

POST TRUTH SOCIETY DAN LITERASI DIGITAL: ANALISIS PERAN MAFINDO DALAM MELAWAN HOAKS, DIINFORMASI DAN MISINFORMASI DI INDONESIA

Edi Nurwahyu Julianto^{1*}, Inadia Aristyavani², Mira Natalia Pellu³, Suci Rahmah YF⁴, Bagus Sudarmanto⁵

¹²³⁴⁵Universitas Sahid Jaya, Indonesia

Corresponden E-mail; edi@usm.ac.id*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Mafindo (Masyarakat Anti Fitnah Indonesia) dalam upaya melawan hoaks, disinformasi, dan misinformasi di era post-truth di Indonesia. Dengan pendekatan kualitatif dan metode analisis konten, penelitian ini mengkaji 10 konten Instagram Mafindo (@turnbackhoax.id). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Mafindo mengintegrasikan social media Logic (programmability, popularity, connectivity, dan datafication) dengan Literasi Kritis Digital untuk usaha membongkar narasi hoaks, meningkatkan kesadaran publik, dan mempromosikan verifikasi fakta berbasis bukti. Meski telah memenuhi prinsip logika media sosial, posting Mafindo masih mempunyai tingkat keterlibatan yang rendah. Posting kurang menarik perhatian dan interaksi dari pengguna. Tantangan utama dalam melawan disinformasi tidak hanya terletak pada ketersediaan informasi yang benar, tetapi juga pada kemampuan menyajikannya secara menarik dan relevan dalam lanskap media sosial yang sangat kompetitif. Penelitian ini menemukan bahwa fakta kebenaran yang di bagikan oleh Mafindo masih kurang dapat bersaing secara efektif untuk memperoleh keterlibatan khalayak di ruang publik digital.

Keywords: Post-Truth; Literasi Digital; Mafindo; Hoaks; Disinformasi; Media Sosial

Abstract

This study aims to analyze the role of Mafindo (Masyarakat Anti Fitnah Indonesia) in combating hoaxes, disinformation, and misinformation in Indonesia's post-truth era. Using a qualitative approach and content analysis method, the study examines 10 Instagram posts from Mafindo (@turnbackhoax.id). The findings indicate that Mafindo integrates Social Media Logic (programmability, popularity, connectivity, and datafication) with Critical Digital Literacy to dismantle hoax narratives, raise public awareness, and promote evidence-based fact-checking. Although the posts align with the principles of social media logic, Mafindo's content demonstrates low levels of user engagement. The posts fail to attract significant attention or interaction from users. The main challenge in fighting disinformation lies not only in the availability of accurate information but also in the ability to present it in a compelling and relevant way within a highly competitive social media landscape. This study found that the facts of truth shared by Mafindo are still less able to compete effectively to gain audience involvement in the digital public space.

Keywords: Post-Truth; Digital Literacy, Mafindo, Hoaxes, Disinformation, Social Media

PENDAHULUAN

Fenomena *post-truth* telah mendapatkan perhatian signifikan dalam lanskap sosial kontemporer, di mana realitas objektif sering kali mengalah oleh narasi yang berbasiskan emosi dan subjektivitas. Secara definisi, istilah *post-truth* telah banyak dirujuk berdasarkan definisi Oxford English Dictionary (OED) yang menyatakan bahwa "fakta objektif kalah berpengaruh dibanding opini dan emosi" (Zarzosa & Ruvalcaba, 2025). Definisi ini, sebagaimana diuraikan oleh McIntyre (Yamaguchi & Tanihara, 2025) dan juga didukung oleh Capilla (Zahro', Nur

Fadhilah, Hermawati, Imaduddin, & Santoso, 2024), memfokuskan perhatian pada dominasi narasi emosional dan subjektif dalam membentuk persepsi publik. Namun, kritik terhadap definisi ini telah muncul, salah satunya disampaikan oleh Arencibia dan Velázquez yang menekankan bahwa pemisahan antara fakta dan emosi justru berpotensi memberikan legitimasi bagi suatu "rezim pengetahuan" yang menguntungkan kelompok tertentu dan mengesampingkan kebenaran tidak resmi (Zheng, 2024). Di sinilah dilema utama muncul, yaitu antara upaya mempertahankan kebenaran objektif untuk mendukung proses demokrasi dan risiko sekaligus menutup ruang dialog plural atas berbagai narasi kebenaran (McIntyre, 2018).

Kemunculan teknologi digital, terutama ujung tanduk media sosial, telah mengguncang lanskap komunikasi dengan menciptakan gelembung informasi (*filter bubble*) yang memungkinkan setiap individu terperangkap dalam ruang narasi terpersonalisasi. Seperti dikemukakan oleh Li (Wijayati, Mandasari, & Usman, 2021), algoritma media sosial tidak hanya menyaring dan mengemas ulang informasi, tetapi juga menghasilkan "*narrative ecologies*" yang menekankan pada emosi dan keyakinan personal. Akibatnya, hoaks, berita bohong, dan informasi yang dipelintir (yang sering disamakan dengan artefak *post-truth*) dengan mudah menyebar dan mendapat tempat di ruang publik (Wardle & Derakhshan, 2017). Penelitian oleh Aminulloh et al. (2021) menggambarkan bagaimana propaganda dalam konteks politik, seperti pada pemilihan presiden Indonesia 2019, menggunakan strategi *post-truth* untuk mengaburkan batas antara fakta dan opini demi keuntungan politik tertentu. Sementara itu, Zheng (Vosoughi, Roy, & Aral, 2018) menyoroti evolusi fenomena *post-truth* yang tidak hanya berdampak pada lanskap politik, tetapi juga menantang paradigma epistemologis yang selama ini mengutamakan kebenaran yang dapat diverifikasi secara objektif. Kondisi ini mendasari munculnya tantangan baru dalam mengidentifikasi kebenaran di tengah banjir informasi di era *post-truth*.

Analisis anatomi *post-truth* menyajikan sebuah kerangka konseptual yang membagi fenomena kompleks ini ke dalam tiga dimensi utama, yaitu dimensi pesan, pengetahuan, dan ekologi. Dimensi pesan mengacu pada aspek komunikasi yang meliputi dua komponen utama, yaitu aspek tekstual dan retorik. Aspek tekstual menitikberatkan pada semantik, struktur, dan susunan pesan, di mana cara penyajian suatu informasi—misalnya melalui headline yang identik namun disertai dengan gambar berbeda—dapat menghasilkan interpretasi yang kontras terhadap suatu fenomena sosial atau politik (Tomassi, Falegnami, & Romano, 2024). Konsep *pseudo-context* yang dikemukakan oleh Neil Postman memperjelas bahwa konteks visual dan elemen non-teks dalam suatu pesan dapat secara signifikan mempengaruhi cara pesan tersebut diterima, sehingga menciptakan narasi yang tidak sepenuhnya mencerminkan kenyataan (Suhendra & Selly Pratiwi, 2024). Di sisi lain, aspek retorik menonjolkan praktik berbahasa melalui pemanfaatan struktur logis (*logos*), daya tarik emosional (*pathos*), dan kredibilitas komunikator (*ethos*). Dalam era *post-truth*, penekanan yang berlebihan pada *pathos* dan *ethos* memungkinkan terbentuknya kredibilitas yang bersifat palsu, sehingga memfasilitasi manipulasi informasi, terutama di ranah media sosial (Soßdorf, Stein, Bezzaoui, & Fegert, 2024)..

Dimensi pengetahuan merupakan ranah meta di mana nilai-nilai epistemologis dan logika setiap subjek saling berpotongan, menciptakan medan pertarungan antara berbagai "lokus

pengetahuan" seperti kebenaran saintifik, agama, dan nasionalisme. Konflik antara paradigma ilmiah yang menekankan testabilitas dan falsifikasi dengan narasi ideologis yang bersifat dogmatis menunjukkan bagaimana perdebatan epistemologis ini mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap apa yang dianggap benar atau valid. Ketegangan ini, yang sering kali berujung pada denialism, menggarisbawahi peran penting pemahaman kritis dalam menavigasi spektrum pengetahuan yang beragam dalam masyarakat *post-truth* (Saraswati, Pasaribu, & Nugroho, 2021).

Sementara itu, dimensi ekologi menyoroti bagaimana lingkungan digital modern—disebut juga ekosistem digital—berperan aktif dalam menyebarkan dan menguatkan fenomena *post-truth*. Dalam ekosistem ini, algoritma media sosial tidak hanya berfungsi secara pasif dengan mengakumulasi perilaku pengguna yang menghasilkan *filter bubble*, tetapi juga secara aktif mengatur distribusi informasi melalui segmentasi yang bias berdasarkan faktor demografis dan ideologis (Salman Salleh @ Abdul Latif, Aqilah Megat Zambri, Abdul Latiff, & Kamal, 2023). Interaksi antara algoritma dan perilaku pengguna ini menghasilkan apa yang dapat disebut sebagai "katastrofi informasi", suatu kondisi di mana distorsi dan bias dalam penyebaran informasi semakin memperburuk ketidakmampuan masyarakat dalam mengkonstruksi realitas secara obyektif (Saidah, 2020). Integrasi pemahaman mendalam terhadap ketiga dimensi—pesan, pengetahuan, dan ekologi—dapat menjadi landasan dalam mengembangkan strategi literasi *post-truth* yang meliputi pembelajaran tekstual, analisis epistemologis, dan evaluasi kritis terhadap ekosistem media digital (Roxanne, Rasyidin, & Setijadi, 2023).

Fenomena era *post-truth* di Indonesia telah menciptakan lanskap informasi yang semakin kompleks, di mana kebenaran objektif sering kali tersisihkan oleh narasi emosional dan polarisasi politik yang intens. Data terbaru dari Kominfo (Reza, Sugiarta, Ilham, & Lestari, 2024) menunjukkan bahwa jumlah kasus hoaks mencapai 1.923 sepanjang tahun, dengan lonjakan tertinggi pada bulan Oktober (215 kasus). Kategori penipuan mendominasi sekitar 46,3% dari total kasus, disusul oleh konten politik (12,3%) dan pemerintahan (11,1%), yang menyoroti betapa masyarakat rentan terhadap manipulasi informasi. Data ini sejalan dengan temuan Bulya dan Izzati Bulya & Izzati (2024) yang menekankan bahwa rendahnya tingkat literasi digital di Indonesia menyebabkan kerentanan terhadap penyebaran informasi palsu dan manipulatif.

Indeks literasi digital Indonesia yang masih berada pada level sedang (3,49 dari 5), bersamaan dengan fakta bahwa hanya 25% masyarakat yang secara aktif memverifikasi informasi sebelum membagikannya (Kominfo & Katadata, 2023), serta 62% pengguna yang merasa kesulitan membedakan informasi valid dari hoaks (APJII, 2023) menandakan perlunya intervensi strategis. Dalam konteks ini, munculnya Mafindo (Masyarakat Anti Fitnah Indonesia) sebagai aktor kritis, melalui inisiatif seperti CekFakta.com dan program #ThinkBeforeShare, menjangkau lebih dari 2 juta peserta pelatihan literasi digital dan mengaktifkan jaringan 15.000 relawan di 34 provinsi. Keberhasilan Mafindo dalam memverifikasi 1.285 klaim informasi dengan akurasi mencapai 92% (Rahmawati, Mulyana, Lumakto, Viendyadari, & Anindhita, 2021) menunjukkan pendekatan verifikasi fakta berbasis komunitas. Pendekatan ini juga sejalan dengan perspektif Anthonysamy dan Sivakumar Anthonysamy & Sivakumar (2022)

mengenai perlunya kerangka literasi digital baru untuk membedakan fakta dan informasi palsu dalam ekosistem digital yang terus berkembang.

Dalam ekosistem informasi global saat ini, fenomena *post-truth society* telah mengubah dinamika interaksi antara fakta objektif dan narasi emosional. Idealisasi (*das sollen*) dari suatu lingkungan digital yang sehat mengharapkan standar akurasi, kredibilitas, dan verifikasi yang ketat sebagai landasan pengambilan keputusan publik, yang sekaligus mengedepankan literasi digital sebagai fondasi interaksi masyarakat di media sosial (Rahmanto, Yuliarti, & Naini, 2023). Namun, kenyataan empiris (*das sein*) menunjukkan penyebaran hoaks, disinformasi, dan misinformasi semakin masif. Algoritma yang mengutamakan keterlibatan emosional, seperti yang diuraikan oleh van Dijck dan Poell (2013), memperkuat agenda ini, sedangkan rendahnya kemampuan literasi kritis masyarakat menambah kompleksitas dalam membedakan antara informasi valid dan hoaks (Plantin & Punathambekar, 2019).

Fenomena *post-truth* ini telah mengakibatkan distorsi yang serius terhadap kualitas demokrasi, kohesi sosial, dan kepercayaan publik terhadap institusi. Manipulasi visual, framing politik yang menyesatkan, dan distribusi informasi yang berbasis kepentingan ideologis menjadi agenda dominan di ruang publik. Di sinilah peran aktor pemeriksa fakta, khususnya Mafindo (Masyarakat Anti Fitnah Indonesia), sebenarnya menjadi krusial. Mafindo tidak hanya melakukan verifikasi fakta secara teknis melalui algoritma pencarian dan datafikasi, tetapi juga mengintegrasikan pendekatan edukatif melalui strategi literasi kritis. Pendekatan ini melibatkan pembongkaran narasi hoaks, peningkatan kesadaran reflektif publik, serta edukasi melalui visualisasi kreatif yang menitikberatkan dekonstruksi ideologi yang mendasari penyebaran disinformasi (Oktarin & Hastomo, 2024)..

Meskipun telah banyak riset yang mengkaji verifikasi data secara teknis atau kampanye literasi digital secara umum, gap penelitian yang teridentifikasi adalah minimnya kajian yang secara simultan menganalisis integrasi antara *Social Media Logic* dan Literasi Kritis Digital dalam kerja klarifikasi oleh Mafindo. Integrasi ini menciptakan model hybrid yang merangkul dimensi teknis—seperti *programmability*, *popularity*, *connectivity*, dan *datafication*—serta dimensi kritis yang membongkar struktur kekuasaan dan ideologi di balik hoaks (Nurlatifah, 2019). Pemanfaatan kanal Instagram oleh Mafindo (@turnbackhoax.id) sebagai media distribusi klarifikasi faktual menunjukkan bahwa organisasi tersebut berupaya merancang narasi alternatif berbasis data yang mendorong pemikiran kritis di kalangan masyarakat. Pendekatan ini, yang menggabungkan verifikasi berbasis algoritma dan pendekatan kritis edukatif, tidak hanya menanggapi penyebaran hoaks secara reaktif, tetapi juga secara proaktif mengurangi dampak disinformasi dengan membangun ketahanan informasi melalui literasi digital.

