itu tidak secara resmi ya. Itu Ketika diberi Kesempatan Berbicara, baru saya bicara walaupun hanya 5 sampai 7 menit.

Relawan lain, ada yang di pengajian, ada PKK, pertemuan bapak-bapak, kalau saya kan di gereja itu yang tidak resmi. Kalau yang resmi berarti kita masuknya ke sekolah sekolah. Ini besok ada Masa Orientasi Sekolah (MOS) tapi sekarang namanya Masa Pengenalan Lingkungan Sekolah (MPLS). Tapi saya belum tahu berapa sekolah jumlahnya, dulu yang pernah sekitar lima belas atau dua puluh, jadi kita memberikan bukan hanya pemilu, tetapi bagaimana bijak untuk bersosial media. Kita berikan yang dasar juga harus disaring dulu, hal hal yang dasar yang basic. Basic itu kan dibaca direnungkan apakah informasi yang kita terima termasuk bisa dipercaya, kalau sudah benar baru *dishare* jadi tidak harus bisa cek fakta tapi bisa istilahnya berpikir kritis. Kalau berpikir kritis itu tidak akan langsung *share* pasti tahu oh ini menghasut, ini provokasi ini anti toleransi pasti akan menyaring dulu.

Luthfiyah : Kalau menjelang pemilu ini program apa aja sih mas yang disiapkan atau akan terlaksana di kegiatan mafindo Soloraya?

Mas Cosmas Gun : Ya .. yang kita masih bekerja sama dengan Bawaslu dan KPU, kita juga mengadakan sekolah kebangsaan, mengadakan tular nalar, otomatis terkait dengan pemilu. Tular nalar di dalamnya ada tentang apa itu provokasi, hoaks semuanya diajarkan, tentang ikut ambil bagian dalam pemilu. Jadi ada Sekolah Kebangsaan, Tular Nalar pasti kedepan ada banyak pelatihan karena menjelang pemilu.

Luthfiyah : Nah mas, seberapa penting sih Mafindo Soloraya memberikan edukasi mengenai etika bermedia sosial? Caranya bagaimana?

Mas Cosmas Gun : Kalau teman-teman di Mafindo Solo raya itu punya media sosial masing-masing ada di FB, instagram. Mafindo sendiri punya grup fb, twitter jadi itu yang pusat, kalau juga bisa ikut lomba membuat video video, saya juga pernah membuat video jadi membuat video hanya kurang dari 60 detik. Ya intinya itu. Jadi kita harus aktif saring sebelum sharing. Di bulan Juli ini ada kegiatan yang lansia. Jadi lansia itu bisa praktek, minimal kalau lansia itu prakteknya di Kalimasada, jadi penggunaan kalimasada. Kalau ada hoaks pemilu sudah bisa cek fakta secara mandiri. Kalau siswa itu juga dikenalkan Kalimasada. Tapi kalau sudah menguasai secara digitalnya sudah bagus bisa menggunakan *mafindo.or.id* atau di instagram, atau youtube dengan cara mengetikkan kata kunci.

Luthfiyah : Kalau untuk kaya praktek mengecek fakta yang di Google melalui fitur yang ada itu dilatih juga mas?

Mas Cosmas Gun : Iya itu juga, tapi kalau yang paling sederhana menggunakan Kalimasada kemudian yang kedua menggunakan Google misalnya hoaks anak-anak. Ketikan hoaks anak, nanti akan keluar hasil pencariannya. Misalnya ponsel meledak karena dimasukan jok motor. Nanti itu akan keluar semua artikelnya. Baik itu dari Mafindo, Kominfo banyak, itu yang paling sederhana itu diajarkan kepada siapa pun. Kalau di Kalimasada itu paling mudah untuk pemula baguskan hanya menyimpan nomor *Whatsapp* hanya simpan nomor telepon. Nah itu kita ajarkan di seminar atau penelitian karena Kalimasada ini tidak perlu di instal, hanya simpan nomor otomatis nanti ada.

Luthfiyah : Sekarang itu lagi marak kejahatan di media sosial atau cybercrime. Nah, dari Mafindo Soloraya sendiri menyikapi hal tersebut, apakah ada edukasinya secara lanjut mengenai pemahaman tentang cybercrime atau tips tipsnya terhindar dari cybercrime ?

