
Strategi Komunikasi Publik Diskominfo Kota Medan Dalam Membangun Literasi Digital Guna Mencegah Penyebaran Hoaks Di Kalangan Masyarakat

Risnawati Br Sihotang¹ Artha Lumban Tobing², Jonson Rajagukguk³

¹²³Universitas HKBP Nommensen

risnawati.sihotang@student.uhn.ac.id¹ artha.tobing@uhn.ac.id²
jonson.rajagukguk@uhn.ac.id³

ABSTRACT

The rapid development of information technology brings both positive and negative impacts on society, one of which is the widespread circulation of hoaxes in digital spaces that has the potential to cause social unrest. This study aims to identify and analyze the public communication strategy of the Communication and Informatics Office (Diskominfo) of Medan City in building digital literacy to prevent the spread of hoaxes among the community, as well as to identify the supporting and inhibiting factors in its implementation. This study employs a qualitative method with a descriptive approach. Data were obtained through in-depth interviews with key informants, main informants, and supporting informants, as well as through observation and documentation. The analysis of the communication strategy is based on Arifin's (1994) communication strategy theory, which covers the stages of planning, implementation, and evaluation, as well as Harold Lasswell's (1948) communication theory. The results show that at the planning stage, Diskominfo Medan City develops educational content through the "Ruang Informasi" (Information Space) segment, with audience segmentation based on age groups. At the implementation stage, the strategy is carried out through routine content production, media monitoring, cross-sector collaboration through podcasts, the use of multiple social media platforms, and face-to-face outreach. At the evaluation stage, program achievements are measured through social media Insight statistics, although this has not yet been supported by formal research on the program's effectiveness in changing community behavior. Supporting factors include routine content programs, cross-sector collaboration, the use of various social media channels, and a reputation for information transparency. Meanwhile, inhibiting factors include limited budget, limited local authority in handling artificial intelligence (AI)-based hoaxes, the lack of evaluation-based research, and the low exposure of some community members to digital literacy campaigns. This study concludes that Diskominfo Medan City's public communication strategy has been implemented systematically, yet it still requires strengthening in terms of budget allocation, research-based evaluation, and broader outreach coverage in order to achieve the goal of preventing the spread of hoaxes more optimally.

Keywords: *Public Communication Strategy, Digital Literacy, Hoax, Diskominfo Medan City*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi yang pesat membawa dampak positif sekaligus negatif bagi masyarakat, salah satunya adalah maraknya penyebaran hoaks di ruang digital yang berpotensi menimbulkan keresahan sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi publik Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Medan dalam membangun literasi digital guna mencegah penyebaran hoaks di kalangan masyarakat, serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaannya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan kunci, informan utama, dan informan pendukung, serta melalui observasi dan dokumentasi. Analisis strategi komunikasi didasarkan pada teori strategi komunikasi Arifin (1994) yang meliputi tahap perencanaan, implementasi, dan evaluasi, serta teori komunikasi Harold Lasswell (1948). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tahap perencanaan, Diskominfo Kota Medan menyusun konten edukatif melalui rubrik “Ruang Informasi” dengan segmentasi audiens berdasarkan usia. Pada tahap implementasi, strategi dijalankan melalui produksi konten rutin, media monitoring, kolaborasi lintas sektor melalui podcast, pemanfaatan multiplatform media sosial, serta sosialisasi tatap muka. Pada tahap evaluasi, capaian program diukur melalui statistik Insight media sosial, namun belum ditopang oleh riset formal mengenai efektivitas program terhadap perubahan perilaku masyarakat. Faktor pendukung meliputi program konten yang rutin, kolaborasi lintas sektor, pemanfaatan berbagai kanal media sosial, dan reputasi keterbukaan informasi. Adapun faktor penghambat meliputi keterbatasan anggaran, keterbatasan kewenangan daerah dalam menangani hoaks berbasis kecerdasan buatan (AI), minimnya riset evaluasi, serta rendahnya keterpaparan sebagian masyarakat terhadap kampanye literasi digital. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi publik Diskominfo Kota Medan telah dijalankan secara sistematis, namun masih memerlukan penguatan pada aspek anggaran, evaluasi berbasis riset, dan perluasan jangkauan sosialisasi agar tujuan pencegahan penyebaran hoaks dapat tercapai secara lebih optimal.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Publik, Literasi Digital, Hoaks, Diskominfo Kota Medan

PENDAHULUAN

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil tema mengenai Literasi Digital Sebagai Bentuk Strategi Diskominfo Kota Medan Mencegah Penyebaran Hoaks Di kalangan Masyarakat t. Adapun titik fokus penelitian ini adalah strategi komunikasi yang diterapkan oleh Diskominfo Kota Medan untuk meningkatkan literasi digital masyarakat. Peneliti memilih fokus penelitian ini karena tertarik untuk menggali pandangan, pengalaman, dan penilaian pihak-pihak terkait sebagai aktor yang terlibat langsung dalam upaya pencegahan hoaks di era digital.

Tingkat literasi digital masyarakat masih menjadi tantangan di era perkembangan teknologi informasi saat ini. Tidak semua masyarakat memiliki kemampuan yang memadai untuk memilah, memverifikasi, dan mengevaluasi informasi yang diterima melalui media digital. Kondisi tersebut menyebabkan masyarakat rentan terhadap penyebaran hoaks dan disinformasi. Hoaks sering kali menyebar dalam grup media sosial, menyebabkan ketegangan di komunitas, seperti yang terjadi pada kabar hoaks terkait distribusi bantuan sosial selama pandemi yang berakhir dengan demonstrasi. Beragamnya latar belakang masyarakat, frekuensi penggunaan media sosial, serta cepatnya penyebaran informasi membuat Kota Medan menjadi daerah yang rawan bagi penyebaran hoaks. Banyak isu lokal yang terkait dengan kebijakan pemerintah, politik, kesehatan, dan keamanan sering kali menjadi target untuk menyebarkan informasi yang tidak benar yang bisa saja berdampak pada stabilitas sosial.

Kota Medan, salah satu kota metropolitan terbesar di Indonesia dengan tingkat penetrasi internet dan penggunaan media sosial yang tinggi, tidak luput dari dampak negatif fenomena ini. Medan adalah sebuah kota besar dengan populasi sekitar 2,54 juta jiwa (BPS 2024) dan memiliki akses internet yang sangat tinggi yakni 82,25% dari total penduduk berdasarkan data Diskominfo Kota Medan. tingkat pemahaman digital di kalangan penduduk masih rendah di mana survei lokal menunjukkan bahwa 60% masyarakat kesulitan membedakan antara fakta dan kebohongan. Berita palsu sering kali menyebar dalam grup media sosial, menyebabkan ketegangan di komunitas, seperti yang terjadi pada kabar hoaks terkait distribusi bantuan sosial selama pandemi yang berakhir dengan demonstrasi.

Menurut data Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), lebih dari 1.923 laporan hoaks dilaporkan pada tahun 2024 yang sebagian besar berasal dari media sosial. Dengan demikian, situasi ini menunjukkan bahwa meningkatkan literasi digital sangat penting untuk mengatasi efek buruk hoaks. Dalam hal ini lebih banyak penelitian dibutuhkan karena pendekatan yang adanya belum sepenuhnya efektif. Meskipun pemerintah pusat telah meluncurkan program seperti Gerakan Nasional Literasi Digital (GNLD), pelaksanaannya di kawasan seperti Medan masih terbatas dengan evaluasi menunjukkan bahwa hanya 40% masyarakat yang aktif berpartisipasi. Penelitian ini sangat krusial untuk menemukan cara komunikasi yang sesuai dengan budaya dan etnis yang beragam di Medan sehingga dapat menjadi model bagi daerah lainnya.