Penelitian ini ingin menggali sejauh mana posting cek fakta yang dibuat oleh Mafindo telah menggunakan prinsip-prinsip *Social Media Logic* dan Literasi Kritis Digital dalam menciptakan model keterlibatan publik yang efektif dalam menghadapi tantangan era *post-truth*. Model integratif ini diharapkan memberikan blueprint bagi penguatan literasi digital di negara berkembang serta memperkaya diskursus akademik mengenai peran masyarakat sipil dalam menangkal disinformasi (Nowak-Teter, 2025). Penelitian ini juga ingin menjawab pertanyaan,

apakah posting cek fakta dari Mafindo mempunyai keterlibatan dengan pengguna media sosial (dilihat dari jumlah like dalam postingan).

STUDI LITERATUR

Gangguan Informasi

Dalam masyarakat post-truth, terdapat fenomena gangguan informasi (information disorder). Istilah ini mengacu kepada penyebaran informasi yang salah atau menyesatkan di dunia digital dan media sosial.

Wardle & Derakhshan (2017) mengategorikan tiga bentuk gangguan informasi. Pertama, misinformasi: informasi yang salah atau tidak akurat, namun disebarakan tanpa niat buruk atau niat untuk menipu. Misalnya, seseorang yang membagikan berita yang keliru karena mereka percaya itu benar, tanpa menyadari kesalahannya. Sebagai contoh, selama pandemi COVID-19, banyak sekali berita yang beredar mengenai cara-cara penyembuhan yang tidak berdasar, seperti minum air hangat atau meminum campuran tertentu untuk mencegah infeksi. Meskipun informasi ini tidak didasarkan pada bukti ilmiah, banyak orang yang menyebarkannya tanpa bermaksud menyesatkan, tetapi lebih karena mereka percaya bahwa itu akan membantu.

Kedua, disinformasi: informasi yang salah atau menyesatkan yang sengaja dibuat dan disebarakan dengan tujuan untuk menipu, membingungkan, atau memanipulasi orang lain. Berbeda dengan mis-informasi yang tidak memiliki niat jahat, dis-informasi adalah informasi palsu yang disebarakan dengan tujuan tertentu, seperti untuk mempengaruhi opini publik, merusak reputasi seseorang, atau bahkan menciptakan kebingungan politik. Dis-informasi sering kali digunakan dalam konteks kampanye politik atau peperangan informasi di dunia maya, di mana pihak-pihak tertentu berusaha untuk mengendalikan narasi dengan cara yang menyesatkan (Nanda & Budimansyah, 2020).

Ketiga, malinformasi: informasi yang berdasarkan kenyataan tetapi dipilih dan disebarakan dengan cara yang dapat menyebabkan kerusakan atau memanipulasi persepsi. Informasi yang disebarakan memang benar adanya, tetapi disajikan atau disebarakan dengan tujuan untuk mencederai atau merusak pihak yang menjadi sasaran. Misalnya, data pribadi seseorang atau informasi sensitif tentang seseorang dipublikasikan secara terbuka dengan tujuan untuk mencemarkan nama baik atau merusak reputasi seseorang. Tabel menunjukkan jenis dan perbandingan dari tiga bentuk gangguan informasi (dikutip dari Wardle & Derakhshan, 2017).

Jenis Gangguan Informasi	Definisi	Tujuan/ Penyebab	Contoh	Penyebaran
Mis-informasi	Penyebaran informasi yang salah tanpa niat untuk menyesatkan atau merugikan orang lain.	Ketidaktahuan atau kesalahan persepsi dari individu yang menyebarkan informasi.	- Menyebarakan klaim kesehatan palsu yang tidak berdasarkan bukti ilmiah. Berita palsu mengenai	- Informasi salah yang tersebar karena kurangnya verifikasi dan pengetahuan. - Dapat menyebar melalui media sosial dengan cepat karena

Dis- informasi	Informasi yang sengaja disebarkan dengan tujuan untuk menyesatkan, memanipulasi, atau merusak reputasi pihak tertentu.	Disengaja dan dirancang untuk menciptakan kebingungan atau mencapai tujuan tertentu, seperti manipulasi opini publik.	<p>kematian selebriti yang disebarkan tanpa memverifikasi kebenarannya.</p> <p>- Berita palsu yang dibuat selama pemilu untuk merusak reputasi calon tertentu.</p> <p>- Informasi palsu mengenai kebijakan pemerintah untuk menciptakan ketegangan politik.</p> <p>- Pembocoran data pribadi atau percakapan pribadi yang disebarkan untuk merusak reputasi individu.</p> <p>- Foto atau dokumen pribadi yang dipublikasikan untuk memfitnah atau merusak citra politikus.</p>	<p>pembaca tidak memeriksa kebenaran sebelum membagikannya.</p> <p>- Biasanya dilakukan oleh pihak yang berkepentingan melalui akun palsu atau penyebaran konten manipulatif.</p> <p>- Terutama tersebar di media sosial, sering kali menggunakan teknik manipulasi psikologis dan penyajian informasi yang tampaknya kredibel.</p> <p>- Penyebaran informasi yang benar dengan cara yang menyakitkan, seperti melalui media sosial atau platform lainnya.</p> <p>- Biasanya digunakan oleh individu atau kelompok dengan niat jahat untuk merusak reputasi orang atau kelompok yang menjadi sasaran.</p>
Mal- informasi	Informasi yang benar, tetapi disebarkan dengan tujuan untuk merugikan atau mencemarkan nama baik seseorang atau kelompok.	Sengaja disebarkan untuk merusak reputasi atau menyakiti pihak tertentu, meskipun informasi tersebut benar.		

Penyebaran Gangguan Informasi

Pada era teknologi internet, penyebaran berita palsu (gangguan informasi) bisa berlangsung secara cepat. Vosoughi, Roy & Aral (2018) membuat studi menarik mengenai bagaimana berita palsu dan benar menyebar secara berbeda di platform Twitter selama lebih dari satu dekade. Studi ini mengumpulkan lebih dari 126.000 cerita berita yang telah diverifikasi kebenarannya oleh enam lembaga pemeriksa fakta independen, termasuk Snopes dan PolitiFact. Cerita-cerita ini dibagikan lebih dari 4,5 juta kali oleh sekitar 3 juta akun Twitter

antara tahun 2006 dan 2017. Tujuan dari penelitian ini bukan hanya untuk melacak berita palsu, tetapi untuk memahami struktur dan dinamika penyebarannya, serta siapa saja yang berperan di dalamnya.

Salah satu temuan dalam studi ini adalah bahwa berita palsu, khususnya yang bersifat politik, menyebar jauh lebih cepat dan lebih luas dibanding berita yang terbukti benar. Misalnya, sementara berita benar jarang menjangkau lebih dari seribu orang, berita palsu secara konsisten mampu menjangkau antara seribu hingga seratus ribu orang lebih cepat dan dengan struktur penyebaran yang lebih viral (Haq, 2022).

Mengapa berita palsu lebih cepat menyebar dibandingkan dengan berita yang benar? Vosoughi, Roy & Aral (2018) mengidentifikasi sejumlah penyebab. Pertama, berita palsu umumnya mengandung unsur kejutan atau kebaruan yang lebih besar dibanding berita benar. Berita palsu sering kali mengandung unsur kebaruan tinggi yang menarik perhatian, memicu rasa penasaran, dan akhirnya mendorong orang untuk membagikannya. Sebaliknya, berita yang benar cenderung bersifat konfirmasi atau lanjutan dari hal-hal yang sudah diketahui, sehingga dianggap kurang menarik untuk dibagikan. Kedua, aspek emosional. Peneliti menemukan bahwa berita palsu lebih sering menimbulkan emosi seperti ketakutan, kejjikan, dan kejutan. Emosi-emosi negatif ini sangat kuat dalam mendorong reaksi cepat dan penyebaran. Sebaliknya, berita benar lebih sering memicu emosi yang lebih tenang seperti rasa percaya, kesedihan, dan antisipasi.

Ketiga, struktur penyebaran. Penyebaran berita palsu sangat efisien adalah struktur penyebarannya yang bersifat viral, bukan hanya berbentuk siaran luas dari satu sumber. Sebuah berita palsu sering disebarkan dari satu pengguna ke pengguna lain dalam rantai panjang yang dalam, menghasilkan penyebaran yang menyebar seperti jaringan cabang pohon. Ini berbeda dengan penyebaran berita benar yang cenderung seperti siaran langsung dari satu titik pusat dan tidak bercabang sejauh itu. Struktur ini memungkinkan berita palsu menjangkau pengguna-pengguna baru di berbagai sudut jaringan media sosial secara eksponensial (Mugiyanto, 2022).

Yang menarik, studi Vosoughi, Roy & Aral (2018) juga menunjukkan bahwa peran utama dalam penyebaran berita palsu bukanlah bot, melainkan manusia itu sendiri. Meskipun bot memang berkontribusi dalam mempercepat penyebaran informasi, mereka melakukannya tanpa membedakan kebenaran dari kepalsuan. Bot menyebarkan berita palsu dan benar dengan tingkat yang sama. Sebaliknya, manusia cenderung lebih sering menyebarkan berita palsu dibanding berita yang benar.

Peran Lembaga Pemeriksa Fakta

Wardle & Derakhshan (2017) mengusulkan beberapa langkah untuk menghentikan penyebaran berita palsu (gangguan informasi). Pertama, kebijakan dan regulasi. Salah satu langkah pertama yang disarankan untuk mengatasi gangguan informasi adalah dengan memperkenalkan kebijakan dan regulasi yang lebih ketat terkait dengan penyebaran informasi di ruang publik, terutama di platform digital. Kebijakan ini harus mengatur bagaimana informasi disebarkan, siapa yang bertanggung jawab, dan bagaimana menangani pelanggaran yang dapat menyebabkan disinformasi menyebar luas. Pengenaan sanksi terhadap individu

atau kelompok yang terlibat dalam pembuatan dan penyebaran disinformasi yang merugikan masyarakat.

Kedua, peningkatan literasi media. Literasi media membantu masyarakat untuk lebih bijak dalam mengonsumsi, menilai, dan membagikan informasi. Dengan literasi media yang baik, individu lebih mampu membedakan antara informasi yang sah dan informasi yang berpotensi menyesatkan (Mrah, 2022). Bentuk literasi ini di antaranya pendidikan formal, program pelatihan (untuk memahami cara-cara mengevaluasi kebenaran suatu informasi dan memverifikasi sumbernya) dan kampanye publik mempromosikan verifikasi informasi.

Ketiga, inovasi teknologi. Teknologi, khususnya alat verifikasi dan algoritma, dapat berperan penting dalam mengidentifikasi dan mengurangi gangguan informasi. Alat-alat seperti Snopes, FactCheck.org, dan PolitiFact membantu dalam memverifikasi klaim yang tersebar di media sosial dan internet. Perusahaan teknologi juga dapat mengembangkan sistem otomatis yang menggunakan kecerdasan buatan (AI) untuk mendeteksi dan menandai informasi palsu atau menyesatkan.

Keempat, media sosial dan platform digital. Sebagai saluran utama penyebaran informasi di era digital, media sosial dan platform digital memiliki peran yang sangat penting dalam upaya penyelesaian gangguan informasi. Platform-platform ini perlu bertanggung jawab dalam mengelola konten yang mereka sebarkan dan memastikan bahwa informasi yang salah tidak terus menyebar. Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh platform media sosial adalah memberikan label atau peringatan pada konten yang mengandung klaim palsu atau belum diverifikasi. Platform dapat menghapus atau membatasi visibilitas konten yang terbukti palsu, terutama jika konten tersebut berpotensi membahayakan kesehatan publik atau ketertiban sosial. Agar masyarakat dapat lebih memahami bagaimana informasi tersebar, platform media sosial harus lebih transparan mengenai bagaimana algoritma mereka bekerja dalam menentukan konten apa yang ditampilkan (López-Meri, Doménech-Fabregat, & Marcos-García, 2024).

Lembaga pemeriksa fakta (seperti Mafindo di Indonesia) mempunyai peran penting dalam membatasi konten palsu. Menurut Wardle & Derakhshan (2017), Lembaga pemeriksa fakta berfungsi untuk memverifikasi klaim atau informasi yang beredar di masyarakat, terutama yang tersebar melalui media sosial dan platform digital lainnya. Dengan melakukan verifikasi terhadap informasi yang beredar, mereka membantu masyarakat untuk membedakan antara informasi yang benar dan yang salah.

Logika Media Sosial

Untuk menjelaskan bagaimana lembaga pemeriksa fakta melakukan upaya verifikasi informasi agar tersebar luas ke masyarakat, penelitian ini menggunakan teori logika media sosial.

Pendekatan *Social Media Logic*, sebagaimana dikembangkan oleh van Dijck dan Poell (2013), menawarkan kerangka kerja untuk memahami bagaimana karakteristik dan mekanisme platform media sosial memengaruhi pola produksi, distribusi, dan konsumsi informasi. Empat elemen kunci – *programmability*, *popularity*, *connectivity*, dan *datafication* – menjelaskan bahwa platform digital tidak hanya menyebarkan informasi tetapi juga mengendalikan visibilitas dan interaksi melalui algoritma. Sebagai contoh, *programmability*

memungkinkan Mafindo menggunakan algoritma pencarian canggih untuk mendeteksi serta memverifikasi informasi secara *real-time*, meskipun tidak ada referensi spesifik yang mendukung klaim ini secara langsung (Tomassi et al., 2024). Hal ini sejalan dengan temuan Tomassi et al. yang menunjukkan bahwa transformasi aktivitas pengguna menjadi data yang dapat dianalisis merupakan komponen penting dalam mengelola informasi yang masuk (Li, 2023).

Elemen *popularity* menunjukkan bahwa konten yang memiliki tingkat keterlibatan tinggi (seperti likes, shares, dan comments) cenderung lebih diperhatikan. Strategi Mafindo yang menggunakan ajakan interaktif, misalnya “Yuk, cek faktanya!”, merupakan adaptasi terhadap logika popularitas yang memanfaatkan dinamika algoritma dan keterlibatan pengguna untuk mencapai audience yang lebih luas, namun, referensi terkait verifikasi tidak sepenuhnya mendukung manfaat khusus ini (Komara & Widjaya, 2024).. *Connectivity*, di sisi lain, berkaitan dengan cara konten dihubungkan ke sumber kredibel dan komunitas yang lebih besar. Dalam konteks ini, Mafindo mengarahkan penggunaannya ke website resmi atau kanal komunikasi seperti WhatsApp, yang membantu membangun jaringan informasi yang dapat diverifikasi dan saling mendukung (Kamri et al., 2022).