Mas Cosmas Gun : iya itu kita berikan, itu tadi bijak dalam dunia digital. Tidak hanya pandai dalam membuat atau menulis status tapi juga bijak dalam digital atau kita mesti cakap digital. Harus saring sebelum sharing, cek fakta dulu, tidak melakukan hal yang membuat gaduh dengan apa yang kita keluarkan di media sosial. Jadi media sosial kita harus diisi dengan hal yang positif. Kalau tentang pemilu ya kita aktif kita suarakan hal hal yang misalnya harus datang ke pemilu, kalau tidak ikut pemilu nanti kita bisa rugi sendiri. Kalau nggak bisa ya buat narasi ya kita copas tapi dengan sumber yang jelas, seperti dari kompas dll. Misalnya saya di kompasiana punya blog. Kalau di web resmikan berbayar kalau blog enggak. Di blog kita bisa membuat tulisan tulisan bagaimana menghadapi pemilu dengan gaya tulisan apapun boleh tidak harus serius yang penting menganjurkan untuk aktif di pemilu. Artinya kita isi tentang hal yang positif. Kalau ada provokasi biasanya kalau udah dilatih sudah ikut penaltihan ikut cek fakta itu otomatis mereka akan tidak terpengaruh. Jadi kalau ada postingan hoaks kita pasti menegur "Nah ini salah lo" tapi teguran kita harus sopan agar mereka tidak tersinggung, setelah menegur kita klarifikasi "ini yang benar" kita menyiapkan linknya entah itu dari kominfo, mafindo, liputan6, mereka otomatis akan tahu.

Atau supaya tidak malu kita Direct message (DM), atau chat wa pribadi "itu hoaks lo" kemudian mereka akan mencabut atau menghapus. Itu bisa terjadi di FB, atau di grup biasanya banyak atau di info solo, info sukoharjo biasanya ada, kalau nemu hoaks ya pasti saya klarifikasi walaupun kadang kadang kalau kita klarifikasi malah di benci. Tapi ya ndak papa, namanya juga untuk mengarahkannya yang benar biasanya emang susah. Apalagi kalau yang menyinggung SARA, atau agama itu biasanya lebih banyak rusuhnya

Luthfiyah : Nah mas kalau edukasi tentang sekarang banyak itu yang suruh mengunduh pesan di WhatsApp terus di install, ternyata itu kan isinya virus. Nah itu apa juga ada edukasi dari Mafindo Soloraya.

Mas Cosmas Gun : Edukasi itu sudah kita berikan waktu pelatihan-pelatihan. Kita Itu memang harus aktif, orang yang menyatakan diri terlibat sebagai relawan. Ya

relawan itu harus aktif dimana mana, tidak hanya diam menjelaskan, ketika saya di RT "tolong kalau ada seseorang yang tidak dikenal mengirim undangan nikah palsu itu berisi file aplikasi APK (format file aplikasi untuk Android). File aplikasi APK seperti undangan pernikahan, paket jangan diklik, itu adalah apk penipuan". Itu akan saya jelaskan lalu saya kasih berita atau linknya. Jadi edukasi itu agar tidak mudah tergiur untuk mengklik atau mendownload. Banyak macam penipuannya ada berupa link undangan pernikahan berisi file aplikasi APK, paket, bpjs, hadiah-hadiah, itu hanya diganti aja modusnya.

Ya setiap ada mengarah ke provokasi, hasutan atau apapun kita akan melakukan edukasi. Bisa di chat atau di DM atau japri, soalnya kadang-kadang ada yang dijelaskan di grup mereka menjadi malu, kalau begitu saya japri dulu baru di hapus. nah kalau di grup begitu juga admin harus berperan aktif ketika misal kita udah send tidak mendelete itu kan bisa admin yang menghapus. Itu penting karena mereka tahu ini hoaks atau tidak.

Luthfiyah : Ada nggak sih rambu rambu untuk memfilter informasi agar bisa bedain ini hoaks atau ini informasi fakta atau ciri ciri hoaks gimana?