Diskominfo Kota Medan yang bertanggung jawab dalam bidang komunikasi dan informatika, menghadapi tantangan untuk mengembangkan strategi komunikasi yang efektif guna menghentikan penyebaran hoaks. Kesulitan ini semakin bertambah dengan terbatasnya sumber daya, termasuk anggaran dan tenaga ahli, serta adanya sikap budaya di mana sebagian masyarakat masih lebih percaya pada informasi dari sumber yang tidak resmi. Namun, tantangan utama terletak pada mengoptimalkan kinerja program yang telah berjalan dan mencapai kelompok masyarakat yang kurang terjangkau, seperti orang tua dan penduduk pedesaan serta optimalisasi efektivitas program yang telah berjalan. Untuk

mencapai tujuan peningkatan literasi digital, penelitian ini penting untuk mengidentifikasi dan mengoptimalkan strategi komunikasi Diskominfo Kota Medan dalam membangun literasi digital guna mencegah penyebaran hoaks. Urgensi penelitian terletak pada potensi dampaknya terhadap ketahanan sosial, terutama di tengah meningkatnya penggunaan internet di Indonesia, di mana survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2023 mencatat bahwa 78% penduduk Kota Medan aktif di media sosial.

Penelitian ini menjadi sangat penting untuk menganalisis dan mengidentifikasi bagaimana Strategi komunikasi Diskominfo Kota Medan Dalam Membangun Literasi Digital Guna Mencegah Penyebaran Hoaks di Kalangan Masyarakat dapat dioptimalkan. Urgensi penelitian ini terletak pada potensi dampaknya terhadap ketahanan sosial, mengingat terus meningkatnya penggunaan internet dan risiko hoaks di Indonesia. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan kebijakan lokal yang lebih efektif, mengurangi risiko hoaks, dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam ekosistem digital yang sehat. Selain itu, temuan ini juga dapat menjadi referensi berharga bagi daerah lain di Indonesia, mengingat karakteristik penyebaran hoaks yang seringkali bersifat lintas wilayah dan membutuhkan pendekatan komunikasi yang adaptif dan berkelanjutan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk memahami, tetapi juga untuk memberikan solusi aplikatif dalam upaya kolektif melawan disinformasi di era digital.

Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu proses interaktif yang melibatkan tukar menukar pesan, ide, serta informasi antara orang, kelompok, atau organisasi dengan menggunakan berbagai saluran dan media. Komunikasi dapat dijelaskan dengan rumusan khasnya, yaitu siapa yang mengatakan apa melalui saluran mana kepada siapa dengan efek apa (Harold Lasswell, 1948). Penjelasan ini bahwa komunikasi adalah proses mengirimkan pesan dari pengirim kepada penerima melalui media tertentu dengan maksud untuk menciptakan dampak atau perubahan tertentu. Dalam hal ini, komunikasi tidak hanya dilihat sebagai proses penyampaian informasi melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi sikap, pemahaman, dan tindakan individu maupun kelompok.

Menurut Harold Lasswell (1948), komunikasi adalah suatu proses yang melibatkan lima elemen penting, yaitu komunikator (*who*) sebagai pihak yang menyampaikan pesan, pesan (*says what*) sebagai isi informasi yang disampaikan, saluran atau media (*in which channel*) yang digunakan untuk menyampaikan pesan, komunikan (*to whom*) sebagai pihak penerima pesan, serta efek (*with what effect*) sebagai dampak atau hasil dari proses komunikasi ini.

1. Komunikator (*who*) ialah individu yang mengirimkan informasi kepada publik. Komunikator memegang peranan yang signifikan dalam mencapai suksesnya komunikasi karena menyangkut kredibilitas, keahlian, dan tingkat kepercayaan yang dimiliki. Dalam konteks studi

- ini, Diskominfo Kota Medan bertindak sebagai komunikator yang menyampaikan pesan-pesan mengenai literasi digital kepada masyarakat.
2. Pesan (*says what*) ialah konten atau data yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima. Isi pesan bisa berupa informasi, pendidikan, himbauan, atau undangan. Dalam studi ini, pesan yang disampaikan berhubungan dengan literasi digital, risiko hoaks, serta pentingnya mengecek informasi sebelum menyebarkannya.
 3. Saluran atau media (*in which channel*) merupakan cara yang digunakan untuk mengirimkan informasi dari pengirim kepada penerima. Media ini bisa berupa media yang dicetak, elektronik, atau digital seperti platform media sosial dan website resmi. Diskominfo Kota Medan menggunakan bermacam saluran komunikasi digital untuk mencapai masyarakat secara luas.
 4. Komunikan (*to whom*) merupakan individu yang mendapatkan pesan. Ciri-ciri komunikan, seperti umur, level pendidikan, dan latar belakang sosial, sangat berpengaruh pada cara mereka memahami pesan yang disampaikan. Dalam studi ini, komunikan adalah warga Kota Medan sebagai target utama dari program literasi digital.
 5. Efek (*with what effect*) adalah hasil atau efek dari proses komunikasi, yang dapat berupa perubahan dalam pengetahuan, sikap, atau tindakan. Hasil yang diinginkan dalam rencana komunikasi Diskominfo Kota Medan adalah meningkatnya pemahaman digital masyarakat serta berkurangnya penyebaran berita palsu.

Strategi Komunikasi

Strategi adalah suatu cara berkomunikasi yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi dengan memilih dan menyatukan komponen komunikasi seperti pesan, saluran, audiens, dan waktu (Arifin, Anwar. S.). Untuk berkomunikasi dengan baik, penting untuk memahami audiens, pesan, dan saluran dengan tepat. Komunikasi yang efektif membutuhkan kemampuan untuk beradaptasi serta pemanfaatan aplikasi digital seperti media sosial untuk menjangkau khalayak luas. Penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi yang diterapkan oleh Diskominfo Kota Medan untuk menghindari hoaks melalui peningkatan literasi digital.

Strategi Komunikasi merupakan salah satu cara untuk mengatur pelaksanaan sebuah proses komunikasi, mulai dari perencanaan (*planning*), pelaksanaan (*implementation*) hingga evaluasi (*evaluation*) untuk mencapai suatu tujuan. Komunikasi yang direncanakan dan diatur secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu. Penentuan target audiens, perumusan pesan, pemilihan media, penentuan metode komunikasi, dan evaluasi efektivitas program komunikasi adalah semua bagian dari strategi komunikasi. Teorinya menyatakan bahwa strategi komunikasi bertujuan untuk memastikan bahwa pesan dapat dipahami dan memengaruhi sikap dan perilaku audiens. Dalam penelitian ini, strategi komunikasi digunakan sebagai dasar untuk menganalisis bagaimana Diskominfo Kota Medan menyusun dan mengelola program literasi digital.

Dalam proses merancang strategi komunikasi yang ampuh, diperlukan pemikiran yang mendalam dengan mempertimbangkan berbagai faktor dan penghambat. Penyusunan strategi komunikasi tidak boleh dilakukan sembarangan, namun harus didasarkan pada pemahaman yang menyeluruh mengenai situasi, sasaran komunikasi, dan ciri-ciri individu yang terlibat dalam komunikasi tersebut. Oleh sebab itu, penyusunan strategi komunikasi akan lebih efektif jika memperhatikan bagian-bagian komunikasi serta faktor-faktor yang dapat mendukung maupun menghambat setiap komponen.