Sementara itu, *datafication* mengacu pada pengumpulan metadata dan pemanfaatan teknik AI dalam mendeteksi dan memverifikasi elemen visual, yang semakin memperkuat keabsahan klarifikasi yang disampaikan oleh Mafindo. Saat ini, tidak ada referensi yang cukup kuat dalam mendukung klaim ini secara spesifik (Jiang & Vetter, 2020).

Pendekatan Literasi Kritis Digital berfokus tidak hanya pada kemampuan untuk mengenali informasi salah, melainkan pada upaya membongkar struktur kekuasaan, ideologi, dan teknologi yang memungkinkan penyebaran disinformasi. Dalam kerangka ini, aspek kritik terhadap narasi hoaks sangat penting. Mafindo, misalnya, berupaya mendekonstruksi framing konspiratif dalam isu vaksin dan politik dengan cara membedah struktur bahasa serta representasi visual yang digunakan, yang sejalan dengan kajian Jiang dan Vetter mengenai perlunya literasi media kritis untuk menghadapi epistemologi ketidaktahuan. Selain itu, peningkatan kesadaran publik dicapai dengan mengajak masyarakat untuk secara aktif melakukan verifikasi, sebagaimana yang diungkapkan oleh Oktarin dan Hastomo Oktarin & Hastomo (2024) yang menekankan pengembangan kapasitas berpikir kritis dalam menghadapi informasi digital.

Aspek visualisasi dan edukasi juga memiliki peran strategis dalam literasi kritis digital melalui penggunaan infografik, hasil deteksi AI, dan visual tracing yang menawarkan representasi visual struktur hoaks secara sistematis. Pendekatan ini sangat efektif dalam mentransformasi informasi kompleks menjadi format yang mudah dipahami, mendukung argumen Soßdorf et al (Isnanto, Muhammad, & Yulianti, 2023) yang menekankan pentingnya visualisasi data untuk mengungkap manipulasi informasi. Terakhir, posisi ideologis Mafindo yang secara tegas menolak narasi berbasis SARA dan politik identitas mencerminkan dimensi perjuangan ideologis yang menuntut tidak hanya verifikasi fakta semata, tetapi juga kesadaran kritis terhadap agenda politik dan kekuasaan, di mana hal ini juga ditegaskan oleh Jiang dan Vetter (Jiang & Vetter, 2020).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten untuk mengevaluasi peran Mafindo dalam upaya melawan hoaks, disinformasi, dan misinformasi di Indonesia. Metode penelitian yang dipilih ini tepat karena dapat memberikan pemahaman mendalam mengenai konteks sosial dan komunikasi yang kompleks di era digital, serta mengeksplorasi bagaimana konten yang disajikan oleh Mafindo berkontribusi pada peningkatan kesadaran masyarakat (González Arencibia & Hernández Velázquez, 2021). Analisis konten, sebagai metode yang bisa menggali makna dan narasi yang ada di dalam publikasi media sosial, memungkinkan peneliti untuk memahami dengan jelas bagaimana bentuk hoaks dan respons terhadapnya dapat memengaruhi opini publik (Fatmawati, 2020).

Data dalam penelitian ini dikumpulkan dari sepuluh konten Instagram Mafindo (@turnbackhoax.id) yang memiliki tingkat engagement tertinggi selama periode tertentu. Pemilihan konten didasarkan pada dua faktor utama: relevansi terhadap isu hoaks yang aktual serta popularitas di kalangan pengguna. Konten yang dipilih mencakup berbagai jenis hoaks, seperti informasi kesehatan, politik, dan isu sosial sensitif, yang menciptakan gambaran komprehensif tentang upaya Mafindo dalam melawan disinformasi. Pemilihan konten yang beragam ini penting agar analisis dapat mencakup aspek-aspek berbeda dari hoaks yang beredar di masyarakat dan bagaimana konten tersebut diterima oleh publik (Suhendra & Selly Pratiwi, 2024).

Kerangka teori penelitian ini berfokus pada dua pendekatan penting: Social Media Logic dan Literasi Kritis Digital. *Social Media Logic* (van Dijck et al., 2018) menjelaskan bagaimana elemen seperti programmability, popularity, connectivity, dan datafication memengaruhi cara Mafindo berinteraksi dengan audiens (Suhendra & Selly Pratiwi, 2024). Dalam hal ini, analisis bagaimana Mafindo memanfaatkan algoritma platform media sosial dalam mencapai audiens yang lebih luas dan menciptakan konektivitas dengan sumber informasi yang kredibel merupakan elemen kunci dalam memahami dampaknya terhadap penanggulangan hoaks (Rahmanto et al., 2023).

Di sisi lain, Literasi Kritis Digital berfungsi untuk menganalisis dimensi ideologis, struktural, dan edukatif dari konten Mafindo, dengan fokus pada dekonstruksi narasi hoaks, peningkatan kesadaran publik, dan penggunaan media kreatif untuk visualisasi informasi (Roxanne et al., 2023). Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi upaya Mafindo dalam membongkar narasi yang menyesatkan dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam memeriksa fakta, yang bersinergi dengan strategi penguatan literasi digital untuk membangun ketahanan informasi publik di era *post-truth* (Fardiah, Darmawan, Rinawati, Cholifah, & Abdullah, 2023).

Analisis tematik dilakukan dengan mengelompokkan konten berdasarkan jenis hoaks, platform, serta dominasi elemen teori dalam setiap konten. Pendekatan ini membantu peneliti menemukan pola dan hubungan antar konten yang diidentifikasi sebagai strategi efektif yang diadopsi oleh Mafindo. Melalui analisis ini, diharapkan hasilnya dapat menunjukkan sejauh mana teknologi media sosial dan pendekatan literasi kritis dapat berkontribusi pada ketahanan informasi masyarakat di tengah arus informasi yang melimpah dan sering kali menyesatkan (Putera Semadi, 2024).

HASIL PENELITIAN

Analisis Social Media Logic

Dalam menghadapi tantangan hoaks dan disinformasi di era digital, penting untuk memahami peran yang dimainkan oleh program-program literasi digital, termasuk upaya yang dilakukan oleh Mafindo melalui akun Instagram @turnbackhoax.id. Mafindo mengadopsi strategi verifikasi berbasis bukti, di mana konten yang dipublikasikan tidak hanya reaktif tetapi juga proaktif dalam membangun kesadaran kritis masyarakat terhadap informasi yang beredar. Upaya ini sejalan dengan definisi literasi digital yang mencakup kemampuan individu dalam memahami, mengevaluasi, dan berkomunikasi menggunakan media digital dengan cara yang etis dan efektif (EL JAMYLY & EL FARRAN, 2023).

Melalui analisis terhadap konten dengan engagement tertinggi yang dipilih, kita dapat mengamati elemen utama dari kerangka social media logic yang mencakup *programmability*, *popularitas*, *konektivitas*, dan *datafication*. Elemen *programmability* terlihat dari bagaimana konten Mafindo dirancang untuk menarik perhatian dan memfasilitasi interaksi dengan audiens. Popularitas dicapai melalui pemilihan topik yang relevan dan terkini mengenai hoaks, yang memungkinkan konten tersebut menjadi viral. Selain itu, konektivitas dipromosikan melalui kolaborasi dalam pembuatan dan penyebaran konten yang didasarkan pada interaksi dengan pengguna lain, baik individu maupun organisasi, yang memperkuat dampak dari informasi yang diklarifikasi (El Jamyly & El Farran, 2023).


Datafication berperan dalam mendukung proses evaluasi dan pengukuran efektivitas konten Mafindo. Dengan menggunakan data analitik, Mafindo mampu memahami audiensnya dan menyesuaikan konten agar lebih relevan dan menarik bagi mereka. Hal ini menunjukkan adaptasi Mafindo terhadap dinamika yang ada di ekosistem media sosial yang terus bertransformasi, mengeksplorasi peluang yang diberikan oleh platform-platform tersebut untuk menyebarkan informasi yang akurat.

Dengan fokus pada konten yang ditangani, tampak bahwa pemilihan konten berdasarkan tingkat engagement tinggi merupakan refleksi dari respons mereka terhadap hoaks yang paling berdampak. Pendekatan ini tidak hanya menunjukkan efektivitas, tetapi juga mendemonstrasikan bagaimana Mafindo berkontribusi dalam membangun ketahanan informasi di kalangan masyarakat, melalui pengembangan keterampilan literasi digital yang esensial dalam menghadapi arus informasi yang cepat dan terkadang menyesatkan.

Secara keseluruhan, upaya dan kontribusi Mafindo dalam literasi media digital sangat penting dalam konteks sosial saat ini, di mana keterampilan digital dan kemampuan untuk berpikir kritis terhadap informasi adalah hal yang sangat krusial bagi masyarakat. Praktik-praktik literasi digital yang dipromosikan oleh Mafindo, bukan hanya reaksi terhadap hoaks, tetapi juga langkah proaktif untuk membangkitkan kesadaran dan ketahanan terhadap disinformasi dalam masyarakat.

Adapun hasil analisis terhadap 10 konten Instagram @turnbackhoax.id tersaji sebagai berikut :


Tabel 2. Konten Menyesatkan Foto Guru Agama Yang Melakukan Tindakan Tak Senonoh ke Siswa di Grobogan (Diunggah 27 Januari 2025)

	Elemen	Analisis
	Programmability	Mafindo menggunakan sistem digital platform (Google Lens, TikTok) untuk menelusuri sumber video secara otomatis. Ini menunjukkan bagaimana platform digital diprogram untuk mendukung pencarian kebenaran secara visual berbasis metadata
	Popularity	Postingan ini mencoba membendung popularitas konten hoaks yang sudah menyebar dengan teknik counter-virality, yaitu menggunakan caption yang lugas (“🚫🤖 Benarkah...”) dan ajakan publik untuk <i>cek fakta</i> . Tagar dan referensi memperkuat pesan.
	Connectivity	Mafindo menyambungkan audiens ke berbagai sumber informasi yang kredibel seperti situs resmi mereka dan channel WhatsApp, serta memperkuat hubungan kepercayaan dengan audiens melalui ajakan aktif untuk “follow” dan “kunjungi website”.
	Datafication	Proses verifikasi menggunakan data digital seperti metadata video (tanggal unggah TikTok, akun resmi), serta klarifikasi berbasis lokasi dan profesi asli. Ini menunjukkan bentuk datafication berbasis <i>digital tracedan</i> identitas daring.

Dalam konteks ekosistem media digital yang semakin kompleks, klarifikasi hoaks yang dilakukan oleh Mafindo melalui akun Instagram mereka menunjukkan penerapan strategis dari empat elemen *Social Media Logic* (van Dijck et al., 2018), yaitu *programmability*, *popularity*, *connectivity*, dan *datafication*. Pertama, elemen *programmability* tercermin dari penggunaan fitur pencarian visual seperti Google Lens untuk menelusuri sumber asli video hoaks. Strategi

ini menunjukkan pemanfaatan algoritma dan sistem yang diprogram untuk mendukung proses verifikasi berbasis metadata visual. Kedua, pada aspek *popularity*, Mafindo mengadopsi strategi kontra-viral dengan memanfaatkan gaya bahasa lugas dan simbol visual yang kuat (emoji 🚫👤), disertai ajakan langsung kepada publik untuk memverifikasi informasi melalui caption seperti “Yuk kita cek dulu faktanya!”. Ini menjadi bentuk taktik untuk menandingi efek viralitas berbasis ketakutan yang biasa digunakan oleh penyebar hoaks. Ketiga, dalam dimensi *connectivity*, konten klarifikasi ini menghubungkan audiens dengan jejaring informasi yang kredibel melalui tautan ke situs resmi, kanal WhatsApp, serta sumber media sosial terverifikasi, sehingga memperkuat relasi kepercayaan dan partisipasi publik dalam proses pelurusan informasi. Keempat, melalui *datafication*, Mafindo menekankan pendekatan berbasis bukti konkret seperti identifikasi akun TikTok asli, lokasi institusi pendidikan, serta profesi yang benar dari individu dalam video. Praktik ini menunjukkan pemanfaatan *digital trace* untuk mengkonfirmasi fakta, sekaligus menjadi bagian dari strategi literasi digital yang berorientasi pada verifikasi (Pandya, 2023). Dengan memanfaatkan logika media sosial secara fungsional, Mafindo tidak hanya menetralsir penyebaran disinformasi, tetapi juga berupaya menanamkan kesadaran kritis kepada masyarakat tentang pentingnya pengecekan fakta berbasis bukti dalam ekosistem komunikasi digital kontemporer.

Tabel 3. Konten Menyesatkan Google Maps Hanya Andalkan Motor, Mobil dan Drone (Diunggah 22 Januari 2025)


	Elemen	Analisis
	Programmability	Mafindo menggunakan Google Advanced Search untuk mencari artikel dengan kata kunci spesifik (“cara kerja satelit untuk Google Maps”), menunjukkan pemanfaatan sistem algoritmik untuk memprogram pencarian informasi yang terverifikasi dan relevan.
	Popularity	Penggunaan simbol 🚫👤 dan kalimat ajakan seperti “📣📣 Yuk, kita cek fakta sebenarnya!” memanfaatkan gaya komunikasi khas media sosial untuk menarik perhatian dan mendorong partisipasi. Ini merupakan strategi <i>counter-</i>

	<i>narrative</i> terhadap framing viral dari akun hoaks.
Connectivity	Klarifikasi ini menghubungkan audiens ke situs geonusantara.id, telkomsel.com, serta mengajak follow kanal WhatsApp Mafindo. Hal ini memperkuat jejaring kredibel dan membangun konektivitas antara pengguna dengan sumber data yang sah dan terpercaya.
Datafication	Informasi dalam klarifikasi berbasis data teknis: pemanfaatan citra satelit, <i>machine learning</i> , sistem pembeda objek, serta data pengguna secara <i>real-time</i> . Data-data ini diolah menjadi narasi yang informatif dan mudah dipahami untuk publik, mendukung verifikasi berbasis bukti.