Mas Cosmas Gun: Yang pertama itu emosi. Emosi yang bisa saja menampilkan penculikan anak otomatis ortu jadi emosi. Ada penculikan anak Solo misalnya, jadi emosinya istilahnya digoda karena anak-anak, nah karena emosi tidak terkendali jadi langsung *dishare* tidak lengkap dibaca. Terus ingin cepat atau orang pertama yang melakukannya dalam hati kayak "aku orang yang dianggap paling tahu" intinya seperti itu kemudian di share tidak tahu itu hoaks atau tidak, tidak tahu itu mengandung provokasi atau hasut langsung share. Ketiga yaitu bahasanya provokatif, semuanya huruf kapital "ADA PENCULIKAN ANAK DI SOLO", ya gitu membuat judul yang provokatif, menghasut. Provokasi "wah kalau presiden ini apa, kalau presiden ini kita begini" seperti itu kan membuat terprovokasi padahal informasi yang disampaikan tidak benar.

Luthfiyah : Nah, Dalam edukasi itu apakah seseorang yang diedukasi itu dikenalkan di forum online yang nantinya masyarakat itu bisa membagikan ide idenya di forum online tersebut?

Mas Cosmas Gun : Otomatis yang sudah kita latih akan terkoneksi baik melalui grup WA. Kita juga melakukan ajakan untuk Follow IG Mafindo, facebook FAFHH kalau ingin cek fakta di mafindo.co.id banyak sekali medsos mafindo.

Transkrip Wawancara III

Informan : Adi Syafitrah

Jabatan : Relawan Mafindo Solo Raya

Lokasi : Banyu Langit Resto dan Wedangan (16.00 WIB)

Luthfiyah : Secara definisi literasi digital itu apa mas, menurut mas Adi?

Mas Adi : Secara definisi menurut ku kemampuan pengguna internet untuk bersikap kritis ketika menerima sebuah informasi, itu yang paling penting yang harusnya ada di setiap pengguna internet. Cuma sayangnya sesuai data yang ada tingkat literasi digital di Indonesia sendiri baik literasi secara umum atau literasi secara digital tampaknya masih kurang, lumayan jauh dari jumlah penggunaannya yang semakin banyak.

Luthfiyah : Kitakan mau Pemilu, gimana caranya mencegah hoaks dari Mafindo Solo Raya?

Mas Adi : Kalau Mafindo Solo secara ini sudah ada beberapa kerjasama. Kemarin yang sempat aku lakukan dengan Bawaslu Kota Surakarta ada acara. Jadi Bawaslu Kota Solo itu ada acara untuk panwascam (pengawas kecamatan) Kota Solo, mereka mengundang aku untuk ya relawan Mafindo Kota Solo dan sebagai pemeriksa fakta untuk memeberikan materi tentang *debungking* dan *prebungking*. Materi ini aku jelasin pentingnya periksa fakta terutama untuk temen-temen yang ada di struktur Bawaslu Kota Surakarta.

Luthfiyah : Kalau selain Bawaslu, Mafindo Solo Raya sudah kerjasama sama siapa aja mas?

Mas Adi : Aku belum tau, coba tanyak ke Putri ya karena ada beberapa kayaknya ada kegiatan yang menyasar ke temen temen pemuda gitu ya.

Luthfiyah : Kalau kerjasama ke dinaskominfo belummas ?

Mas Adi : Kayaknya belum, coba besok tanyakan ke putri ya

Luthfiah : Kalau saat ini Program Mafindo Solo Raya apa aja ya mas?

Mas Adi : Kalau program ada beberapa, kalau kemarin Mafindo Solo Raya itu melaksanakan Tular Nalar Lansia, kemudian ada juga Sekolah Kebangsaan ditujukan ketemen-temen pemuda setahu ku SMA kalau ga salah, mungkin secara detail coba tanyakan ke Putri. Beberapa saat yang lalu juga ada bekerjasama dengan sekolah tapi literasi digitalnya lebih umum bukan ke pemilu.

Luthfiah : Terkait prebunking dan debunking itu bedanya apa mas?