Adapun strategi yang dapat dijalankan dalam perencanaan komunikasi menurut Lasswell meliputi:

1. Penentuan Komunikator (*Who*)
Strategi dalam berkomunikasi harus dimulai dengan memilih komunikator yang memiliki reputasi baik, kemampuan, dan kepercayaan dari masyarakat. Komunikator yang sesuai akan memperbaiki penerimaan pesan oleh audiens yang dituju.
2. Perumusan Pesan (*Says What*)
Pesan harus disusun dengan terang, tepat, dan sesuai dengan maksud komunikasi. Di dalam konteks literasi digital, pesan perlu memiliki sifat mendidik dan meyakinkan agar dapat memperbaiki pemahaman masyarakat serta mendorong perubahan perilaku.
3. Pemilihan Saluran atau Media (*In Which Channel*)
Rencana komunikasi perlu memikirkan saluran yang paling efisien untuk mencapai audiens yang dituju. Pemilihan metode komunikasi yang benar akan membantu menyampaikan informasi dengan cara terbaik.
4. Penentuan Sasaran Komunikan (*To Whom*)
Komunikator sebagai pihak yang menerima informasi memiliki berbagai ciri khusus. Oleh karena itu, cara berkomunikasi harus disesuaikan dengan isi dan cara penyampaian sesuai dengan konteks sosial, budaya, dan kemampuan membaca audiens.
5. Penetapan Efek yang Diharapkan (*With What Effect*)
Setiap strategi komunikasi perlu menentukan hasil atau pengaruh yang ingin diperoleh, baik itu berupa peningkatan pemahaman, perubahan pandangan, atau modifikasi perilaku.

Literasi Digital

Literasi digital adalah mencakup kemampuan untuk mengakses, mengelola, memahami, mengintegrasikan, berkomunikasi, mengevaluasi, serta membuat informasi dengan aman dan tepat menggunakan teknologi digital guna berpartisipasi dalam kehidupan ekonomi dan sosial (UNESCO, 2021). Dalam penjelasan ini, menekankan serangkaian keterampilan yang saling terkait dan berfokus pada pemberdayaan individu di era digital. Lebih lanjut, UNESCO menegaskan bahwa literasi digital mencakup kemampuan berpikir kritis saat berinteraksi dengan informasi dan teknologi digital, serta membangun ketahanan masyarakat terhadap disinformasi, ujaran kebencian, dan penyebaran hoaks. Hal

ini menunjukkan bahwa literasi digital tidak hanya sebatas kemampuan membaca dan menulis dalam ruang digital, tetapi juga memahami konteks sosial, politik, dan ekonomi yang menjadi dasar produksi serta distribusi konten digital.

Sementara itu, Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia mendefinisikan literasi digital sebagai kemampuan dalam memanfaatkan media digital, perangkat komunikasi, dan jaringan dengan cara yang sehat, aman, cerdas, kreatif, dan bertanggung jawab. Literasi digital meliputi keterampilan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan memproduksi informasi secara etis dan sesuai dengan norma yang berlaku. Dalam perspektif sosial, kemampuan literasi digital berperan sebagai perisai utama dalam menghadapi arus informasi yang deras di dunia digital. Individu yang memiliki tingkat literasi digital yang tinggi umumnya lebih mampu untuk memverifikasi kebenaran informasi, memahami konteks pesan, dan tidak mudah terpengaruh oleh informasi yang menyesatkan. Sebaliknya, tingkat literasi digital yang rendah berisiko menjadikan masyarakat sebagai sasaran empuk penyebaran berita hoaks.

Dalam rangka memperkuat literasi digital masyarakat Indonesia secara sistematis, Kementerian Kominfo berkolaborasi dengan Gerakan Nasional Literasi Digital (GNLD) Siberkreasi dan Jaringan Penggiat Literasi Digital (Japelidi) merancang kerangka literasi digital yang dikenal dengan empat pilar CABE (cakap aman budaya etika), yang dijelaskan dalam Roadmap Literasi Digital 2021–2024. Keempat pilar tersebut adalah sebagai berikut:

1. **Cakap Digital (Cakap digital Skills)**, yaitu kemampuan individu dalam memahami, menggunakan, dan mengelola perangkat digital serta platform teknologi, mulai dari keterampilan dasar seperti mengoperasikan perangkat keras dan lunak, hingga keterampilan lanjutan seperti pengolahan data dan pembuatan konten digital.
2. **Aman Digital (Digital Safety)**, yaitu kemampuan individu dalam melindungi diri dan informasi pribadi dari berbagai ancaman di ruang digital, seperti peretasan, penipuan daring, cyberbullying dan eksploitasi data. Pilar ini menjadi kesadaran dan pengetahuan tentang langkah-langkah keamanan digital, seperti menggunakan kata sandi yang kuat, mengaktifkan autentikasi dua faktor, dan waspada terhadap ancaman siber.
3. **Budaya Digital (Digital Culture)**, yaitu pemahaman terhadap norma, nilai, dan budaya yang berkembang di ruang digital. Pilar ini menekankan pentingnya menjaga wawasan kebangsaan, nilai-nilai Pancasila, dan kebinekaan dalam setiap interaksi di dunia maya, sehingga masyarakat dapat berpartisipasi secara positif dan konstruktif di ruang digital.
4. **Etika Digital (Digital Ethics)**, yaitu kemampuan individu dalam menyadari, menyesuaikan diri, dan menerapkan etika bermedia digital (netiquette) dalam kehidupan sehari-hari. Pilar ini mendorong masyarakat untuk menggunakan teknologi secara bertanggung jawab, menghormati privasi orang lain, dan tidak menyebarkan informasi yang belum terverifikasi kebenarannya.

Keempat pilar literasi digital tersebut saling melengkapi dan menjadi kerangka kerja operasional yang digunakan oleh Diskominfo dalam merancang dan melaksanakan program-program literasi digital di lapangan. Kemampuan berpikir kritis yang lahir dari penguasaan keempat pilar ini memungkinkan masyarakat untuk mempertanyakan sumber informasi, menilai kredibilitas pesan yang diterima, dan memahami motif di balik penyebaran informasi. Dengan demikian, literasi digital tidak hanya berdampak pada individu secara pribadi, tetapi juga mempengaruhi kualitas ruang publik dan ketahanan sosial masyarakat secara keseluruhan.

Dalam konteks penelitian ini, literasi digital menjadi konsep utama karena keberhasilannya sangat bergantung pada strategi komunikasi yang diterapkan oleh Diskominfo Kota Medan selaku instansi pemerintah yang bertanggung jawab dalam pengelolaan informasi publik dan pelaksanaan program edukasi digital. Kemampuan literasi digital penduduk Kota Medan dalam mengakses, memahami, menilai, serta merespons informasi digital secara kritis dan bertanggung jawab khususnya dalam menghadapi penyebaran hoaks menjadi tolok ukur keberhasilan strategi komunikasi yang menjadi fokus penelitian ini. Oleh karena itu, literasi digital berperan sebagai sasaran utama dari strategi komunikasi yang dijalankan oleh Diskominfo Kota Medan guna mencegah penyebaran hoaks di kalangan masyarakat.

Hoaks dan Disinformasi

Hoaks dan Disinformasi merupakan fenomena komunikasi yang semakin mengkhawatirkan seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital dan platform media sosial. Di era informasi saat ini, kedua istilah tersebut sering digunakan secara bergantian, namun sesungguhnya memiliki perbedaan mendasar yang penting untuk dipahami. Dalam konteks komunikasi digital, penyebaran informasi yang tidak benar bukan hanya persoalan teknis, melainkan juga menyentuh dimensi sosial dengan masalah informasi, budaya, dan politik yang mempengaruhi cara masyarakat menerima, memproses dan menyebarkan berita. Menurut data Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo RI), tercatat lebih dari 1.923 laporan hoaks pada tahun 2024 yang sebagian besar bersumber dari platform media sosial, menunjukkan betapa masifnya persoalan ini di Indonesia, termasuk di kota-kota metropolitan seperti Medan.

Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Kominfo RI), menjelaskan hoaks sebagai informasi yang tidak benar atau palsu, yang dibuat dan disebarluaskan secara sengaja dengan tujuan untuk memengaruhi opini publik kepada masyarakat dengan niat untuk menyesatkan, menciptakan kecemasan, kebencian, atau mempengaruhi pandangan publik. Informasi hoaks umumnya tidak didukung oleh data yang valid dan sumber yang jelas, serta disajikan secara provokatif agar mudah menarik perhatian dan tersebar luas di platform digital (Kominfo RI, 2024). Kominfo RI mengklasifikasikan hoaks ke dalam tiga bentuk utama, yaitu: (1) *False news*, yaitu berita yang sepenuhnya dibuat –buat tanpa dasar fakta yang bertujuan mengelabui publik, (2) *Disinformation*, yaitu informasi yang salah dan disebarluaskan secara sengaja dengan

niat menipu atau manipulasi opini, serta (3) *Misinformation*, yaitu informasi yang keliru namun disebarkan tanpa niat jahat, biasanya karena ketidaktahuan atau kesalahpahaman dari penyebabnya.

Perbedaan antara disinformasi dan misinformasi terletak pada unsur kesengajaan. Disinformasi adalah informasi yang salah dan disebarkan secara terencana untuk menipu atau memengaruhi pandangan masyarakat, sering kali digunakan sebagai alat propaganda, manipulasi, politik, atau untuk kepentingan ekonomi tertentu (Kominfo RI, 2024). Sementara misinformasi terjadi akibat ketidaktahuan penyebar, bukan niat jahat. Dalam praktiknya, Hoaks cepat menyebar di kalangan masyarakat yang memiliki tingkat literasi digital rendah karena mereka kurang memiliki kemampuan untuk memverifikasi kebenaran informasi sebelum meneruskannya. Oleh sebab itu, pemahaman terhadap perbedaan ketiga bentuk informasi palsu ini menjadi dasar penting dalam merancang strategi komunikasi pencegahan yang tepat sasaran.

Upaya pencegahan hoaks dan disinformasi membutuhkan strategi komunikasi yang efektif, terencana, dan berkelanjutan. Pemerintah melalui institusi seperti Diskominfo memegang peranan kunci dalam menyampaikan edukasi, klarifikasi, dan informasi yang akurat kepada masyarakat. Pencegahan hoaks tidak semata-mata bergantung pada penegakan hukum, tetapi justru lebih mengandalkan peningkatan kemampuan literasi digital masyarakat agar mampu berpikir kritis, memverifikasi informasi, dan bertanggung jawab dalam menggunakan media digital. Dengan demikian, strategi komunikasi Diskominfo Kota Medan dalam membangun literasi digital menjadi instrumen utama dalam melawan penyebaran hoaks di kalangan masyarakat.

Kerangka berpikir

Kerangka berpikir penelitian ini menggambarkan hubungan konseptual antara variabel-variabel utama yang diteliti, yaitu strategi komunikasi Diskominfo Kota Medan, literasi digital masyarakat, dan upaya pencegahan hoaks. Kerangka ini dibangun berdasarkan teori komunikasi Harold Lasswell (1948) yang menempatkan Diskominfo sebagai komunikator, program literasi digital sebagai pesan, media sosial dan penyuluhan sebagai saluran, masyarakat Kota Medan sebagai komunikan, serta peningkatan literasi digital dan pencegahan hoaks sebagai efek yang diharapkan. Alur strategi komunikasi dalam kerangka ini mengikuti tiga tahap, yaitu Perencanaan, Implementasi, dan Evaluasi yang bersifat siklus dan saling memengaruhi satu sama lain.

Pada tahap Perencanaan, Diskominfo melakukan analisis audiens berdasarkan generasi dan latar belakang pendidikan, menyusun pesan yang edukatif dan kontekstual, serta memilih media yang tepat. Pada tahap Implementasi, strategi diwujudkan melalui program literasi digital yang mengacu pada empat pilar CABE, yaitu Cakap Digital, Aman Digital, Budaya Digital, dan Etika Digital (Kominfo RI, 2021), yang disampaikan melalui pelatihan, kampanye anti-hoaks, dan kolaborasi lintas sektor. Pada tahap Evaluasi, Diskominfo mengukur

pemahaman masyarakat, menganalisis tingkat penyebaran hoaks, dan menggunakan umpan balik untuk memperbaiki strategi berikutnya. Ketiga tahap ini berjalan secara siklus sehingga strategi komunikasi terus berkembang dan beradaptasi sesuai kebutuhan masyarakat.

Output dari strategi komunikasi yang efektif adalah meningkatnya literasi digital masyarakat, yang mencakup kemampuan memverifikasi informasi, mengenali ketiga bentuk hoaks (false news, disinformation, dan misinformation), serta menggunakan media digital secara etis dan bertanggung jawab. Peningkatan literasi digital ini pada gilirannya berdampak pada berkurangnya penyebaran hoaks yang berpotensi menimbulkan dampak negatif di bidang sosial, psikologis, ekonomi, maupun politik. Hasil akhir yang diharapkan dari seluruh proses ini adalah terwujudnya kepercayaan publik terhadap informasi resmi pemerintah, yang menjadi indikator keberhasilan strategi komunikasi Diskominfo Kota Medan secara keseluruhan.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Metode penelitian memegang penting dalam sebuah penelitian hal ini karena semua kegiatan yang dilaksanakan dalam penelitian sangat tergantung dengan metode yang digunakan. Creswell menyatakan, “Penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang dianggap oleh individu atau kelompok berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan.” Oleh karena itu metode yang akan digunakan oleh peneliti adalah metode penelitian kualitatif deskriptif.

Informan Penelitian

Menurut Sugiyono (2021), informan merupakan pemahaman, mendalam, pengetahuan luas atau informasi penting terkait objek atau masalah yang diteliti berperan sumber data kunci memberikan informasi lengkap dan akurat. Informan yang sebagai sumber data dan informasi memenuhi syarat yang akan menjadi informan kunci (*key informan*), informan utama

Dalam Penelitian ini, informan ditemukan dengan teknik *Purposive sampling* yaitu pemilihan informan subjek yang relevan dan memiliki karakteristik tertentu sesuai dengan tujuan penelitian agar data yang diperoleh lebih fokus dan mengali informasi penelitian.

a) Informan Kunci

Informan kunci merupakan yang mengetahui dan memiliki informasi diperlukan dalam penelitian. Pihak-pihak yang dijadikan sebagai informan kunci yaitu Rizka Firdahlia, S.Sos, sebagai Kepala Bidang Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Medan yang memahami mengenai strategi komunikasi Publik dalam membangun literasi digital.

b) Informan Utama

Informan utama merupakan yang terlibat langsung dalam pelaksanaan program dan kegiatan Diskominfo di lapangan. Pihak-pihak dijadikan sebagai informan tentang operasional program, pelaksanaan aktivitas

literasi digital yaitu Mhd. Ariq Luthfi Siregar, Dedi Kurniawan Nasution, é & Dai Raidho Ritonga sebagai Staf Diskominfo yang ada disana mengelola media sosial pemerintah Kota Medan, Tim pelaksana sosialisasi dan pelatihan literasi digital.

c) Informan Pendukung

Informan Pendukung merupakan sumber data pada masyarakat umum yang penerima pesan dampak program literasi digital dan pencegahan hoaks dari strategi komunikasi yang dijalankan Diskominfo Kota Medan, yaitu: Sulastris Putri, Ramaera, Adel

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah penting dalam penelitian kualitatif untuk memperoleh informasi yang mendalam terkait fenomena yang diteliti. Menurut Creswell (2020), penelitian kualitatif menekankan pada penggalian data secara naturalistik melalui interaksi langsung dengan informan dan konteks sosial mereka. Pada penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi.