Dalam lanskap komunikasi digital yang semakin dipenuhi oleh narasi pseudo-sains, klarifikasi yang dilakukan oleh Mafindo atas klaim akun bosdarling menunjukkan penerapan yang sistematis terhadap empat elemen Social Media Logic sebagaimana dirumuskan oleh van Dijck dan Poell (2018). Pertama, dari sisi programmability, konten klarifikasi memanfaatkan kekuatan sistem pencarian berbasis algoritma melalui Google Advanced Search, yang digunakan untuk mengakses sumber kredibel seperti geonusantara.id dan telkomsel.com. Ini mencerminkan optimalisasi sistem digital yang telah diprogram untuk menemukan dan menyaring informasi berdasarkan kata kunci yang relevan. Kedua, popularity dibangun dengan cara menyesuaikan gaya narasi khas media sosial, seperti penggunaan emoji 🗳️ dan ajakan interaktif “📣📣Yuk, kita cek fakta sebenarnya!” yang bertujuan menarik perhatian serta mendorong partisipasi aktif dari pengguna. Teknik ini merupakan bentuk taktik counter-viral framing terhadap disinformasi yang sebelumnya sengaja dibingkai oleh akun bosdarling untuk menyokong paham bumi datar. Ketiga, dari aspek connectivity, konten ini menghubungkan pembaca dengan kanal informasi yang kredibel, termasuk ajakan untuk mengakses situs resmi Mafindo dan WhatsApp Channel, yang berfungsi sebagai simpul distribusi informasi berbasis

komunitas daring. Keempat, elemen datafication terwujud melalui penyajian fakta teknis tentang cara kerja Google Maps, mencakup integrasi citra satelit, machine learning, dan object recognition system, serta data pengguna secara real-time. Penjelasan ini menunjukkan upaya Mafindo untuk membumikan data teknis menjadi narasi yang mudah dipahami oleh publik awam. Dengan memanfaatkan keempat logika ini, Mafindo tidak hanya berhasil menangkal disinformasi yang bermuatan ideologis, tetapi juga berupaya memperkuat posisi mereka sebagai otoritas kredibel dalam literasi digital di era pascakebenaran (*post-truth*)

Tabel 4. Konten Menyesatkan Video “Makanan Mengandung Babi, Gerai Mie Gacoan Disegel (Diunggah 3 Maret 2025)

	Elemen	Analisis
	Programmability	Mafindo memanfaatkan <i>search engine logic</i> (pencarian takarir di Google) untuk melacak sumber asli melalui kombinasi kata kunci “Satpol PP segel Mie Gacoan Puspipstek Serpong”, menunjukkan penggunaan algoritma yang diprogram untuk mendukung investigasi berbasis data digital historis.
	Popularity	Narasi hoaks dibumbui dengan emoji provokatif (“🐷”) untuk menyiratkan isu sensitif) dan kata “share” sebagai pemicu viralitas. Klarifikasi Mafindo menanggapi dengan fakta berbasis waktu dan sumber berita kredibel untuk melawan efek penyebaran emosional yang seringkali tidak terverifikasi.
	Connectivity	Konten ini membangun konektivitas antara audiens dengan sumber data primer

seperti akun TikTok “tangsel.life”, hasil pencarian Google, dan berita dari *detik.com*. di akhir caption, Mafindo menyambungkan audiens ke kanal edukatif mereka (website, WhatsApp channel) sebagai simpul informasi sah.


Datafication

Klarifikasi menyajikan data temporal dan kontekstual (tanggal unggah, tanggal kejadian, alasan penyegelan), membedakan antara arsip dan realita saat ini. Ini menunjukkan proses datafikasi berbasis konteks historis dan pembacaan teks visual yang presisi melalui analisis metadata konten.

Dalam lanskap media sosial yang penuh dengan konten yang bersifat sensasional dan seringkali tidak diverifikasi, klarifikasi yang dilakukan oleh Mafindo terhadap unggahan akun *XANDALASHUSNI* memperlihatkan penerapan logika media sosial secara kritis berdasarkan empat elemen utama *Social Media Logic* (van Dijck et al., 2018). Dari sisi programmability, Mafindo memanfaatkan sistem pencarian daring dengan memasukkan takarir video TikTok sebagai kata kunci pencarian di Google, yang menghasilkan artikel kredibel dari *detik.com*. Hal ini mencerminkan cara kerja algoritma pencarian yang diprogram untuk menelusuri jejak digital sebagai bentuk investigasi informasi. Pada aspek popularity, hoaks dalam unggahan asli disebarkan dengan menggunakan simbol yang menggugah emosi (seperti emoji babi 🐷) dan ajakan untuk membagikan konten, yang merupakan strategi umum dalam penciptaan *fear-based virality*. Sebagai respons, klarifikasi dari Mafindo melawan efek viral tersebut dengan memaparkan fakta yang berlandaskan kronologi dan sumber kredibel. Dalam dimensi connectivity, Mafindo menyusun narasi yang mengarahkan audiens ke berbagai sumber informasi kredibel: mulai dari akun TikTok asal, hasil penelusuran mesin pencari, hingga situs berita nasional. Upaya ini memperlihatkan peran penting interkoneksi antar

platform dalam membentuk ulang kebenaran digital. Terakhir, dari sudut pandang datafication, informasi diklarifikasi dengan menyajikan waktu unggah, alasan penyegelan gerai Mie Gacoan, dan konteks hukum (perizinan), bukan asumsi atau tuduhan berbasis simbolik. Dengan demikian, klarifikasi ini tidak hanya merespons hoaks secara reaktif, tetapi juga menunjukkan kerja literasi digital berbasis pemahaman mendalam terhadap logika sosial media dan praktik pencarian fakta berbasis data.


Tabel 4. Konten Parodi Foto “gas Elpiji Kemasan Saset (Diunggah 13 Februari 2025)

	Elemen	Analisis
	Programmabilit y	Klarifikasi dilakukan melalui pemanfaatan <i>platform logic</i> seperti website resmi Pertamina Patra Niaga untuk mengecek data produk, serta alat deteksi AI <i>Hive Moderation</i> untuk menilai probabilitas gambar rekayasa. Ini mencerminkan pemrograman sistem digital untuk menunjang pencarian berbasis bukti.
	Popularity	Unggahan hoaks menggunakan humor dan emoji lucu (🤪🤔🤪) untuk memancing atensi dan menciptakan <i>engagement</i> tinggi melalui ketertarikan visual dan rasa penasaran. Klarifikasi Mafindo menandingi narasi tersebut dengan struktur ajakan yang lugas: “YUK KITA CARI TAHU FAKTANYA”.
	Connectivity	Klarifikasi ini menyambungkan audiens dengan sumber resmi, seperti laman <i>Layanan Retail</i> Pertamina dan laporan AI <i>Hive Moderation</i> . Selain itu, Mafindo juga membangun koneksi informasi dengan publik melalui ajakan mengakses website dan saluran WhatsApp mereka.
	Datafication	Klarifikasi memuat dua bentuk data: (1) spesifikasi produk resmi LPG dari situs Pertamina, dan (2) analisa

gambar berbasis kecerdasan buatan dengan probabilitas 57% rekayasa. Ini adalah bentuk datafikasi yang menggabungkan sumber institusional dan deteksi digital berbasis AI.

Klarifikasi yang dilakukan oleh Mafindo terhadap unggahan akun Facebook *Kang Ahy* mengenai gas elpiji kemasan sachet menunjukkan bagaimana logika media sosial (*social media logic*) dapat digunakan secara strategis untuk membongkar misinformasi visual yang bersifat humoris namun menyesatkan. Dari aspek programmability, Mafindo memanfaatkan sistem digital resmi seperti situs Pertamina Patra Niaga untuk memverifikasi ketersediaan produk elpiji secara institusional. Tak hanya itu, mereka juga menggunakan teknologi AI melalui *Hive Moderation* untuk mendeteksi kemungkinan rekayasa visual dengan tingkat probabilitas sebesar 57%. Ini menunjukkan pemanfaatan sistem yang diprogram secara algoritmik untuk menyaring dan menguji keaslian konten berbasis citra. Pada aspek popularity, hoaks ini memanfaatkan gaya komunikasi lucu dengan emoji tertawa (😂😂😂) untuk menarik perhatian warganet, sebuah strategi khas dalam membungkus informasi palsu dengan hiburan. Klarifikasi dari Mafindo mengimbangnya dengan kalimat langsung dan instruksional “YUK KITA CARI TAHU FAKTANYA” untuk mendorong kesadaran kritis. Dari sisi connectivity, konten tersebut mengarahkan pengguna ke kanal informasi resmi dan alat digital pendukung (*Hive Moderation*), serta memperkuat relasi kepercayaan melalui ajakan ke situs dan kanal WhatsApp. Sedangkan pada dimensi datafication, informasi diolah dari dua sumber utama: katalog produk resmi LPG yang bersifat statis dan hasil analisis AI yang bersifat probabilistik. Kombinasi data ini digunakan untuk menyanggah narasi visual yang keliru secara ilmiah dan praktis. Dengan demikian, klarifikasi Mafindo berfungsi tidak hanya sebagai respons terhadap hoaks, tetapi juga sebagai demonstrasi praktik literasi digital berbasis pemahaman kritis atas logika sosial media.

Tabel 6. Konten Menyesatkan Vaksin Itu Agenda Untuk Bikin Manusia Jadi Pasukan Dajjal (Diunggah 5 Februari 2025)

Elemen	Analisis
	Programmability Mafindo memanfaatkan sistem mesin pencari seperti Google untuk menelusuri informasi berbasis kata kunci “Pengertian Vaksin mRNA”. Ini menunjukkan pemanfaatan algoritma pencarian yang telah diprogram untuk mengakses konten ilmiah dari media dan situs kesehatan yang kredibel.

Popularity	Hoaks disebarikan dengan narasi konspiratif berbahasa agitatif (“agenda anak buah dajjal”) untuk memicu reaksi emosional dan efek viral. Klarifikasi Mafindo merespons dengan cara menyajikan informasi edukatif berbasis sains yang mudah dipahami publik, sebagai strategi kontra terhadap disinformasi emosional.
Connectivity	Konten klarifikasi ini menghubungkan audiens dengan berbagai sumber informasi terpercaya seperti Kompas.com, Alodokter, dan Liputan6. Ini memperkuat jejaring informasi publik berbasis sains dan mendorong konektivitas antara pengguna dengan institusi media dan kesehatan yang sah.
Datafication	Klarifikasi didasarkan pada informasi ilmiah terkait struktur mRNA, proses kerja vaksin dalam sistem imun, dan fungsinya dalam mencegah penyakit. Data ini merupakan bentuk <i>scientific datafication</i> yang diolah secara naratif untuk membantah klaim konspiratif yang tidak berbasis bukti.

Konten klarifikasi yang diterbitkan oleh Mafindo atas unggahan akun Instagram *aguseven*, yang menyebut vaksin sebagai agenda dajjal, menunjukkan bagaimana pendekatan berbasis *Social Media Logic* digunakan untuk merespons dan mendekonstruksi narasi konspiratif dalam ekosistem digital. Dari sisi programmability, klarifikasi ini dilakukan melalui optimalisasi fitur mesin pencari, di mana kata kunci seperti “Pengertian Vaksin mRNA” digunakan untuk mengakses artikel dari Kompas.com, Alodokter, dan Liputan6. Hal ini memperlihatkan peran algoritma pencarian dalam mendukung sistem verifikasi berbasis pengetahuan ilmiah. Pada aspek popularity, hoaks yang disebarikan melalui narasi konspirasi religi dan kata-kata provokatif seperti “anak buah dajjal” merupakan strategi umum untuk menciptakan efek viralitas berbasis ketakutan dan keyakinan dogmatis. Mafindo merespons

dengan cara menyajikan informasi ilmiah tentang fungsi vaksin dan mekanisme kerja mRNA yang disusun dalam bahasa sederhana, sebagai taktik kontra-narasi terhadap konten emosional. Dalam dimensi connectivity, klarifikasi ini tidak hanya mengarahkan pengguna ke artikel terpercaya, tetapi juga membuka ruang bagi audiens untuk terhubung secara aktif dengan kanal informasi edukatif milik Mafindo, baik melalui situs web maupun WhatsApp channel. Sementara itu, datafication terlihat dari penyusunan informasi teknis tentang vaksin mRNA menjadi data naratif yang dapat dipahami awam—seperti menjelaskan mRNA sebagai “kurir genetik” yang hanya bersifat sementara dan tidak mengubah DNA. Praktik ini menunjukkan bagaimana data ilmiah dapat dikemas dalam logika media sosial untuk membongkar hoaks secara tepat sasaran. Dengan strategi ini, Mafindo tidak hanya menanggapi hoaks berbasis agama dan ideologi, tetapi juga menanamkan praktik literasi digital kritis yang berbasis sains.

Tabel 7. Konten Dimanipulasi Menu Makan Siang Gratis Bikin Siswa Muntah (Diunggah 20 Januari 2025)


Elemen	Analisis
Programmability	Mafindo melakukan pengecekan gambar (thumbnail) dan narasi video dengan cara menelusuri kemunculannya di media kredibel seperti Merdeka.com. Ini mencerminkan penggunaan logika pencarian algoritmik untuk menelusuri konteks visual yang telah diprogram sebelumnya (reverse image/context checking).
Popularity	Video hoaks memanfaatkan clickbait ekstrem dan sensasionalisme—frasa seperti “bikin siswa muntah-muntah”, “menu busuk”, serta “BREAKING NEWS” berfungsi sebagai pemicu emosional untuk mendorong klik dan share. Klarifikasi Mafindo merespons dengan narasi netral dan berbasis sumber tepercaya.
Connectivity	Klarifikasi ini menghubungkan audiens dengan sumber berita kredibel dari <i>merdeka.com</i> untuk mengembalikan konteks asli dari foto yang digunakan. Selain itu, Mafindo memperluas konektivitas melalui kanal digital mereka seperti situs web dan



	WhatsApp channel untuk akses informasi yang lebih luas.
Datafication	Klarifikasi berbasis data visual yang dikembalikan ke konteks waktu dan tempat (kampanye Gibran di Tangerang pada 4 Desember 2023). Foto yang sebelumnya digunakan untuk manipulasi naratif dianalisis secara kontekstual sebagai <i>visual data tracing</i> , bukan asumsi tanpa bukti.