Mas Adi : Jadi kalau debunking itu kerjanya yang boasanya aku lakukan jadi ketika sebuah isu hoaks muncul baik secara temuan atau aduan dari masyarakat sebagai seorang pemeriksa fakta aku akan melakukan pemeriksaan fakta terhadap isu tersebut. Kemudian setelah ketahuan bahwa itu adalah hoaks data data aslinya ada sudah ketemu dibuatkanlah artikel periksa fakta. Kemudian artikel periksa fakta tersebut diunggah ke laman media sosial, kalau di Mafindo ada turnbackhoax.id nah itu debunking. Kalau prebunking adalah upaya melakukan pencegahan isu-isu hoaks yang diperkirakan akan muncul, jadi isunya memang belum ada tapi udah dipikirkan bahwa isu itu akan muncul. Nah upaya-upaya tersebut terutama kalau di politik kita mengajak seperti, oh ya di Solo itu sudah pernah ada kegiatan *training of traner prebunking* itu memang yang mengadakan presidium Mafindo Pusat, dari presidium Media Sosial dan publikasi mas Syifaul, bekerjasama dengan KPU dan Bawaslu Jawa Tengah dan Kota Solo. Nah kita mendorong mereka untuk *prebunking* yaitu mereka bikin konten konten sederhana, yang isinya adalah untuk persiapan agar masyarakat tahu kalau ada isu yang nanti muncul itu sudah ada bantahnya. Misalnya kayak isu warga negara asing baik dari negara China atau negara lain itu dapat KTP sebenarnya mereka tetep gabisa milih walapun mereka mendapatkan KTP elektronik. Nahkan ditahun tahun sebelumnya udah muncul isu-isu terutama dari pemilu 2019 isu bahwa warga negara asing dikasih KTP untuk memilih itu sudah ada. Dan disitu diperikrakan untuk pemilih tahun ini akan muncul.

Luthfiyah : Itu berarti kerjasama sama bawaslu, sama Mafindo Solo Raya juga

Mas Adi : Ya,itu dilaksanakan di Solo juga kan mengundang beberapa temen relawan juga di Solo ataupun di sekitar wilayah Solo Raya

Luthfiyah :Menurut mas Adi, kalau biasanya kita ketemu sebuah informasi yang salah nah gimana sih cara mengomentari kalau informasi itu salah di media sosial?

Mas Adi : Ini kadang-kadang ini juga ya,, cuman sebagai pemeriksa fakta itu juga menjadi kewajiban kita juga ya kalau memang kita ketemu sebuah konten di media sosial yang ternyata setelah kita baca atau kita lihat ternyata salah ya, sebagai pemeriksa fakta tetep wajib mungkin tapi komentarnya berbeda dengan orang yang biasa mungkin “oh itu hoaks” udah gitu aja. Tapi kalau pemeriksa fakta mau tidak mau kita memberikan komentar yang menyatakan bahwa itu adalah informasi yang palsu dengan menambahkan bahwa ini buktinya.

Luthfiyah : Berarti harus disertai buktinya?

Mas Adi : Betul betul, jadi harus ada perbedaan sebagai seorang pemeriksa fakta, karena enggak bisa untuk kita tuh sesuatu itu hoaks atau asli tanpa bukti

Luthfiyah : Kan sekarang lagi marak contoh yang ada di WA itu tentang kita disuruh mengunduh aplikasi ternyata isinya virus, dari mafindo sendiri bagaimana mas menyikapinya?

Mas Adi : Sebenarnya kalau dari Mafindo karena ada beberapa unsurnya sudah unsur penipuan kita buat artikel debunking artikel periksa fakta ada beberapa juga tentang tagihan bpjs, undangan pernikahan dan lain lain. Itu Upaya pertama , yang kedua adalah di media sosial Instagram milik mafindo kita juga bikin konten sederhana untuk itu baik secara video maupun secara infografis.

Luthfiyah : Kalau seseorang sudah kejebak disitu nah adakah solusi dari mafindo biar kalau kita udah terjabak ada Langkah yang gimana ?

Mas Adi : Tentunya kalau memang sudah ada di tahap dia *download* kemudian instal aplikasinya ya dari secara pribadi dan seorang pemeriksa fakta di Mafindo

menyarankan untuk bahwa dia segera hapus untuk aplikasi yang sudah di instal. Kemudian mengubah kata sandi baik untuk *m-banking* nya kemudian media sosialnya, emailnya, kemudian setelah semua itu dilakukan *meriset* hp menjadi bawaan pabrik /*reset factory* sehingga memastikan bahwa hpnya itu benar-benar sudah bersih. Tapi sebelum melakukan *reset* tentunya baiknya melakukan perubahan kata sandi untuk semua akun pribadinya *m-banking* atau online shopnya, Kemudian Langkah selanjutnya yang paling penting melaporkan ke bank, sehingga ada ataupun belum ada transaksi yang dilakukan oleh pelaku, kalau belum ada bisaantisipasi kalau sudah ada langkah lain yang bisa dijalankan di perbankan.