1. Wawancara, tujuan dilakukannya wawancara (*interview*) untuk mendapatkan informasi mengumpulkan data secara menyeluruh tentang strategi komunikasi yang digunakan Diskominfo Kota Medan untuk membangun literasi digital dan mencegah hoaks. Metode ini memungkinkan peneliti mendapatkan data langsung dari sumber yang memiliki pengalaman, pengetahuan, dan otoritas yang relevan dengan subjek penelitian mereka. Ketika melakukan wawancara peneliti akan menggunakan bahasa informal bermaksud agar suasana antara peneliti dengan informan tidak terlalu kaku dan informasi bisa lebih rileks dalam menjelaskan jawaban-jawaban yang dibutuhkan oleh peneliti. Peneliti memilih untuk menggunakan teknik wawancara mendalam (*depth interview*) mencoba menyelami kehidupan informan guna mendapatkan keterangan informasi yang lebih jelas tentang hoaks.
2. Observasi, makna dari observasi adalah pengumpulan data penting yang bertujuan untuk memahami fenomena langsung dari lapangan. Pada kualitatif data akan diperoleh secara langsung seperti kelapangan, organisasi, dan komunitas. Prosesnya dimulai dari lokasi penelitian, peneliti melakukan observasi di Dinas Kominfo Kota Medan setelah itu dilanjutkan dengan memikirkan sebuah gambaran umum tentang sasaran dari penelitian. Melakukan observasi, memungkinkan peneliti melihat realitas sosial sebagaimana adanya tanpa mengubahnya atau mengubahnya. Strategi komunikasi dan program literasi digital yang dilaksanakan oleh Diskominfo Kota Medan dilihat secara langsung melalui observasi.
3. Dokumentasi, tujuan dari dokumentasi yaitu untuk melengkapi data-data yang diperoleh. Dokumentasi dapat berupa rekaman saat wawancara dan foto saat wawancara. Menurut Moleong (2021), dokumentasi adalah alat

penting dalam penelitian kualitatif karena mampu memberikan bukti yang objektif untuk mendukung data observasi dan hasil wawancara untuk melengkapi informasi yang ditemukan. Selain itu, metode ini digunakan selama proses triangulasi, yang meningkatkan kredibilitas dan validitas data penelitian.

Teknik Analisis Data

Dalam bukunya kualitatif Miles, Huberman, dan Saldaña (2014) mengemukakan analisis data model ini dipilih karena sifatnya yang dinamis, fleksibel, dan iteratif, yang memungkinkan peneliti untuk terus-menerus menyempurnakan pemahaman terhadap data selama proses penelitian berlangsung. Model interaktif ini terdiri dari tiga komponen analisis yang saling berkaitan dan berlangsung secara bersamaan, bukan sebagai tahapan linear yang kaku. Ketiga komponen tersebut adalah: (1) reduksi data, (2) penyajian data, dan (3) penarikan kesimpulan dan verifikasi.

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, dan mengaburkan data yang telah diambil dari catatan lapangan. Tujuannya adalah mengorganisir data sehingga kesimpulan akhir dapat diverifikasi dan ditampilkan. Untuk tujuan penelitian ini, data direduksi selanjutnya.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah proses menampilkan data yang telah direduksi ke dalam format yang sistematis, ringkas, dan mudah diakses agar peneliti dapat memahami apa yang terjadi dan melakukan analisis lebih lanjut. Penyajian data pada metode kualitatif dapat berbentuk uraian, bagan, dan sejenisnya. Pada tahapan ini peneliti memilih menyajikan data kedalam bentuk teks yang bersifat naratif dengan sistematis untuk mempermudah.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan Kesimpulan adalah langkah di mana peneliti mulai menafsirkan dan memaknai temuan yang telah tersaji. Kesimpulan awal yang ditarik harus didukung secara eksplisit oleh bukti dan data yang telah dikumpulkan dan dianalisis sebelumnya (reduksi dan penyajian data).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Singkat Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Medan

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Medan adalah salah satu lembaga pemerintah daerah yang ada di bawah Pemerintah Kota Medan, yang terletak di Jl. Sidorukun No.35, Pulo Brayan Darat II, Kec. Medan Tim., Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara 20239. Instansi ini memiliki peranan yang signifikan dalam mengelola urusan pemerintahan yang terkait dengan komunikasi publik, informatika, persandian, statistik, pengelolaan informasi, mendorong literasi digital, penyebaran hoaks serta mendukung program smarty city.

Keberadaan Dinas Komunikasi dan Informatika di Kota Medan berkaitan erat dengan kemajuan teknologi informasi dan keinginan masyarakat untuk

mendapatkan akses informasi publik yang lebih baik. Dengan diterapkannya otonomi daerah, pemerintahan setempat diharapkan dapat mengatur informasi dengan cara yang efisien, transparan, dan bertanggung jawab. Oleh karena itu, didirikanlah dinas yang secara fokus mengurus komunikasi dan informatika untuk mendukung layanan publik yang berbasis digital.

Pada mulanya, pengelolaan informasi dan komunikasi di Kota Medan masih menjadi bagian dari unit tertentu dalam struktur pemerintahan lokal. Namun, dengan bertambahnya kebutuhan akan distribusi informasi yang cepat dan tepat, serta kemajuan media digital, pemerintah melakukan restrukturisasi organisasi dengan mendirikan Dinas Komunikasi dan Informatika sebagai entitas yang mandiri.

Sejak didirikannya, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Medan terus mengalami kemajuan, baik dalam program kerja maupun pemanfaatan teknologi. Berbagai langkah diambil untuk meningkatkan kualitas layanan informasi kepada masyarakat, termasuk melalui pemanfaatan media digital, situs web resmi, serta saluran media sosial sebagai alat komunikasi publik.

Selain itu, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Medan juga berperan aktif dalam membangun kemampuan masyarakat di literasi digital. Upaya ini dilakukan melalui berbagai program sosialisasi, edukasi, dan kampanye yang bertujuan untuk mengasah kemampuan masyarakat dalam memilah dan mengerti informasi, terutama dalam menghadapi maraknya penyebaran berita palsu atau hoaks di era digital.

Melalui berbagai langkah tersebut, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Medan diharapkan dapat menjadi pelopor dalam penyebaran informasi yang tepat dan dapat dipercaya, serta mendukung terwujudnya masyarakat yang cerdas dan bijak dalam menggunakan media digital.

Hasil Penelitian

Strategi Komunikasi Publik Diskominfo Kota Medan Dalam Membangun Literasi Digital

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, literasi digital Sebagai Bentuk Strategi Diskominfo Kota Medan mencegah penyebaran hoaks di kalangan masyarakat dapat dijelaskan melalui tiga tahapan, yaitu perencanaan (planning), implementasi (implementation), dan evaluasi (evaluation).

Melalui ketiga tahap ini, peneliti berupaya menganalisis bagaimana Diskominfo Kota Medan menentukan sasaran komunikasi, menyusun pesan, memilih media komunikasi, melaksanakan program literasi digital, serta melakukan evaluasi terhadap program yang telah dilaksanakan guna meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memilah informasi dan mencegah penyebaran hoaks.

Untuk mempermudah analisis, pembahasan strategi komunikasi publik Diskominfo Kota Medan dalam membangun literasi digital guna mencegah

penyebaran hoaks di kalangan masyarakat dibagi ke dalam tiga tahap sebagai berikut:

Tahap Perencanaan (Planning)

Tahap perencanaan merupakan tahap awal dalam menentukan arah strategi komunikasi. Berdasarkan hasil penelitian, Diskominfo Kota Medan terlebih dahulu menyiapkan materi komunikasi yang ditujukan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat. Salah satu bentuknya adalah rubrik "Ruang Informasi" yang digunakan sebagai wadah penyampaian informasi dan materi literasi digital secara rutin.