Klarifikasi yang dilakukan oleh Mafindo atas video sensasional yang diunggah kanal YouTube *KOPI POLITIK* tentang makan siang gratis program Prabowo-Gibran merupakan contoh nyata penerapan *Social Media Logic* dalam menangkal disinformasi berbasis visual dan retorika emosional. Dalam aspek programmability, klarifikasi dilakukan melalui pencarian konteks visual dari thumbnail video yang menampilkan Gibran, yang ternyata berasal dari dokumentasi kampanye resmi pada 4 Desember 2023 dan telah dimuat oleh *merdeka.com*. Proses ini menunjukkan pemanfaatan algoritma pencarian dan pencocokan visual berbasis metadata. Pada dimensi popularity, hoaks sengaja menggunakan bahasa hiperbolik seperti “menu busuk dan basi” serta format “BREAKING NEWS” yang dirancang untuk mengejutkan, membangkitkan kemarahan, dan meningkatkan viralitas. Mafindo menanggapi dengan kontra-narasi yang berbasis fakta netral tanpa emosi, memperlihatkan cara menghadirkan keseimbangan dalam komunikasi digital. Dari segi connectivity, klarifikasi mengarahkan publik kepada sumber berita yang telah diverifikasi dan mendorong akses terhadap kanal informasi Mafindo, menciptakan ekosistem informasi yang lebih terpercaya. Sementara itu, pada datafication, klarifikasi mengembalikan data visual ke asal konteksnya (waktu, tempat, peristiwa), menunjukkan pentingnya pelacakan data gambar dalam membongkar manipulasi simbolik yang beredar di media sosial. Dengan pendekatan ini, Mafindo tidak hanya menolak klaim palsu, tetapi juga berupaya mendemonstrasikan praktik literasi media yang mengintegrasikan teknologi verifikasi dengan narasi edukatif untuk membangun kesadaran digital publik.

Tabel 8. Konten Menyesatkan Video “Uang Hasil Korupsi Bobby Nasution dan Kaesang (Diunggah 14 Januari 2025)”


	Elemen	Analisis
	Programmability	Klarifikasi dilakukan melalui pelacakan visual terhadap video yang diunggah, yang ternyata merupakan dokumentasi asli dari penggeledahan kasus Duta Palma Group oleh Kejaksaan Agung. Ini memperlihatkan pemanfaatan sistem digital yang

	diprogram untuk melacak jejak video melalui platform resmi (YouTube KompasTV).
Popularity	Postingan hoaks menggunakan narasi yang provokatif dan sensasional — menyebut “ratusan triliun”, “gila bener”, hingga menyertakan tokoh politik ternama. Ini adalah strategi <i>fear-based engagement</i> untuk mendorong viralitas tinggi. Klarifikasi Mafindo merespons dengan narasi yang netral dan faktual.
Connectivity	Klarifikasi menghubungkan publik ke platform verifikasi milik Mafindo seperti turnbackhoax.id dan saluran WhatsApp edukatif, serta merujuk ke video asli di kanal YouTube KompasTV. Ini menciptakan hubungan antara publik dan sumber informasi kredibel berbasis media arus utama.
Datafication	Klarifikasi berbasis fakta visual dan temporal—yaitu konteks asli video (kasus Duta Palma, bukan Bobby dan Kaesang), nilai uang yang disita, dan sumber berita terpercaya. Informasi ini diolah menjadi data kontekstual untuk membantah narasi palsu yang dibungkus dengan manipulasi framing politik.

Klarifikasi terhadap unggahan akun Facebook *Roby Manulang* oleh Mafindo menggambarkan penerapan strategi *Social Media Logic* secara komprehensif dalam menangkal disinformasi politik berbasis manipulasi visual. Dalam aspek programmability, Tim Pemeriksa Fakta Mafindo berhasil melacak asal video yang digunakan dalam hoaks tersebut, yang ternyata merupakan dokumentasi resmi penggeledahan kasus korupsi Duta Palma Group. Video ini bersumber dari kanal *YouTube KompasTV*, yang dapat dilacak secara digital melalui sistem pencarian metadana. Sementara itu, dalam aspek popularity, narasi hoaks menggunakan strategi hiperbolik dan politisasi tokoh publik—menyebut “ratusan triliun”, “gila bener”, serta menyalahkan figur seperti Prabowo untuk membangkitkan emosi massa. Taktik ini bertujuan

menciptakan keterlibatan berbasis kemarahan (rage engagement) yang seringkali mendorong efek viral. Klarifikasi dari Mafindo merespons dengan pendekatan rasional dan berbasis fakta. Pada dimensi connectivity, klarifikasi tidak hanya mengarahkan pembaca ke kanal resmi seperti turnbackhoax.id, tetapi juga memperluas ekosistem literasi digital melalui ajakan mengakses saluran WhatsApp Mafindo dan tautan ke berita kredibel dari media arus utama. Adapun datafication terlihat dari bagaimana data visual dan naratif (video, jumlah uang, waktu kejadian) diolah menjadi argumen berbasis konteks yang kuat untuk membantah klaim yang tidak berdasar. Dengan pendekatan ini, Mafindo tidak hanya menyanggah informasi palsu, tetapi juga berupaya memperlihatkan model edukasi publik yang berakar pada logika media sosial dan pelacakan digital yang transparan

Tabel 9. Konten Menyestatkan Hakim Kasus Harvey Moeis Terima Uang Suap Rp 50 Miliar (Diunggah 8 Januari 2025)

	Elemen	Analisis
	Programmability	Klarifikasi dilakukan melalui pencarian berbasis algoritma menggunakan kata kunci spesifik (“Hakim Harvey Disuap 50 Milyar”) di Google. Tidak ditemukannya informasi dari sumber kredibel menunjukkan bagaimana sistem pencarian diprogram untuk menyaring informasi berdasarkan validitas sumber
	Popularity	Klaim hoaks memanfaatkan isu aktual dan kontroversial (kasus korupsi besar) dengan angka besar (Rp50 miliar) yang bersifat sensasional, bertujuan membangkitkan emosi publik dan mempercepat penyebaran. Mafindo merespons dengan narasi netral dan berbasis verifikasi fakta.
	Connectivity	Klarifikasi menghubungkan audiens dengan sumber informasi kredibel melalui penelusuran Google dan ajakan untuk mengunjungi situs turnbackhoax.id dan saluran WhatsApp Mafindo. Ini memperkuat jejaring verifikasi berbasis komunitas dan kanal informasi terpercaya.

Datafication

Informasi yang dibantah dikembalikan ke fakta hukum konkret: keputusan hakim (6,5 tahun penjara + denda Rp210 miliar) yang diverifikasi, bukan rumor. Ini menunjukkan praktik datafikasi berbasis kronologi hukum, bukan asumsi spekulatif atau narasi liar tanpa sumber

Klarifikasi yang dilakukan oleh Mafindo terhadap unggahan akun TikTok *wiky_iki02* tentang dugaan suap kepada hakim dalam kasus Harvey Moeis memperlihatkan penerapan *Social Media Logic* yang efektif untuk membantah disinformasi berbasis rumor hukum. Pada aspek programmability, klarifikasi dilakukan dengan menggunakan sistem pencarian berbasis algoritma untuk menelusuri kata kunci tertentu (“Hakim Harvey Disuap 50 Milyar”) yang tidak menunjukkan hasil dari media kredibel, menandakan absennya bukti faktual. Hal ini mengilustrasikan bagaimana mesin pencari dapat digunakan untuk menguji validitas klaim secara digital. Dari sisi popularity, hoaks ini menyebar dengan mengandalkan sensasi angka besar (Rp50 miliar) dan memanfaatkan momen aktual yang masih hangat di benak publik. Narasi tersebut memanfaatkan logika emosional untuk memancing kemarahan dan viralitas, sedangkan klarifikasi Mafindo mengambil pendekatan netral dan rasional berbasis hukum. Dalam aspek connectivity, konten klarifikasi menyambungkan pengguna ke kanal resmi turnbackhoax.id dan mengajak publik untuk bergabung dengan komunitas literasi fakta melalui WhatsApp channel Mafindo, memperkuat keterhubungan dengan ekosistem informasi terpercaya. Terakhir, dari perspektif datafication, informasi dipaparkan dalam bentuk fakta yudisial—bahwa hakim Eko Aryanto menjatuhkan hukuman penjara 6,5 tahun dan denda Rp210 miliar, bukan menerima suap seperti yang diklaim. Ini memperlihatkan bagaimana data hukum dan kronologi peradilan dijadikan alat konfirmasi untuk melawan konten spekulatif. Klarifikasi semacam ini membuktikan pentingnya literasi digital berbasis data dan sistem media sosial untuk menangkal hoaks yang menjangkiti ruang publik.

Tabel 10. Konten Palsu Erick Thohir Bakal Ganti Patrick Kluivert Usai Timnas Kalah Lawan Australia (Diunggah 26 Maret 2025)



Elemen**Programmability****Analisis**


Klarifikasi dilakukan dengan menyimak penuh video berdurasi 8 menit 14 detik dan melakukan penelusuran melalui kata kunci “Erick Thohir akan ganti Patrick Kluivert setelah kalah lawan Australia” di Google. Ini menunjukkan penggunaan

	sistem algoritmik yang diprogram untuk menguji ulang narasi yang disampaikan.
Popularity	Judul video sangat sensasional dan clickbait: “Langsung Diputuskan Hari Ini”, serta menyematkan nama besar Patrick Kluivert dan Erick Thohir untuk menarik klik dan share. Klarifikasi Mafindo menghadirkan kontra-narasi yang menekankan isi faktual dari video tanpa sensasi.
Connectivity	Klarifikasi mengarahkan audiens ke sumber pemberitaan (radarbali.id) dan menghubungkan kembali konteks video dengan informasi yang sudah beredar, sekaligus memperkuat relasi dengan publik melalui saluran edukatif Mafindo seperti website dan WhatsApp channel.
Datafication	Informasi dalam klarifikasi didasarkan pada fakta aktual: skor pertandingan, posisi pelatih, pernyataan publik, serta tidak adanya keputusan resmi dari Erick Thohir. Data ini digunakan untuk menunjukkan bahwa tidak ada dasar atas klaim pemecatan, sehingga membongkar disinformasi berbasis spekulasi publik.

Klarifikasi yang dilakukan oleh Mafindo terhadap video unggahan kanal *Sport Starting* menggambarkan praktik kritis dalam membongkar hoaks berbasis *clickbait* dan spekulasi yang kerap mewarnai diskursus publik di dunia olahraga. Dalam aspek programmability, Tim Pemeriksa Fakta menyimak keseluruhan video dan melakukan verifikasi dengan memasukkan kata kunci spesifik di mesin pencarian. Hasil pencarian tidak menunjukkan adanya pernyataan resmi dari Erick Thohir terkait pemecatan Patrick Kluivert, yang membuktikan absennya substansi dari klaim. Pada aspek popularity, hoaks ini memanfaatkan judul sensasional “LANGSUNG DIPUTUSKAN HARI INI” serta mengaitkan dua figur populer (Kluivert dan Erick Thohir) untuk memicu respons emosional dan meningkatkan keterlibatan pengguna. Klarifikasi Mafindo mengimbangi strategi ini dengan pendekatan

berbasis fakta yang membongkar narasi manipulatif. Dalam dimensi connectivity, audiens diarahkan ke berita dari *radarbali.id*, serta didorong untuk mengakses kanal resmi seperti website dan WhatsApp channel Mafindo, yang menjadi simpul distribusi informasi kredibel. Sementara itu, datafication dalam klarifikasi ini menekankan konteks objektif: skor kekalahan Indonesia 5-1, tidak adanya keputusan resmi, dan isi faktual video yang hanya membahas konteks pelatihan dan sejarah pelatih. Pendekatan ini memperlihatkan bagaimana data aktual dapat dipisahkan dari narasi spekulatif, serta bagaimana logika media sosial dapat digunakan untuk mengedukasi publik terhadap konten misleading. Mafindo tidak sekadar membantah hoaks, melainkan juga membentuk ekosistem literasi digital berbasis verifikasi.

Tabel 11. Konten Menyesatkan Erick Thohir Jadi Tersangka Korupsi Pertamina, Resmi Dipecat Prabowo (Diunggah 17 Maret 2025)

Elemen	Analisis
	<p>Programmability</p> <p>Klarifikasi dilakukan melalui penelusuran kata kunci “siapa saja tersangka korupsi Pertamina” di Google, yang mengarah ke daftar resmi sembilan tersangka dalam berita <i>metrotvnews.com</i>. Selain itu, pengecekan jabatan Erick Thohir dilakukan melalui situs resmi Kementerian BUMN dan Setkab RI.</p>
Popularity	<p>Hoaks menyebar melalui judul video dan thumbnail yang sangat provokatif seperti “RESMI DICOPOT”, “TERSANGKA KORUPSI”, dan menyematkan nama tokoh publik ternama. Ini adalah strategi <i>rage bait</i> untuk menciptakan keterlibatan emosi tinggi. Klarifikasi Mafindo menghadirkan narasi berbasis bukti resmi dan netral.</p>
Connectivity	<p>Konten klarifikasi menghubungkan pengguna ke sumber kredibel, baik dari media arus utama (<i>Metrotvnews.com</i>), maupun situs pemerintah (<i>bumn.go.id</i>, <i>setkab.go.id</i>), serta memperkuat jejaring edukasi antihoaks melalui tautan ke <i>turnbackhoax.id</i> dan kanal WhatsApp Mafindo.</p>

Datafication

Klarifikasi berbasis data konkret: daftar nama tersangka resmi, jabatan terkini Erick Thohir di website pemerintah, dan isi video yang hanya bersifat opini politik. Ini merupakan bentuk datafikasi berbasis sumber institusional dan pembacaan isi narasi versus realitas birokrasi.

Klarifikasi yang dilakukan oleh Mafindo terhadap unggahan kanal YouTube *KajianOnline* memperlihatkan pemanfaatan logika media sosial (*Social Media Logic*) secara strategis dalam membongkar narasi hoaks yang dikemas dalam bentuk clickbait politik. Pada dimensi programmability, klarifikasi dilakukan melalui pelacakan digital dengan memasukkan kata kunci spesifik di mesin pencarian, yang kemudian mengarahkan ke daftar sembilan tersangka resmi kasus korupsi Pertamina sebagaimana dilaporkan oleh *metrotvnews.com*. Selain itu, pengecekan jabatan Erick Thohir melalui situs resmi *bumn.go.id* dan *setkab.go.id* memperkuat bukti bahwa klaim pemecatan tersebut tidak valid. Dalam aspek popularity, hoaks dimanipulasi melalui judul video yang provokatif seperti “Erick Thohir Resmi Dicopot”, yang dimaksudkan untuk mengejutkan audiens dan menciptakan keterlibatan emosional tinggi. Klarifikasi dari Mafindo merespons dengan narasi netral berbasis fakta dan verifikasi media. Pada aspek connectivity, klarifikasi memperluas hubungan antara publik dengan kanal informasi yang kredibel dan resmi, serta mendistribusikannya melalui platform seperti website dan WhatsApp channel Mafindo. Adapun datafication terlihat dari cara penyajian data resmi seperti daftar tersangka, status jabatan Erick Thohir, dan konten video yang ternyata hanya memuat opini pengamat politik. Klarifikasi ini menegaskan pentingnya penyaringan antara opini dan fakta dalam ruang digital. Dengan pendekatan ini, Mafindo tidak hanya membantah hoaks secara faktual, tetapi juga berupaya mendidik publik tentang pentingnya memahami mekanisme validasi data dalam menghadapi arus disinformasi yang mengatasnamakan politik dan hukum

Analisis Literasi Kritis Digital

Pendekatan Teori Literasi Digital Kritis menawarkan kerangka analisis yang mendalam untuk memahami hoaks, tidak hanya sebagai fenomena distribusi informasi yang salah, tetapi sebagai produk sistemik yang menyangkut dinamika kekuasaan, teknologi, dan ideologi. Dalam konteks ini, dekonstruksi narasi hoaks—melalui analisis pesan, sumber, dan motif di balik penyebarannya—memungkinkan kita mengungkap kepentingan politik dan ekonomi yang mendasari penyebaran hoaks. Misalnya, studi mengenai oligarki kekuasaan menegaskan bahwa produk hukum dan kebijakan kerap tercipta sebagai hasil pertarungan kepentingan para elit yang ingin mempertahankan hegemoni kekuasaan (Mugiyanto, 2022) Dengan demikian, analisis kritis tidak hanya menelusuri konten dan bentuk pesan, melainkan juga hubungan kompleks antara aktor-aktor yang berkepentingan dalam struktur sosial dan politik yang lebih luas (Nurlatifah, 2019).