Luthfiyah : Cybercrime tentang pemilu apakah sudah ada ?

Mas Adi : Kalau saat ini belum, aku belum nemuinada kaksusu yang sampai dilaporkan, belem ada

Luthfiyah : Kalau terkait data pribadi, gimana cara mafindo solo raya sendiri agar masyarakat itu sadar akan keamanan data pribadi ?

Mas Adi : Seperi yang aku katakan tadi, mafindo solo raya itu pernah mengadakan kegiatan seperti tular nalar untuk lansia seperti akademi digital lansia, sekolah kebangsaan di kegitan tersebut kita juga memberikan materi misalnya terkait data perlindungan data pribadi. Sempelnya kita mengajak peserta untuk bijak dalam menyebarkan informasi pribadi mereka secara sembarangan di media sosial,kayak begitu begitu sih. Kita juga menyampaikan mereka juga jjanng sampai mengirimkan ifoto dentitas pribadi mereka ke sembarang orang, mengajarkan mereka untuk berhati-hati kalau ada misalnya mengaku-aku kaya perusahaan yang mengandalkan undian berhadiah terus menelepo, sms atau chat melalui way akita minta untuk mereka berhati-hati . tidak meladeni aksi penipuan tersebut.

Luthfiyah : Kalau proses edukasi yang dilakukan mSR, kan tadi dari mas adi nah kalauke masyarakatnya pemeriksaan fakta gimana ?

Mas Adi : Ya tadi yang Tular Nalar berupa sekolah kebangsaan, akademi lansia. Dengan menggunakan fitur-fitur pencahariaan di Google ada fityur-fitur lain kayak pencaharian gambar pakai google image seperti itu sih, jadi fitur-fitur yang kira-

kira bagi mereka itu mudah dijangkau, kayak Google lens kalau mereka tidak memiliki laptop

Luthfiah : Kalau proses memeriksa fakta kayak video gitu?

Mas Adi : Ya, kalau biasanya karena masyarakat tidak memiliki laptop itu agak kesulitan ya, jadi kita baru sebatas yang sederhana. Karena kalau be gitu udah tingkat lanjutan

Luthfiah : Dari mas adi, gimana cara agar berita yang kita konsumsi itu minim hoaks nya?

Mas Adi : Secara sederhana yang paling penting bagi masyarakat adalah ketika menerima sebuah informasi ada istilah di mafindo saring sebelum shearing kemudian verifikasi sebelum berbagi nah itu adalah dua hal yang selalu kita sampaikan kepada masyarakat dan harapannya masyarakat akan menerapkan hal tersebut itu yang paling sederhana. Lahkah selanjutnya kalau kita menerima sebuah informasi dalam artikel ya jangan cuman baca judulnya, baca keseluruhannya sampai selesai. Kemudian kalau kita merasa masih ragu sama artikel tersebut, ya coba kita carikan artikel pembanding gitu. Misalnya mencatat nama media, kita coba cari media yang dicatut di dalam artikel tersebut, apakah memang ada disana atau tidak. Kalau memang ada, coba kita bandingkan dengan media yang lain, ada informasi yang sama atau enggak. kalau memang udah ragu banget nih, ya udah informasi tersebut enggak diteruskan ke mana. Setop di kita sehingga tidak membuat informasi yang meragukan itu dan mungkin sebagian besarnya udah terdeteksi sebagai informasi palsu terus menyebar gitu.

Luthfiah : Nah, kalo istilah algoritma itu juga mempengaruhi konten yang muncul di beranda kita itu bener nggak?

Mas Adi : Betul betul. Terutama itu kalo yang masih aktif menggunakan facebook dan Instagram Twitter. Algoritma ini sangat berpengaruh, jadi kita tentu akan melihat apa yang ingin kita lihat aja gitu. Misalnya kalau kita menyukai sesuatu, misalnya kita suka sepak bola. Kebanyakan konten yang akan kita dapatkan di beranda media sosial kita itu konten tentang bola gitu. Karena ini disebut sebagai