"Strategi komunikasi kami itu sekarang lagi banyak mempersiapkan konten-konten yang ada di media sosial. Jadi itu, untuk beberapa konten memang dipublish untuk literasi digital bagi masyarakat namanya ruang informasi itulah rubrik yang kami miliki di Diskominfo." (Wawancara dengan Rizka Firdahlia, S.Sos, Kepala Bidang Komunikasi Publik Diskominfo Kota Medan)

Perencanaan juga dilakukan melalui penentuan sasaran komunikasi berdasarkan segmentasi usia audiens. Diskominfo Kota Medan membedakan pendekatan pesan antara kelompok generasi muda dengan kelompok usia yang lebih tua, sebagaimana dijelaskan berikut.

"Kalau misalnya dari segi informasi publik dari konten-konten itu, memang kami ada beberapa konten yang ditujukan untuk Gen Z. Ada namanya U-Content, informasi ringan, kemudian literasi digital yang tidak berat. Itu disegmenkan untuk yang Gen Z. Tapi kalau milenial ke atas, kita juga punya konten, seperti podcast. Itu agak susah yang mencernanya, mungkin itu untuk yang tua-tuanya, dari segi umur." (Wawancara dengan Rizka Firdahlia, S.Sos, Kepala Bidang Komunikasi Publik Diskominfo Kota Medan)

Perencanaan strategi komunikasi Diskominfo Kota Medan tidak hanya menyusun pesan literasi digital secara umum, tetapi juga mempertimbangkan segmentasi audiens berdasarkan karakteristik usia dan gaya konsumsi informasi, sehingga pesan yang disusun dapat lebih tepat sasaran.

Tahap Implementasi (Implementation)

Tahap implementasi merupakan pelaksanaan dari perencanaan yang telah disusun. Berdasarkan hasil penelitian, strategi komunikasi Diskominfo Kota Medan dilaksanakan melalui produksi konten secara rutin, pemanfaatan media sosial, media monitoring, podcast bersama pihak terkait, serta sosialisasi tatap muka.

Salah satu bentuk implementasi adalah kolaborasi melalui podcast dengan dinas terkait dan komunitas. Penggunaan narasumber yang dianggap memiliki kewenangan atau pengetahuan terhadap isu tertentu dilakukan untuk memperkuat informasi yang disampaikan kepada masyarakat.

"Podcast itulah kita melakukan dialog-dialog ke dinas terkait kemudian komunitas untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat. Itu juga salah satu penangkal hoax. Karena kita dari hasil wawancara dari sumber yang terpercaya, jadi mengembangkan beritanya, jadi langsung informasi itulah strategi untuk

menyangkal hoax." (Wawancara dengan Rizka Firdahlia, S.Sos, Kepala Bidang Komunikasi Publik Diskominfo Kota Medan)

Dalam penyebarluasan pesan, media sosial menjadi saluran yang paling banyak digunakan karena dianggap cepat, mudah, dan mampu menjangkau masyarakat secara luas.

"Saluran komunikasi, sosial media, kalau yang paling gampang menjangkau masyarakat, ya udah sosial media kayak Instagram, Facebook, itu udah pasti yang paling gampang menjangkau masyarakat, karena jaman sekarang masyarakat sudah pasti punya akun sosial media. Kalau media cetak juga kita tetap mengeluarkan, kayak koran, cuma jaman sekarang lebih efektifnya ke arah media sosial." (Wawancara dengan Informan Utama, Staf Pranata Humas Diskominfo Kota Medan)

Implementasi juga dilakukan melalui media monitoring. Kegiatan ini digunakan untuk mengetahui informasi atau isu yang sedang berkembang. Apabila ditemukan hoaks yang dianggap penting untuk ditanggapi, Diskominfo menyiapkan konten klarifikasi dalam bentuk video atau infografis dan menyebarkannya melalui berbagai media sosial.

"Intinya yang dilakukan itu adalah media monitoring selama satu minggu sehari. Biasanya dilakukan rapat untuk memonitoring informasi-informasi itu. Kalau misalnya ada hoax-hoax yang sudah besar, kita bisa buat konten untuk meng-counter hoax-hoax yang ada, entah dalam bentuk video atau infografis, dan itu kita sebar di semua sosmed kami, seperti Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, dan lain-lain." (Wawancara dengan Informan Utama, Staf Pranata Humas Diskominfo Kota Medan)

Selain komunikasi digital, Diskominfo juga melakukan sosialisasi tatap muka. Namun, berdasarkan hasil wawancara, media sosial lebih sering digunakan karena dianggap lebih hemat, efisien, dan cepat menjangkau masyarakat. Dengan demikian, implementasi strategi dilakukan melalui kombinasi komunikasi daring dan luring.

Salah satu contoh implementasi yang ditemukan adalah klarifikasi mengenai isu kelangkaan atau kenaikan harga BBM. Diskominfo berkoordinasi dengan pihak terkait, termasuk Pertamina, untuk menyampaikan informasi mengenai kondisi SPBU dan ketersediaan BBM sehingga masyarakat memperoleh informasi yang lebih jelas dan tidak hanya bergantung pada informasi yang beredar di media sosial.

Tahap Evaluasi (Evaluation)

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pesan yang telah disampaikan memperoleh jangkauan dan respons dari masyarakat. Berdasarkan hasil penelitian, Diskominfo Kota Medan menggunakan fitur Insight pada media sosial, khususnya Instagram, untuk melihat jumlah jangkauan, penonton, dan performa konten.

"Itu kita cuman lihat di Insight. Instagram itu kan punya Insight, jadi kita menganalisis itu dari Insight yang masuk. Misalnya kalau konten ruang informasi itu meledaknya ketika literasi yang mana, itu kita analisis sendiri dengan statistik yang di Insight tersebut. Jadi kalau kajian khusus belum ada, jadi kita

menganalisis media sosial yang kita punya, sudah sejauh mana jangkauannya." (Wawancara dengan Rizka Firdahlia, S.Sos, Kepala Bidang Komunikasi Publik Diskominfo Kota Medan)

Hasil wawancara menunjukkan bahwa evaluasi tersebut telah memberikan informasi mengenai konten yang memperoleh perhatian lebih besar dari masyarakat. Namun, evaluasi masih berfokus pada indikator media sosial dan belum didukung oleh penelitian atau survei formal yang secara khusus mengukur perubahan pemahaman dan perilaku masyarakat setelah menerima pesan literasi digital.

"Kalau konten-konten tentang literasi digital, khususnya digital yang ada di Penginfo, IT, hoax, itu kalau dibilang langsung efektif, kami belum punya penelitian soal itu. Tapi kalau dilihat kualitas yang menonton, itu sudah lumayan banyak yang terpapar, karena rata-rata itu sampai 5 ribuan penonton, atau ada yang 12 ribuan penonton sekali rubrik itu dikeluarkan." (Wawancara dengan Rizka Firdahlia, S.Sos, Kepala Bidang Komunikasi Publik Diskominfo Kota Medan)

Temuan ini penting karena jumlah penonton atau jangkauan konten menunjukkan keterpaparan masyarakat terhadap pesan, tetapi belum dapat secara langsung menunjukkan bahwa masyarakat telah mengalami perubahan perilaku, misalnya menjadi lebih terbiasa memeriksa sumber informasi sebelum membagikannya. Oleh karena itu, evaluasi strategi komunikasi perlu dibedakan antara pengukuran jangkauan pesan dan pengukuran dampak pesan.