Di samping dekonstruksi narasi, upaya peningkatan kesadaran publik melalui literasi digital kritis mengedepankan partisipasi aktif dalam memeriksa dan memproduksi konten yang bertanggung jawab. Pendekatan ini menuntut transformasi kesadaran, di mana masyarakat diajak untuk melihat hoaks sebagai cerminan dari dinamika sosial dan politik yang lebih mendalam. Konsep partisipatif ini sejalan dengan temuan studi yang memetakan gerakan anti-hoax di Indonesia, yang menunjukkan pentingnya peran masyarakat dalam menganalisis dan menanggulangi disinformasi melalui kolaborasi interdisipliner (Nurlatifah, 2019). Aktivitas ini memfasilitasi pandangan bahwa literasi digital harus mencakup tidak hanya kemampuan teknis dalam mendeteksi kesalahan informasi, tetapi juga kecakapan kritis dalam menganalisis struktur kekuasaan dan ideologi yang melekat (Mugiyanto, 2022).

Pendekatan literasi digital kritis juga menekankan peran penting visualisasi dan edukasi melalui media kreatif sebagai alat untuk mengungkap manipulasi visual dan menyampaikan pesan secara efektif kepada masyarakat. Berbagai studi mengenai manipulasi visual melalui teknologi seperti deepfake menyoroti bagaimana teknik manipulasi tersebut dapat mengaburkan fakta dan membentuk persepsi publik secara strategis (Zahro' et al., 2024). Dalam hal ini, penggunaan infografis, video, dan pemetaan jejaring disinformasi menjadi instrumen penting untuk menampilkan secara transparan betapa proses algoritmik dan datafikasi beroperasi dalam ekosistem digital, sehingga publik dapat memahami dengan lebih jelas pola penyebaran hoaks dan struktur kekuasaan di baliknya (Isnanto et al., 2023). Strategi visualisasi ini, bila dikombinasikan dengan pendekatan edukatif, dapat meningkatkan kesadaran serta membangun kapasitas kritis masyarakat terhadap dinamika pembuatan dan penyebaran informasi.

Akhirnya, posisi ideologis dalam analisis literasi digital kritis mengungkap bahwa hoaks sering kali mencerminkan perjuangan wacana antara kekuasaan yang berusaha mempertahankan hegemoni dan kekuatan oposisi yang menantang narasi dominan. Perspektif ini menuntut pemahaman bahwa perlawanan terhadap hoaks tidak terbatas pada aspek teknis atau verifikasi fakta saja, melainkan juga pada transformasi mendasar dalam tata nilai dan kesadaran kolektif masyarakat. Dengan demikian, literasi digital kritis berperan sebagai kerangka analitis yang komprehensif—mendorong tidak hanya deteksi hoaks, tetapi juga revolusi pemahaman sosial dan politik yang dapat mengikis struktur kekuasaan yang menciptakan dan menyebarkan disinformasi (Zahro' et al., 2024).

Dalam konteks konten Instagram yang dibuat oleh Mafindo melalui akun @turnbackhoaxid didapatkan analisis sebagaimana tergambar pada berikut ini :

Tabel 12. Analisis Literasi Kritis Digital Konten Instagram Mafindo

No	Judul Konten	Kritik terhadap Narasi Hoaks	Peningkatan Kesadaran Publik	Visualisasi Edukasi	& Posisi Ideologis
1	Foto Guru Agama Melakukan Tindakan Tak	Membongkar manipulasi visual dengan melacak	Mengajak publik 'cek fakta' dan mengikuti kanal resmi Mafindo.	Infografis dan caption () tautan	Menolak framing negatif dan emosi yang berbasis ke

	Senonoh di metadata video Grobogan asli di TikTok.		sumber kredibel.	merusak reputasi individu.
2	Google Maps Hanya Andalkan Motor, Mobil, dan Drone	Menyanggah klaim pseudo-sains dengan data teknis (satelit, machine learning).	Menjelaskan cara kerja teknologi secara sederhana untuk publik awam.	Narasi berbasis data teknis dan simbol visual (). Melawan narasi anti-sains yang menyebarkan ketidakpercayaan pada institusi teknologi.
3	Video 'Makanan Mengandung Babi, Gerai Mie Gacoan Disegel'	Mengungkap konteks penyegelan (perizinan) vs. isu sensitif (babi).	Menghubungkan ke berita kredibel (detik.com) dan kanal edukasi Mafindo.	Analisis temporal dan visual tracing. Menentang eksploitasi isu SARA untuk provokasi.
4	Parodi Foto 'Gas Elpiji Kemasan Sachet'	Memverifikasi produk resmi Pertamina dan mendeteksi rekayasa AI (Hive Moderation, 57%).	Ajakan 'YUK KITA CARI TAHU FAKTANYA' untuk mendorong verifikasi mandiri.	Kombinasi data produk resmi dan analisis AI. Melawan misinformasi humoristik yang menormalisasi hoaks.
5	Vaksin Agenda Pasukan Dajjal	Dekonstruksi narasi konspirasi dengan fakta ilmiah (mRNA, sistem imun).	Menyajikan informasi sains dalam bahasa awam.	Tautan ke Kompas.com , Alodokter, dan narasi edukatif. Menolak ideologi anti-vaksin berbasis agama.
6	Manipulasi Menu Siang Bikin Muntah	Melacak thumbnail video ke kampanye Gibran (konteks asli).	Mengarahkan ke sumber berita (merdeka.com) dan kanal visual Mafindo.	Reverse image search dan kontekstualisasi negatif. Membongkar framing politik negatif.
7	Video Hasil Bobby Nasution dan Kaesang'	'Uang Korupsi Duta Group (KompasTV).	Mengidentifikasi video asli kasus Duta Palma mengajak verifikasi.	Kontras antara klaim hoaks dan dokumen resmi. Melawan politisasi tokoh publik untuk narasi korupsi palsu.
8	Hakim Kasus Harvey Moeis	Membantah rumor dengan keputusan	Mengajak penelusuran mandiri via	Data yudisial sebagai alat konfirmasi. Menolak framing korupsi tanpa bukti.

	Terima Suap pengadilan (6,5 Google dan Rp50 Miliar tahun + denda turnbackhoax.id . Rp210 miliar).	
9	Erick Thohir Memverifikasi Menghubungkan Analisis durasi Melawan Ganti Patrick tidak ada ke radarbali.id video dan kata sensasionalisme Kluivert Usai keputusan resmi dan sumber kunci spesifik. olahraga untuk Kalah Lawan pemecatan. olahraga clickbait. Australia terpercaya.	
10	Erick Thohir Menunjukkan Mengajak akses Pemisahan opini Membongkar Jadi daftar tersangka situs pemerintah politik vs. fakta hoaks politik yang Tersangka resmi dan status dan WhatsApp birokrasi. menargetkan figur Korupsi jabatan Erick Mafindo. publik. Pertamina, Thohir. Resmi Dipecat Prabowo	

Analisis terhadap 10 konten Mafindo di Instagram @turnbackhoax.id menunjukkan bahwa strategi literasi digital kritis yang diterapkan bersifat multidimensi, sejalan dengan karakteristik masyarakat post-truth. Dalam era di mana kebenaran sering kali diwarnai oleh emosi dan keyakinan subjektif, Mafindo tidak hanya berfokus pada verifikasi fakta, tetapi juga berupaya melakukan dekonstruksi terhadap narasi hoaks yang disusun secara manipulatif untuk mempengaruhi opini publik. Seperti yang diuraikan oleh Haq (Muhammad Naziful Haq, 2022), literasi post-truth memerlukan pemahaman atas anatomi kebenaran yang melibatkan klasifikasi dan analisis dimensi ideologis, politik, dan ekonomi. Dalam konteks ini, kasus "Vaksin Agenda Pasukan Dajjal" menjadi contoh nyata bagaimana Mafindo membongkar narasi konspirasi dengan menyajikan data ilmiah seputar mRNA dalam bahasa yang mudah dipahami, yang tidak hanya mengatasi informasi palsu tetapi juga membuka tabir motif ideologis di balik hoaks tersebut.

Pendekatan kritis yang digunakan oleh Mafindo meliputi pemanfaatan teknologi digital secara menyeluruh. Misalnya, penggunaan tools seperti Google Lens, reverse image search, dan AI Hive Moderation dalam kasus "Gas Elpiji Kemasan Sachet" mengilustrasikan bagaimana teknik datafikasi dan programmability dapat dimanfaatkan untuk menelusuri jejak digital asli. Hal ini mendukung pendapat Fatmawati (Fatmawati, 2020) bahwa era *post-truth* menuntut adanya tantangan baru dalam literasi informasi, di mana kemampuan teknis untuk mengidentifikasi manipulasi visual menjadi sangat penting. Di samping itu, strategi ini sejalan dengan tuntutan literasi digital kritis yang menekankan integrasi antara pemahaman teknis dan kritik ideologis, sehingga masyarakat tidak sekadar menerima informasi secara pasif melainkan aktif mengkonstruksi pengetahuan berdasarkan bukti yang valid.

Selanjutnya, strategi komunikasi partisipatif juga terwujud melalui ajakan interaktif seperti "Yuk kita cek faktanya!" yang mengundang partisipasi masyarakat dalam proses

verifikasi. Pendekatan crowdsourcing untuk mengatasi hoaks, seperti yang dijelaskan oleh Saidah (Saidah, 2020) merupakan metode efektif untuk mendemokratisasi proses pemeriksaan kebenaran dalam ruang digital, sehingga memperkaya jejaring informasi dengan sumber-sumber kredibel. Kolaborasi dengan platform media utama seperti Kompas.com, detik.com, dan situs pemerintah semakin mengukuhkan kredibilitas proses verifikasi tersebut, sekaligus memberikan tandingan terhadap echo chamber yang sering menguatkan bias kognitif. Komara dan Widjaya Komara & Widjaya (2024) menekankan bahwa pemahaman perilaku informasi generasi muda dan penerapan strategi kritis dalam penggunaan media sosial merupakan kunci dalam memerangi disinformasi di era *post-truth* (Komara & Widjaya, 2024).

Selain itu, visualisasi dan edukasi menjadi elemen kunci dalam strategi literasi digital kritis yang diterapkan Mafindo. Pengemasan data kompleks, seperti metadata video atau pemetaan analisis teknis dengan menggunakan ikon emoji 🗑️🗑️, memudahkan masyarakat memahami proses deteksi dan pencegahan hoaks secara visual. Ini sejalan dengan temuan yang menunjukkan pentingnya media kreatif dalam mengungkap manipulasi visual, sebagaimana diindikasikan oleh penelitian kontemporer tentang deepfake dan manipulasi visual yang menunjukkan dampak signifikan di masyarakat (Muhammad Naziful Haq, 2022). Dengan demikian, Mafindo tidak hanya bertindak sebagai pemeriksa fakta semata, melainkan juga sebagai agen transformasi kesadaran digital yang mengintegrasikan pendekatan algoritmik, partisipatif, dan kritik ideologis untuk membangun ketahanan informasi masyarakat di tengah dominasi fenomena *post-truth*.

Analisis Keterlibatan Publik

Lembaga pengecek fakta seperti Mafindo berperan penting dalam memverifikasi klaim-klaim yang beredar di masyarakat. Namun, meskipun Mafindo telah mengadopsi prinsip-prinsip penting dalam *social media logic*, keterlibatan pengguna dalam kontennya tetap tergolong rendah. Hal ini terlihat dari analisis terhadap 10 postingan Instagram Mafindo, yang menunjukkan bahwa rata-rata keterlibatan dalam bentuk *like* hanya sebesar 73,7 per postingan, dengan total keseluruhan 737 *like*. Padahal, konten-konten tersebut secara substansi telah sesuai dengan kerangka kerja yang dikembangkan oleh van Dijck dan Poell (2013), yang menyebutkan empat elemen kunci dalam *social media logic*. Artinya, secara teori, postingan tersebut memiliki fondasi algoritmik dan struktural yang seharusnya mampu menjangkau audiens dengan lebih luas.

No	Judul Konten	Keterlibatan (Jumlah Like)
1	Foto Guru Agama Melakukan Tindakan Tak Senonoh di Grobogan	150
2	Google Maps Hanya Andalkan Motor, Mobil, dan Drone	113
3	Video 'Makanan Mengandung Babi, Gerai Mie Gacoan Disegel'	88
4	Parodi Foto 'Gas Elpiji Kemasan Sachet'	70
5	Vaksin Agenda Pasukan Dajjal	69

No Judul Konten	Keterlibatan (Jumlah Like)
6 Manipulasi Menu Makan Siang Gratis Bikin Siswa Muntah	69
7 Video 'Uang Hasil Korupsi Bobby Nasution dan Kaesang'	46
8 Hakim Kasus Harvey Moeis Terima Suap Rp50 Miliar	46
9 Erick Thohir Ganti Patrick Kluivert Usai Kalah Lawan Australia	43
10 Erick Thohir Jadi Tersangka Korupsi Pertamina, Resmi Dipecat Prabowo	43
Total Jumlah Like	737
Rata-rata	73.7

Mengapa konten-konten yang telah dirancang sesuai prinsip algoritma dan interaktivitas media sosial justru kurang mendapat perhatian? Salah satu penjelasan yang cukup kuat dapat ditemukan dalam studi Vosoughi, Roy, dan Aral (2018), yang meneliti dinamika penyebaran berita palsu dan berita benar di media sosial, khususnya Twitter. Studi tersebut menunjukkan bahwa berita palsu cenderung memiliki tiga karakteristik utama yang membuatnya lebih mudah viral dibanding berita benar: unsur kebaruan yang tinggi, pemicu emosi negatif yang kuat, dan struktur penyebaran yang bercabang luas. Ini berbanding terbalik dengan konten cek fakta yang bersifat penjelasan, korektif, dan umumnya netral secara emosional.