lingkaran setannya algoritma itu akan muncul karena kita biasanya lebih sering mencari itu di pencarian di fitur pencarian media sosial. Sehingga balik lagi itu akan memunculkan apa yang hanya ingin kita lihat aja. Jarang banget itu akan memunculkan sesuatu yang tidak ingin kita lihat. Nah, dari situ biasanya nantinya ya kita akan lebih mudah percaya dengan apa yang ingin kita percayai aja. Nah, itu yang disebut sebagai lingkaran setannya algoritma beberapa media sosial algoritmanya sangat kuat. Misalnya kalau kita pernah denger, kadang kalau kita lagi ngobrol kaya gini tentang suatu produk, produk itu bisa aja tiba tiba muncul di iklan di media sosial kita, padahal kita cuman ngobrol gitu. Nah, itu adalah sebuah fakta yang mungkin masih sebagian orang nggak percaya. Cuman itu terjadi. Tapi ada juga media sosial seperti Tiktok yang algoritmanya random dan sampai saat ini masih sulit untuk dibaca. Karena kadang apa yang kita lihat saat ini ketika kita tutup aplikasinya, kita buka lagi, itu kadang udah berbeda. Itu maksudnya ya tidak, tidak seperti misalnya Facebook yang kadang isi kontennya mirip-mirip ya. Tapi kalau ini dia lihat akan berbeda. Tiktok ini kalo aku lihat yang paling sering sama adalah kalau kita misalnya biasa ngeliat liat orang jualan. Biasanya itu yang muncul terus ya. Tapi kalo kita jarang liat live orang jualan itu jarang muncul, itu bedanya. Tapi kalau algoritmanya kalau kita sering dengerin atau kita sering nonton youtube, video video orang joget gitu itu belum tentu muncul selalu gitu. Tapi kalo masalah antara kita sering liat orang live, orang jualan dengan enggak, itu beda. Itu kalau Tiktok. Nah kalau di kolom facebook, twitter, instagram itu mirip algoritmanya sangat kuat.

Luthfiyah : Nama rambu rambu apa saja sih yang diberikan kepada masyarakat dalam memfilter informasi antara hoax dan fakta?

Mas Adi : Ya itu tadi yang aku sampaikan tadi, kita mengajak masyarakat untuk melakukan saring sebelum sharering. Mereka berbagi ataupun melakukan klarifikasi lah. Setidaknya kalau mereka mau memberi edukasi, mereka mau melakukan sharing. Jadi mereka memilah dan memilih informasi yang mana aja kira kira apa yang mereka bagikan ke media sosial itu. Kadang kan ada informasi yang sebenarnya ya enggak hoaks, bener juga tapi ga ada manfaat yang dibagikan

itu. Sehingga masyarakat ini terhindar dari dampak buruk yang ditimbulkan dari berbagai informasi yang akan dapat ditemukan. Karena dampak buruk bukan hanya ke mereka tapi juga ke orang lain.

Luthfiah : rambu rambu kayak sama kayak kalau hoax itu lebih condong.

Mas Adi : Kaya tanda tandanya ya. Kalau kita sendiri lebih sering menyampaikan kepada mereka kalo hoax itu ya informasinya misalnya sumbernya enggak jelas, gitu gitu sih. Biasanya minta diviralkan, atau judul awal informasi tersebut biasanya bersifat provokatif gitu.

Luthfiah : Dari Mafindo sendiri ada kayak forum online buat bertukar ide gitu atau bisa berdiskusi gitu?

Mas Adi : Kalau Soloraya ada grup WhatsApp teman teman relawan Soloraya, kemudian ada akun Instagram Mafindo Solo Raya itu Kalo yang kecil, kalau lebih besar lagi ya ada grup mafindo dengan masyarakat umum.

Luthfiah : Nah, kalo terkait *flagging* itu gimana mas?

Mas Adi : Ini adalah program yang diadakan oleh sekarang Meta ya, kalau dulu Facebook. Kalau di Mafindo dimulai 2018 itu mereka masih Facebook. Jadi *flagging* ini adalah program yang memungkinkan pemeriksa fakta yang terverifikasi Facebook untuk menjadi pemeriksa fakta pihak ketiga mereka. Melakukan review dan penandaan untuk konten konten yang memang sudah terbukti, itu adalah konten yang berisi informasi misinformasi dan disinformasi. Nah bedanya dengan itu kalau Facebookkan juga punya fitur pelaporan sebenarnya ya. Jadi kita bisa melaporkan konten. Nah kalo laporan kita diterima itu kontennya di takedown atau dihapus dari Facebook. Kalau *flagging* ini enggak, jadi kita akan melakukan review dan melakukan penandaan konten itu enggak akan di takedown dan enggak akan di hapus. Tapi di konten itu nanti akan ada tanda bahwa konten itu mengandung informasi yang palsu gitu. Jadi setiap kali konten itu akan dibagikan, itu akan muncul juga tanda itu. Jadi orang yang akan membagikan akan mendapatkan pemberitahuan bahwa konten itu mengandung informasi yang palsu. Kemudian tentunya pemilik konten juga dapat pemberitahuan bahwa konten