Faktor Pendukung Strategi Komunikasi Publik

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa faktor yang mendukung pelaksanaan strategi komunikasi publik Diskominfo Kota Medan. Pertama, adanya program konten yang rutin dan terlembaga, khususnya rubrik Ruang Informasi. Konsistensi tersebut membuat penyampaian pesan literasi digital tidak hanya dilakukan ketika muncul suatu permasalahan, tetapi dapat dilakukan secara berkelanjutan.

Kedua, adanya kolaborasi lintas sektor melalui podcast dengan dinas terkait dan komunitas. Kolaborasi tersebut membantu Diskominfo memperoleh informasi dari pihak yang relevan dan dapat memperkuat kepercayaan terhadap pesan yang disampaikan.

Ketiga, penggunaan berbagai kanal media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube memperluas peluang keterjangkauan pesan. Keempat, keterbukaan informasi publik menjadi salah satu modal kepercayaan masyarakat terhadap institusi. Kelima, terdapat respons positif dari sebagian informan masyarakat terhadap materi literasi digital yang diterima.

"Menurut saya mudah dipahami karena yang pertama literasi digital ini membantu saya untuk menyeleksi lebih lagi tentang media sosial, terkhususnya untuk memberantas berita-berita hoaks." (Wawancara dengan Adel, Informan Pendukung/Mahasiswa)

Dengan demikian, faktor pendukung strategi komunikasi publik Diskominfo Kota Medan dapat dirangkum dalam lima aspek, yaitu konsistensi program, kolaborasi lintas pihak, penggunaan berbagai kanal komunikasi, keterbukaan informasi, dan penerimaan positif dari sebagian masyarakat.

Faktor Penghambat Strategi Komunikasi Publik

Di samping faktor pendukung, penelitian menemukan beberapa faktor yang menghambat pelaksanaan strategi komunikasi publik. Pertama adalah keterbatasan anggaran. Kondisi tersebut menyebabkan produksi dan penyebarluasan konten masih banyak mengandalkan sumber daya internal serta jaringan media sosial yang dimiliki perangkat daerah.

"Pemerintah Kota Medan itu melalui Dinas Kominfo masih terkendala di dana. Misalnya anggarannya tidak terlalu banyak untuk membuat konten seperti itu, kemudian anggaran untuk menyebarkanluaskannya juga tidak ada. Jadi kita betul-betul manual, kita pakai kekuatan sendiri, kelurahan-kelurahan yang sudah punya media sosial, kecamatan juga sudah punya media sosial, itu yang kita maksimalkan untuk menyebarkan konten-konten kita." (Wawancara dengan Rizka Firdahlia, S.Sos, Kepala Bidang Komunikasi Publik Diskominfo Kota Medan)

Kedua, terdapat keterbatasan kewenangan pemerintah daerah dalam menangani hoaks berbasis teknologi baru seperti deepfake dan konten yang dibuat dengan kecerdasan buatan. Dalam kondisi tersebut, Diskominfo daerah lebih berperan pada sisi edukasi dan peningkatan kemampuan masyarakat agar lebih kritis terhadap konten digital.

Ketiga, evaluasi belum didukung oleh riset formal yang dapat mengukur perubahan pemahaman, sikap, dan perilaku masyarakat. Keempat, keterpaparan masyarakat terhadap kampanye literasi digital belum merata. Hal tersebut terlihat dari adanya informan pendukung yang menyatakan belum pernah mengetahui kampanye literasi digital Diskominfo Kota Medan.

"Tidak pernah." (Wawancara dengan Ramaera, Informan Pendukung/Mahasiswa, menjawab pertanyaan mengenai kampanye literasi digital Diskominfo Kota Medan)

Kelima, cepatnya penyebaran informasi melalui media sosial menjadi tantangan tersendiri. Informasi yang keliru dapat beredar dalam waktu singkat sehingga proses klarifikasi harus dilakukan secara cepat. Keterbatasan partisipasi masyarakat dalam kegiatan tatap muka juga menyebabkan tidak semua kelompok masyarakat dapat menerima pesan secara langsung.

Dengan demikian, faktor penghambat tidak menunjukkan bahwa strategi komunikasi tidak berjalan, tetapi menunjukkan adanya keterbatasan yang perlu diperbaiki agar jangkauan dan dampak strategi dapat semakin luas.

Pembahasan

Analisis Tahap Perencanaan (Planning)

Pada tahap perencanaan, Diskominfo Kota Medan telah menentukan bentuk pesan, sasaran komunikasi, dan media yang digunakan. Segmentasi audiens berdasarkan usia menunjukkan bahwa Diskominfo telah mempertimbangkan karakteristik komunikasi sebelum menentukan bentuk pesan. Hal ini sesuai dengan prinsip strategi komunikasi yang menempatkan pemahaman terhadap sasaran sebagai bagian penting sebelum komunikasi dilaksanakan.

Jika dilihat melalui model Lasswell, Diskominfo Kota Medan berperan sebagai komunikator (who), menyampaikan pesan mengenai literasi digital dan pencegahan hoaks (says what), melalui media sosial, rubrik Ruang Informasi, podcast, dan kegiatan sosialisasi (in which channel), kepada masyarakat Kota Medan sebagai komunikan (to whom). Efek yang diharapkan adalah meningkatnya kemampuan masyarakat dalam memahami, memeriksa, dan menyaring informasi sebelum menyebarkannya (with what effect).

Analisis Tahap Implementasi (Implementation)

Pada tahap implementasi, strategi yang telah direncanakan diwujudkan melalui produksi konten, media monitoring, kolaborasi, penggunaan multiplatform, dan sosialisasi. Media sosial menjadi saluran utama karena karakteristiknya yang cepat dan luas. Namun, Diskominfo tetap menggunakan komunikasi tatap muka untuk menjangkau masyarakat yang tidak seluruhnya aktif pada media digital.

Pelaksanaan media monitoring juga memperlihatkan adanya respons terhadap isu yang berkembang. Ketika ditemukan informasi yang dinilai sebagai hoaks, Diskominfo dapat menyiapkan konten klarifikasi. Dengan demikian, komunikasi publik tidak hanya bersifat penyampaian informasi secara rutin, tetapi juga dapat berfungsi sebagai respons terhadap dinamika informasi yang berkembang di masyarakat.

Dalam perspektif Lasswell, unsur saluran komunikasi menjadi bagian yang menonjol pada tahap implementasi. Pemilihan beberapa platform memungkinkan pesan disebarkan melalui media yang berbeda, sedangkan kolaborasi dengan pihak terkait membantu menyediakan sumber informasi yang relevan.

Analisis Tahap Evaluasi (Evaluation)

Pada tahap evaluasi, Diskominfo Kota Medan telah menggunakan data Insight media sosial sebagai dasar untuk melihat jangkauan dan performa konten. Hal tersebut merupakan bentuk evaluasi yang berguna untuk mengetahui tingkat keterpaparan masyarakat terhadap pesan.

Namun, berdasarkan hasil wawancara, belum tersedia riset formal yang dapat menunjukkan apakah paparan tersebut telah menghasilkan perubahan pengetahuan, sikap, atau perilaku. Dalam model Lasswell, kondisi ini menunjukkan bahwa unsur effect belum dapat diukur secara menyeluruh. Jumlah penonton tidak otomatis menunjukkan bahwa penonton memahami pesan atau menerapkan informasi tersebut dalam perilaku sehari-hari.

Oleh karena itu, evaluasi perlu dikembangkan dari sekadar pengukuran jangkauan menjadi pengukuran dampak. Misalnya melalui survei sebelum dan

sesudah kegiatan, wawancara masyarakat, atau kerja sama dengan perguruan tinggi. Dengan cara tersebut, Diskominfo dapat mengetahui apakah strategi yang dilakukan benar-benar membantu masyarakat menjadi lebih kritis terhadap informasi digital.