Konten-konten Mafindo, meskipun didesain untuk membantah hoaks yang beredar, sering kali tampil dalam format yang informatif, objektif, dan tidak dramatis. Judul-judul seperti "Parodi Foto Gas Elpiji Kemasan Sachet" atau "Video Uang Hasil Korupsi Bobby Nasution dan Kaesang" tidak memiliki kekuatan emosional yang setara dengan narasi palsu yang sedang dibantah. Ini menjadi salah satu faktor utama rendahnya keterlibatan. Konten benar dan faktual seperti yang diproduksi Mafindo, cenderung membangkitkan emosi yang lebih tenang seperti kepercayaan, rasa prihatin, atau kesedihan. Jenis emosi ini kurang mampu mendorong keterlibatan spontan seperti *likes*, *shares*, dan *comments* dalam lingkungan media sosial yang sangat kompetitif.

Perbedaan lain yang signifikan adalah dalam struktur penyebaran. Berita palsu menyebar dalam pola jaringan sosial yang sangat bercabang, seperti jaringan organik antar pengguna yang saling meneruskan informasi secara cepat dan meluas. Sementara itu, konten-konten benar dibagikan secara lebih linier, yakni dari satu sumber terpercaya kepada audiens, tanpa rantai penyebaran yang luas. Konten Mafindo, meskipun ditautkan ke berbagai kanal resmi seperti situs web atau WhatsApp, tetap tidak mendapatkan efek viral yang sama karena penyebarannya lebih terkendali dan tidak didorong oleh impulsivitas pengguna.

Temuan ini menimbulkan dilema tersendiri bagi lembaga pengecek fakta. Di satu sisi, mereka dituntut untuk menjaga integritas informasi dan tidak terjebak pada sensasionalisme. Namun di sisi lain, mereka juga harus bersaing di ruang digital yang justru menghargai kejutan, drama, dan emosi yang tinggi. Maka, menjadi penting bagi lembaga seperti Mafindo untuk mengeksplorasi bentuk penyajian baru yang tetap mempertahankan akurasi, tetapi juga mampu membangkitkan minat dan keterlibatan audiens. Ini bisa dilakukan misalnya melalui penggunaan narasi visual yang kuat, kisah personal, atau gaya bahasa yang lebih mengena.

DISKUSI DAN PEMBAHASAN

Sebagai bagian dari upaya memahami praktik klarifikasi hoaks yang dilakukan oleh Mafindo melalui platform digital, Tabel 12 menyajikan klasifikasi sepuluh konten dengan engagement tertinggi berdasarkan dua dimensi utama: *Social Media Logic* dan *Literasi Digital Kritis*. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana logika distribusi media sosial seperti *programmability*, *popularity*, *connectivity*, dan *datafication* berperan dalam membentuk pola penyebaran serta kontra-narasi terhadap disinformasi. Selain itu, aspek literasi digital kritis ditelusuri untuk mengungkap strategi Mafindo dalam membongkar narasi, meningkatkan kesadaran publik, mengedukasi melalui visualisasi, dan memetakan posisi ideologis dari setiap klarifikasi. Melalui pendekatan ini, terlihat bahwa klarifikasi yang dilakukan oleh Mafindo tidak sekadar bersifat reaktif, tetapi juga menyentuh akar struktural dari produksi dan konsumsi hoaks dalam konteks masyarakat *post-truth*.

Tabel 13. Tematik 10 Konten Mafindo berdasarkan Social Media Logic Dominan dan Literasi Kritis Digital Dominan

Kasus	Jenis Hoaks	Platform	Elemen Social Media Logic Dominan	Elemen Literasi Kritis Dominan	Literasi Digital
Gas Elpiji Sachet	Hoaks visual rekayasa AI	Facebook	Programmability, Datafication	Deteksi berbasis AI	visual
Gibran Gratis	Makan Manipulasi visual politik	YouTube	Popularity, Connectivity	Konfirmasi sumber visual	
Hakim Suap	Harvey Rumor hukum	TikTok	Programmability, Popularity	Verifikasi & logika hukum	yudisial
Erick Dicopot	Thohir Clickbait politik	YouTube	Popularity, Programmability	Validasi birokrasi	fakta
Erick Tersangka	Thohir Clickbait politik hukum	YouTube	Programmability, Popularity	Pemisahan opini & fakta hukum	
Mie Disegel	Gacoan Misleading visual & teks	Facebook	Programmability, Connectivity	Konfirmasi konteks arsip	
Google Maps Tidak Pakai Satelit	Hoaks teknologi ilmiah	Instagram	Programmability, Popularity	Literasi publik	ilmiah

Vaksin Dajjal	Agenda	Hoaks konspiratif religi	Instagram	Popularity, Datafication	Dekonstruksi narasi konspirasi
Kaesang & Bobby Korupsi		Hoaks politik ekonomi	Facebook	Popularity, Datafication	Bongkar framing politik
Patrick Dipecat	Kluivert	Hoaks olahraga clickbait	YouTube	Popularity, Connectivity	Deteksi narasi sensasional

Analisis terhadap 10 konten Mafindo di Instagram @turnbackhoax.id menunjukkan bahwa peran organisasi ini dalam melawan hoaks di era masyarakat post-truth sangat krusial dan multidimensi. Mafindo tidak hanya sekadar berupaya melakukan verifikasi fakta secara reaktif, melainkan juga mengadopsi strategi literasi digital kritis yang mengintegrasikan prinsip-prinsip media sosial dengan analisis ideologis untuk mengungkap serta mengoreksi struktur disinformasi. Integrasi ini memungkinkan Mafindo untuk membongkar narasi hoaks—seperti kasus "Vaksin Agenda Pasukan Dajjal"—dengan menggunakan pencarian kata kunci berbasis data ilmiah dan penyajian fakta terkait mRNA dalam bahasa yang mudah dipahami, sehingga dekonstruksi ideologis terhadap narasi konspirasi yang berbasis sentimen agama atau politik dapat terealisasi dengan jelas (Aveny et al., 2023)

Berdasarkan Teori logika media sosial dengan literasi kritis digital terlihat bahwa Mafindo pada cara penggunaan teknologi dan datafikasi dalam proses verifikasi fakta. Misalnya, pada kasus "Gas Elpiji Kemasan Sachet", Mafindo memanfaatkan alat seperti AI (*Hive Moderation*), Google Lens, dan reverse image search untuk melacak metadata dan jejak digital asli, suatu langkah strategis yang sangat relevan dalam menghadapi fenomena post-truth di mana manipulasi visual semakin canggih (Reza et al., 2024). Penerapan datafikasi tidak hanya mengungkap konten visual yang direkayasa, tetapi juga mendidik publik mengenai pentingnya membaca jejak digital seperti tanggal unggah dan sumber asli, sehingga mampu menjembatani kesenjangan antara fakta empiris dan narasi yang mengandalkan provokasi emosional (Reza et al., 2024).

Strategi popularitas yang diterapkan lewat gaya bahasa lugas (misalnya penggunaan emoji 🙋🏻) dan ajakan verifikasi seperti "Yuk kita cek faktanya!" berperan penting dalam memutus siklus viralitas hoaks yang biasanya didorong oleh sensasionalisme dan emosi subjektif. Dengan mengarahkan audiens untuk mengakses sumber kredibel—seperti situs resmi pemerintah atau media arus utama—Mafindo mampu meningkatkan konektivitas, yang mana strategi ini mendemonstrasikan perlunya partisipasi aktif masyarakat dalam melawan disinformasi (Komara & Widjaya, 2024). Kolaborasi dengan jejaring informasi yang kredibel ini menunjukkan bahwa kekuatan literasi digital tidak hanya berasal dari kemampuan teknis mengidentifikasi hoaks, tetapi juga dari upaya kolektif untuk menyeimbangkan distribusi informasi di tengah *echo chamber* media sosial (Aveny et al., 2023).

Dari segi posisi ideologis, analisis konten Mafindo mengungkapkan sebuah kritik struktural terhadap produksi disinformasi yang sering digunakan sebagai alat untuk

mempertahankan hegemoni kekuasaan (Putera Semadi, 2024). Misalnya, kasus "Mie Gacoan Disegel" maupun "Hakim Harvey Moeis" menunjukkan bahwa Mafindo secara konsisten menolak eksploitasi isu-isu sensitif seperti politik dan SARA. Upaya ini tidak hanya sekadar pengoreksian fakta, tetapi juga merupakan sebuah bentuk perlawanan terhadap relasi kekuasaan yang memanfaatkan hoaks untuk mengukuhkan kepentingan tertentu. Pendekatan ini sejalan dengan tuntutan literasi kritis digital, yang mengharuskan publik tidak hanya mampu mendeteksi ketidakbenaran, melainkan juga memahami dan melawan struktur kekuasaan di balik penyebaran disinformasi (Fatmawati, 2020).

Meski konten cek fakta yang dibuat oleh Mafindo telah memenuhi prinsip logika media sosial, konten ini bukan tanpa kelemahan. Studi ini memperlihatkan kelemahan dari konten Mafindo adalah rendahnya keterlibatan (diukur dari jumlah like dan jumlah komentar). Rata-rata keterlibatan hanya 75 buah per posting. Ini kontras dengan posting berita palsu yang kerap mendapatkan keterlibatan sangat tinggi, ribuan bahkan puluhan ribu. Meskipun telah memenuhi keempat prinsip dalam *social media logic*, konten faktual yang diproduksi oleh Mafindo gagal bersaing dengan berita palsu. Ini bukan karena kontennya kurang akurat atau kurang relevan, tetapi karena konten tersebut tidak memiliki elemen-elemen pendorong keterlibatan yang biasanya dimiliki oleh berita palsu: kejutan, emosi yang kuat, dan potensi penyebaran viral yang tinggi. Berita palsu sengaja atau tidak sengaja dikemas untuk menciptakan ketegangan, sensasi, atau kemarahan yang menggugah pengguna media sosial untuk bereaksi secara instan dan emosional. Sementara itu, konten klarifikasi atau pelurusan informasi (yang mengedepankan penjelasan, logika, dan konfirmasi data) cenderung dibaca secara pasif, tidak memicu respons emosional yang mendalam, dan akhirnya tidak mendapat dorongan algoritmik yang signifikan (Aminulloh, Artaria, Surya, & Zajaczkowski, 2021).

Hal ini mencerminkan sebuah ironi dalam ekosistem informasi digital saat ini: kebenaran tidak selalu menang dalam arena atensi publik. Fakta yang benar, meskipun disajikan secara transparan dan didukung data, tetap bisa tenggelam jika tidak mampu menandingi dinamika penyebaran dan daya tarik psikologis dari informasi palsu (Andrade Girón et al., 2024). Dalam konteks ini, perjuangan melawan disinformasi bukan lagi hanya soal menyediakan informasi yang benar, tetapi juga tentang bagaimana membungkus dan menyajikan kebenaran di tengah banjir konten yang memperebutkan perhatian. Pertarungan informasi di media sosial bukan sekadar perang data, melainkan juga perang persepsi dan emosi. Jika kebenaran disampaikan dalam bentuk yang statis dan kurang menarik, ia akan dengan mudah terabaikan. Sebaliknya, kebohongan yang dikemas secara dramatis bisa menyebar luas bahkan tanpa bukti sedikit pun (Çömlekçi, 2021).

Implikasi penelitian ini untuk literasi digital di Indonesia cukup signifikan. Fenomena post-truth menuntut literasi digital yang melampaui kemampuan teknis dalam mengenali hoaks; literasi semacam ini juga harus mencakup inovasi dalam bentuk penyajian. Pembuat cek fakta (seperti Mafundo) perlu memahami bagaimana algoritma media asosial bekerja, sehingga informasi yang dibuat kemudian bisa menarik perhatian pengguna media sosial. Dalam konteks media digital modern, selain *Social Media Logic* dan *Literasi Kritis Digital*, menjadi penting untuk memperkenalkan *Literasi Algoritmik*. Literasi algoritmik ini mencakup kemampuan individu dalam memahami bagaimana algoritma bekerja untuk menentukan visibilitas

informasi dan bagaimana interaksi digital mereka turut membentuk ekosistem informasi yang dikonsumsi sehari-hari. Masyarakat sering kali menjadi korban dari bias algoritma tanpa disadari, terutama karena konten yang disajikan cenderung memperkuat pandangan yang sudah mereka miliki (*filter bubble* dan *echo chamber*). Zarzosa dan Ruvalcaba (2025) menjelaskan jika algoritma media sosial tidak hanya menyaring, tetapi juga mengarahkan persepsi publik dengan cara yang sistematis dan sering kali tidak transparan. Oleh karena itu, pemahaman tentang logika kerja algoritma harus menjadi bagian integral dari pendidikan literasi digital.

Literasi algoritmik juga berfungsi sebagai jembatan dimana menghubungkan aspek teknis media sosial (*programmability*, *datafication*) dengan aspek kritis (kesadaran ideologis dan kekuasaan), hal ini senada yang dijelaskan oleh Van Dijck dan Poell (2013). Dengan pemahaman ini, individu dapat lebih sadar terhadap bagaimana algoritma memperkuat narasi emosional di era *post-truth* dan dapat mengambil tindakan untuk menyesuaikan perilaku digital mereka secara lebih bijak (Aveny, Trio Mahendra, & Saputra, 2023).

Di tengah upaya Mafindo dalam mengintegrasikan logika media sosial dan literasi kritis digital, penting juga untuk menyoroti bahwa upaya dalam membangun ketahanan informasi masyarakat tidak dapat diserahkan kepada satu aktor semata. Kompleksitas ekosistem digital membutuhkan kolaborasi multipihak yang melibatkan pemerintah, lembaga pendidikan, platform media sosial, media arus utama, hingga komunitas lokal. Kolaborasi ini diperlukan untuk memperluas jangkauan program literasi digital, memperkuat kebijakan transparansi algoritma, serta mendorong penyusunan kurikulum yang memasukkan aspek literasi media dan informasi sejak pendidikan dasar hingga tinggi. Pendekatan lintas sektor ini juga memperkuat prinsip partisipasi demokratis dalam membentuk ruang publik yang sehat dan resilien terhadap disinformasi (Capilla, 2021).