mereka itu ditandai palsu dan Facebook sendiri itu akan menurunkan atribusi dari postingan tersebut. Sehingga postingan itu kalo dicari di situs pencarian engga akan muncul. Dampak selanjutnya dari *flagging* ini adalah kalau akun tersebut sering banget kena *flagging* akun itu akan semakin lama tingkat viralitas yang akan semakin turun. Jadi postingan postingan dia itu tidak akan lagi lewat di beranda, baik temannya atau followernya itu.

Luthfiyah: Kalau *flagging* sendiri ini udah pernah di beritahukan ke masyarakat ?

Mas Adi : Paling bisa menyampaikan kalau secara khusus materinya adalah materi tentang Mafindo. Jadi paling biasanya sekali lewat aja sih. paling kita akan menyampaikan ke masyarakat aja ya kalau konten ini sudah ada tandanya ya jangan dibagi. Tandanya juga sangat jelas, karena biasanya kalo misalnya kalau dia foto atau video, kontennya itu akan tertutup. Mungkin kamu pernah liat kayak sensor anti kekerasan Facebook pesan gitu, itu kan ngeblur nah seperti itu.

Luthfiyah : Nah mas, artikel artikel periksa fakta di Mafindo sendiri bisa nggak sih kita dijadikan konten baru?

Mas Adi : Bisa banget, bisa banget. Mafindo sekarang khususnya Mafindo pusat itu lagi punya program yang nggak mewajibkan relawannya cuman relawan itu kalo mereka pengen kayak bikin konten yang reels kaya gitu atau konten Tiktok dalam bentuk video ataupun infografis, maka Mafindo itu akan sangat menghargai itu. Bahkan sampai mungkin akan memberikan kompensasi kepada setiap konten konten yang tentunya sudah dinilai layak tayang. Jadi artikel artikel tersebut yang bisa digunakan untuk bahan dasar untuk pembuatan konten tersebut bisa banget. Itu karena kita juga menyadari bahwa pembuatan konten ini kayaknya kalo cuman kontennya dalam bentuk artikel itu gak bisa menjangkau masyarakat lebih luas lagi. Makanya kenapa artikel artikel yang turnbackhoax.id itu biasanya juga dijadikan konten untuk instagramnya turnbackhoax.id, tapi juga untuk di jadikan infografis, misalnya di desain ulang.

CURRICULUM VITAE

Nama : Luthfiyah Oktari Jasmien
Tempat/tanggal lahir : Surakarta, 19 Oktober 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Gang Bengawan Solo 3, RT 03/RW 07, Mojo
Pasarkliwon, Surakarta, Jawa Tengah
Email : jasmienluthfiyah@gmail.com

Pendidikan Formal

2007 – 2013 SD Negeri Semanggi Kidul Surakarta

2013 – 2016 SMP Negeri 19 Surakarta

2016 – 2019 SMK Negeri 3 Surakarta

2019 – sekarang S1 Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Mas Said
Surakarta 2019



Wawancara dengan Relawan Mafindo, Adi Syafitrah di Banyu Langit Resto dan Wedangan pada 27 Juni 2023 pukul 16.00 WIB



Wawancara dengan Korwil Mafindo Solo Raya di East Side Coffe and Eatery pada 28 Juni 2024 pukul 10.00 WIB



Wawancara dengan Wakil Korwil Mafindo Solo Raya, Cosmas Gun Raharjo di Soto Gading 4 pada 1 Juni 2024, pukul 10.00 WIB



Kegiatan Sekolah Kebangsaan di SMA Muhammadiyah Program Khusus (PK) pada 17 Februari 2023



Kegiatan Akademi Lansia di PMI Surakarta pada 16 Februari 2023