Akhirnya, konsep literasi digital harus dipandang sebagai *civic competency* dalam hal ini berkaitan dengan kemampuan warga negara untuk berpartisipasi secara kritis dan bertanggung jawab dalam kehidupan digital. Pada konteks ini, Mafindo dapat berperan sebagai katalisator bila dapat memperkuat sinergi antar pemangku kepentingan, bukan hanya sebagai penyedia klarifikasi fakta. Dengan membangun platform kolaboratif bersama institusi lain, upaya literasi digital akan lebih inklusif, berkelanjutan, dan berakar pada kebutuhan masyarakat lokal. Penekanan pada pendekatan partisipatif dan *multi-level governance* menjadi strategi kunci dalam menghadapi tantangan era *post-truth* yang terus berkembang.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis terhadap 10 postingan Instagram Mafindo, dapat disimpulkan bahwa konten-konten yang diproduksi telah memenuhi empat prinsip utama *social media logic* sebagaimana dikemukakan oleh van Dijck dan Poell, yakni *programmability*, *popularity*, *connectivity*, dan *datafication*. Secara teknis dan struktural, postingan tersebut telah dirancang selaras dengan logika dan mekanisme platform media sosial.

Namun, pemenuhan terhadap prinsip tersebut belum cukup untuk menjamin keterlibatan yang tinggi dari audiens. Data menunjukkan bahwa rata-rata jumlah *like* dalam postingan Mafindo masih tergolong rendah, mencerminkan kurangnya perhatian dan interaksi dari

pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun konten cek fakta telah dikemas dengan memperhatikan algoritma dan struktur jaringan digital, konten tersebut tetap kalah bersaing dibandingkan dengan konten palsu yang mengandalkan sensasi, kejutan emosional, dan penyebaran viral.

Fakta ini memberikan pelajaran penting bahwa tantangan utama dalam melawan disinformasi tidak hanya terletak pada ketersediaan informasi yang benar, tetapi juga pada kemampuan menyajikannya secara menarik dan relevan dalam lanskap media sosial yang sangat kompetitif. Oleh karena itu, sebagai rekomendasi, Mafindo perlu semakin memahami cara kerja algoritma platform dan mengembangkan strategi komunikasi digital yang lebih kreatif, emosional, dan menarik, tanpa mengorbankan akurasi. Kebenaran harus tidak hanya benar, tetapi juga menarik agar dapat bersaing secara efektif untuk mendapatkan keterlibatan yang tinggi dari khalayak di ruang publik digital

REFERENSI

- Aminulloh, A., Artaria, M. D., Surya, Y. W. I., & Zajaczkowski, K. (2021). The 2019 Indonesian Presidential Election: Propaganda In Post-Truth Era. *Nyimak: Journal Of Communication*, 5(1), 135. <https://doi.org/10.31000/Nyimak.V5i1.3882>
- Andrade Girón, D. C., Zúñiga Rojas, M. G., Lioo Jordán, F. De M., Vellón Flores, V. I., Garivay Torres De Salinas, F. De M., & Solano Armas, T. (2024). Longitudinal Overview Of Digital And Media Literacy: A Taxonomy-Based Research Trends Analysis From 1954 To 2023. *Iberoamerican Journal Of Science Measurement And Communication*, 4(3), 1–11. <https://doi.org/10.47909/Ijsmc.1424>
- Aveny, A. K. M., Trio Mahendra, Y., & Saputra, D. (2023). Literasi Digital Sebagai Upaya Menangkal Hoax Di Lingkungan Masyarakat Indonesia. *Jurnal Tonggak Pendidikan Dasar : Jurnal Kajian Teori Dan Hasil Pendidikan Dasar*, 2(1), 36–48. <https://doi.org/10.22437/Jtpd.V2i1.22866>
- Capilla, P. (2021). Post-Truth As A Mutation Of Epistemology In Journalism. *Media And Communication*, 9(1), 313–322. <https://doi.org/10.17645/Mac.V9i1.3529>
- Çömlekçi, M. F. (2021). *Combating Fake News Online BT - Research Anthology On Fake News, Political Warfare, And Combatting The Spread Of Misinformation*. IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-7291-7.Ch027>
- EL JAMYLY, S., & EL FARRAN, M. (2023). MEDIA LITERACY THROUGH THE LENS OF DIGITAL HUMANITIES: A TRANSDISCIPLINARY STUDY. *International Journal Of Humanities And Educational Research*, 05(04), 127–136. <https://doi.org/10.47322/2757-5403.21.8>
- Fardiah, D., Darmawan, F., Rinawati, R., Cholifah, Y. W., & Abdullah, S. I. (2023). Instagram Content Impact On Digital Literacy Capability. *Jurnal ASPIKOM*, 8(1), 79. <https://doi.org/10.24329/Aspikom.V8i1.1219>
- Fatmawati, E. (2020). Tantangan Literasi Informasi Bagi Generasi Muda Pada Era Post-Truth. *Jurnal Perpustakaan Pertanian*, 28(2), 57. <https://doi.org/10.21082/Jpp.V28n2.2019.P57-66>
- González Arencibia, M., & Hernández Velázquez, M. R. (2021). A Critical Look At Post-Truth Thinking. *History Research*, 9(2), 118. <https://doi.org/10.11648/J.History.20210902.13>
- Haq, M. N. (2022). Anatomi Dan Literasi Post-Truth. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital*, JIPSI (Jurnal Ilmu Pendidikan dan Sosial) Vol 5 No. 1 April 2026 / 385

99–114. <https://doi.org/10.29313/Jrjmd.V2i2.1359>

- Isnanto, F., Muhammad, M. A., & Yulianti, T. (2023). Rancang Bangun Sistem Visualisasi Data Menggunakan Dashboard Pada Sistem Deteksi Hoaks Melalui Pendekatan Hcd (Human Centered Design). *Jurnal Informatika Dan Teknik Elektro Terapan*, 11(3s1). <https://doi.org/10.23960/Jitet.V11i3s1.3029>
- Jiang, J., & Vetter, M. A. (2020). The Good, The Bot, And The Ugly: Problematic Information And Critical Media Literacy In The Postdigital Era. *Postdigital Science And Education*, 2(1), 78–94. <https://doi.org/10.1007/S42438-019-00069-4>
- Kamri, A. M., Reski, M., Aulia, Z., Yuni, R., Rukmana, R., Kristina T., K. T., ... Aminah, S. (2022). Edukasi Sebagai Penghalang Berita Hoaks Tentang Covid-19. *Poltekita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 268–277. <https://doi.org/10.33860/Pjpm.V3i2.843>
- Komara, D. A., & Widjaya, S. N. (2024). Memahami Perilaku Informasi Gen-Z Dan Strategi Melawan Disinformasi: Sebuah Tinjauan Literatur Penggunaan Media Sosial. *Jurnal Pustaka Ilmiah*, 10(2), 155. <https://doi.org/10.20961/Jpi.V10i2.85775>
- Li, Q. (2023). Post-Truth And Social Media: Distinctive Narrative Ecologies For Social Platforms With Targeted Users. *Lecture Notes In Education Psychology And Public Media*, 3(1), 106–120. <https://doi.org/10.54254/2753-7048/3/2022475>
- López-Meri, A., Doménech-Fabregat, H., & Marcos-García, S. (2024). Digital Competencies In Verifying Fake News: Assessing The Knowledge And Abilities Of Journalism Students. *Societies*, 14(5), 66. <https://doi.org/10.3390/Soc14050066>
- Mrah, I. (2022). Digital Media Literacy In The Age Of Mis/Disinformation: The Case Of Moroccan University Students. *Digital Education Review*, 41, 176–194. <https://doi.org/10.1344/Der.2022.41.176-194>
- Mugiyanto, M. (2022). Hubungan Oligarki Kekuasaan Dengan Politik Hukum Penguasa. *Jurnal Penegakan Hukum Indonesia*, 3(1), 14–28. <https://doi.org/10.51749/Jphi.V3i1.54>
- Nanda, V. S., & Budimansyah, D. (2020). Strengthening Of Digital Media Literacy-Based Character Education On Hoax News Spreading To Students (Case Study On Citizenship Education Learning In SMP Negeri 2 Bandung). *Journal Of International Conference Proceedings*, 3(1), 283–290. <https://doi.org/10.32535/Jicp.V2i4.804>
- Nowak-Teter, E. (2025). How To Reconcile Water And Fire: Social Media Logic And Journalistic Independence. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 102(1), 62–87. <https://doi.org/10.1177/10776990241263005>
- Nurlatifah, M. (2019). The Fight Against Hoax: An Explorative Study Towards Anti-Hoax Movements In Indonesia. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 4(1), 46–54. <https://doi.org/10.25008/Jkiski.V4i1.227>
- Oktarin, I. B., & Hastomo, T. (2024). Utilizing Critical Discourse Analysis On Developing Students' Digital Literacy Skills: An Action Research. *Premise: Journal Of English Education*, 13(1), 90. <https://doi.org/10.24127/Pj.V13i1.8758>
- Pandya, V. (2023). A Study On The Role Of Social Media In Shaping Post-Truth Politics. *International Journal Of Advanced Research In Science, Communication And Technology*, 644–649. <https://doi.org/10.48175/IJARST-14380>
- Plantin, J.-C., & Punathambekar, A. (2019). Digital Media Infrastructures: Pipes, Platforms, And

Politics. *Media, Culture & Society*, 41(2), 163–174.
<https://doi.org/10.1177/0163443718818376>

Putera Semadi, A. A. G. (2024). Peran Media Sosial Dalam Upaya Penegakan Hukum Di Indonesia. *IJOLARES: Indonesian Journal Of Law Research*, 2(1), 14–19.
<https://doi.org/10.60153/ijolares.V2i1.42>

Rahmanto, A. N., Yuliarti, M. S., & Naini, A. M. I. (2023). Fact Checking Dan Digital Hygiene: Penguatan Literasi Digital Sebagai Upaya Mewujudkan Masyarakat Cerdas Anti Hoaks. *PARAHITA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 77–85.
<https://doi.org/10.25008/Parahita.V3i2.85>

Rahmawati, D., Mulyana, D., Lumakto, G., Viendyasari, M., & Anindhita, W. (2021). Mapping Disinformation During The Covid-19 In Indonesia: Qualitative Content Analysis. *Jurnal ASPIKOM*, 6(2), 222. <https://doi.org/10.24329/Aspikom.V6i2.907>

Reza, F., Sugiarta, N., Ilham, Y., & Lestari, A. (2024). Sosialisasi Waspada Penyebaran Hoaks Di Media Sosial. *Jurnal Bhakti Karya Dan Inovatif*, 4(1), 1–6.
<https://doi.org/10.37278/Bhaktikaryadaninovatif.V4i1.692>

Roxanne, R., Rasyidin, N., & Setijadi, N. N. (2023). Pengaruh Teknologi Komunikasi Terhadap Kesadaran Lingkungan Generasi Milenial Study Pada Kapal Pengangkut Coldplay. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(3), 859–865.
<https://doi.org/10.47233/jkomdis.V3i3.1384>

Saidah, M. (2020). Crowdsourcing Public Participation Process For Solve Hoaks. *JURNAL PENELITIAN KOMUNIKASI DAN OPINI PUBLIK*, 24(1).
<https://doi.org/10.33299/jpkop.24.1.2169>

Salman Salleh @ Abdul Latif, A. S., Aqilah Megat Zambri, W. A., Abdul Latiff, D. I., & Kamal, S. (2023). Media Literacy And Digital Citizenship In The Era Of Social Media. *International Journal Of Academic Research In Business And Social Sciences*, 13(11).
<https://doi.org/10.6007/IJARBSS/V13-I11/19392>

Saraswati, R., Pasaribu, R., & Nugroho, A. W. (2021). Peranan Guru Dalam Memberikan Literasi Hoaks. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 1(2), 119–130.
<https://doi.org/10.24167/jkm.V1i2.3182>

Soßdorf, A., Stein, C., Bezzaoui, I., & Fegert, J. (2024). Literacies Against Fake News. *Medienpädagogik: Zeitschrift Für Theorie Und Praxis Der Medienbildung*, 59, 55–76.
<https://doi.org/10.21240/mpaed/59/2024.04.10.X>

Suhendra, S., & Selly Pratiwi, F. (2024). Peran Komunikasi Digital Dalam Pembentukan Opini Publik: Studi Kasus Media Sosial. *Iapa Proceedings Conference*, 293.
<https://doi.org/10.30589/Proceedings.2024.1059>

Tomassi, A., Falegnami, A., & Romano, E. (2024). Mapping Automatic Social Media Information Disorder. The Role Of Bots And AI In Spreading Misleading Information In Society. *PLOS ONE*, 19(5), E0303183. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0303183>

Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The Spread Of True And False News Online. *Science*, 359(6380), 1146–1151. <https://doi.org/10.1126/Science.Aap9559>

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward An Interdisciplinary Framework For Research And Policy Making*. Council Of Europe. Opgehaal Van Council Of Europe Website: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary->

- Wijayati, P. H., Mandasari, N. O., & Usman, R. (2021). Does Digital Media Literacy Influence Students' Perception Of Hoax? *Briliant: Jurnal Riset Dan Konseptual*, 6(1), 11. <https://doi.org/10.28926/Briliant.V6i1.557>
- Yamaguchi, S., & Tanihara, T. (2025). Relationship Between Misinformation Spreading Behaviour And True/False Judgments And Literacy: An Empirical Analysis Of COVID-19 Vaccine And Political Misinformation In Japan. *Global Knowledge, Memory And Communication*, 74(1/2), 35–53. <https://doi.org/10.1108/GKMC-12-2022-0287>
- Zahro', A., Nur Fadhilah, R. R., Hermawati, S. Z., Imaduddin, G. N., & Santoso, A. A. (2024). Dampak Penyalahgunaan Deepfake Dalam Memanipulasi Visual: Menguak Potensi Infopocalypse Di Era Post Truth Terhadap Asumsi Masyarakat Pada Media Massa. *Jurnal Kawistara*, 14(3), 401. <https://doi.org/10.22146/Kawistara.98339>
- Zarzosa, J., & Ruvalcaba, C. (2025). Fighting Fake News: Building Cognitive Resistance And Mental Antibodies Through A Digital Media Literacy Inoculation Intervention. *Journal Of Marketing Education*. <https://doi.org/10.1177/02734753251319559>
- Zheng, F. (2024). The Past Evolution, Present Challenge And Future Prospect Of The Post-Truth Research. *SHS Web Of Conferences*, 183, 3007. <https://doi.org/10.1051/Shscnf/202418303007>