Strategi Komunikasi Publik dalam Pencegahan Hoaks di Kota Medan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pencegahan hoaks dilakukan melalui pendekatan edukatif dan informatif. Diskominfo tidak hanya memberikan klarifikasi setelah suatu informasi beredar, tetapi juga berupaya membangun kemampuan masyarakat melalui literasi digital. Pendekatan ini penting karena masyarakat merupakan pihak yang menerima sekaligus dapat menjadi penyebar informasi.

Dalam konteks Kota Medan yang memiliki masyarakat dengan karakteristik yang beragam, penyampaian pesan perlu dilakukan secara inklusif dan disesuaikan dengan karakteristik kelompok sasaran. Penggunaan media sosial membantu menjangkau pengguna digital, sedangkan sosialisasi langsung dapat digunakan untuk kelompok yang belum terjangkau secara optimal oleh media sosial.

Salah satu temuan penting penelitian adalah adanya kesenjangan antara jangkauan konten dan pengetahuan masyarakat terhadap program. Sebagian informan memberikan respons positif terhadap pesan yang diterima, tetapi terdapat pula informan yang belum mengetahui adanya kampanye literasi digital Diskominfo. Hal ini menunjukkan bahwa indikator keberhasilan tidak cukup hanya dilihat dari jumlah konten dan jumlah penonton, tetapi juga dari pemerataan keterpaparan dan pemahaman masyarakat.

Dengan demikian, strategi komunikasi publik Diskominfo Kota Medan telah berjalan secara sistematis melalui perencanaan, implementasi, dan evaluasi. Namun, strategi tersebut masih perlu diperkuat pada aspek pemerataan jangkauan, dukungan anggaran, edukasi mengenai konten berbasis AI, dan evaluasi berbasis perubahan pengetahuan, sikap, serta perilaku masyarakat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi komunikasi publik Diskominfo Kota Medan dalam membangun literasi digital guna mencegah penyebaran hoaks di kalangan masyarakat, dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Strategi komunikasi publik Diskominfo Kota Medan telah dilaksanakan melalui tiga tahap, yaitu perencanaan, implementasi, dan evaluasi. Pada tahap perencanaan, Diskominfo menyusun konten literasi digital melalui rubrik Ruang Informasi serta melakukan segmentasi audiens berdasarkan usia. Pada tahap implementasi, strategi dijalankan melalui produksi konten rutin, media monitoring, podcast dan kolaborasi dengan pihak terkait, penggunaan berbagai media sosial, serta sosialisasi tatap muka. Pada tahap evaluasi, Diskominfo

menggunakan statistik Insight media sosial untuk melihat jangkauan dan performa konten.

2. Strategi tersebut menunjukkan adanya kesesuaian dengan unsur komunikasi Lasswell, yaitu Diskominfo sebagai komunikator, pesan literasi digital dan pencegahan hoaks sebagai isi pesan, media sosial dan kegiatan sosialisasi sebagai saluran, masyarakat Kota Medan sebagai komunikan, dan peningkatan kemampuan masyarakat dalam menyaring informasi sebagai efek yang diharapkan.

3. Faktor pendukung strategi komunikasi publik Diskominfo Kota Medan meliputi adanya program konten yang rutin, kolaborasi lintas sektor, penggunaan berbagai kanal media sosial, keterbukaan informasi publik, serta respons positif dari sebagian masyarakat terhadap materi literasi digital.

4. Faktor penghambat meliputi keterbatasan anggaran, keterbatasan kewenangan pemerintah daerah dalam menangani hoaks berbasis teknologi baru seperti AI, belum tersedianya riset formal untuk mengukur perubahan perilaku masyarakat, belum meratanya keterpaparan masyarakat terhadap kampanye literasi digital, serta cepatnya penyebaran informasi di media sosial.

5. Secara keseluruhan, strategi komunikasi publik Diskominfo Kota Medan telah berjalan secara sistematis dan telah menyediakan berbagai saluran untuk membangun literasi digital masyarakat. Namun, hasil penelitian belum dapat menyatakan bahwa strategi tersebut telah sepenuhnya mengubah perilaku masyarakat dalam memverifikasi informasi karena pengukuran dampak masih terbatas pada statistik media sosial. Oleh sebab itu, penguatan evaluasi berbasis riset menjadi bagian penting untuk mengetahui efektivitas strategi secara lebih menyeluruh.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

1. Bagi Diskominfo Kota Medan, perlu memperkuat evaluasi program dengan tidak hanya menggunakan jumlah penonton, jangkauan, dan interaksi media sosial, tetapi juga melakukan survei atau penelitian sederhana untuk mengetahui perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku masyarakat dalam memverifikasi informasi.
2. Diskominfo Kota Medan perlu memperluas jangkauan literasi digital melalui kerja sama dengan kecamatan, kelurahan, sekolah, perguruan tinggi, komunitas, tokoh masyarakat, dan kelompok masyarakat lainnya agar pesan tidak hanya diterima oleh masyarakat yang aktif menggunakan media sosial.
3. Pemerintah Kota Medan perlu memberikan dukungan anggaran yang memadai untuk produksi konten, sosialisasi, pengembangan sumber daya manusia, dan evaluasi program. Dukungan tersebut diperlukan agar pelaksanaan literasi digital dapat dilakukan secara berkelanjutan.
4. Diskominfo perlu meningkatkan edukasi mengenai hoaks berbasis kecerdasan buatan, termasuk deepfake, foto atau video hasil manipulasi, dan suara buatan. Masyarakat perlu dibiasakan untuk memeriksa sumber, membandingkan informasi dengan kanal resmi, memperhatikan tanggal

- dan konteks informasi, serta tidak langsung membagikan informasi yang belum terverifikasi.
5. Bagi masyarakat, peningkatan literasi digital perlu diwujudkan dalam kebiasaan sehari-hari, terutama dengan memeriksa sumber informasi sebelum menerima dan menyebarkannya. Masyarakat juga diharapkan memanfaatkan kanal resmi pemerintah ketika membutuhkan informasi yang berkaitan dengan pelayanan publik.
 6. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian dapat dikembangkan dengan mengukur perubahan tingkat literasi digital dan perilaku masyarakat secara lebih terukur, misalnya dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah menerima program literasi digital atau dengan melibatkan kelompok masyarakat yang lebih beragam.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Lasswell, Harold D. (1948). *The Structure and Function of Communication in Society*. Dalam L. Bryson (Ed.), *The Communication of Ideas*. New York: Harper & Row.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Heris. (2016). *Ilmu Komunikasi Proses dan Strategi*. Tangerang: Indigo Media.
- Ali Nurdin. (2013). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Surabaya: Mitra Media Nusantara.
- Arifin, Anwar. (1994). *Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas* (Edisi Ketiga). Bandung: CV. Armico.
- Creswell, John W. (2020). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (Edisi Keempat). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Miles, Matthew B., Huberman, A. Michael, & Saldaña, Johnny. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (Edisi Ketiga). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Moleong, Lexy J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurdin, Ali. (2013). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Surabaya: Mitra Media Nusantara.

Jurnal dan Artikel Ilmiah

- Sauki, M. (2022). Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat untuk Membangun Citra Positif Pemerintah Kabupaten Bima Bervisi "RAMAH" (Religius,

-
- Aman, Makmur, Amanah, Handal). *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 6(2). <https://doi.org/10.58258/jisip.v6i2.3200>
- Baidawi, I. (2021). Peranan Pemerintah Kabupaten Situbondo dalam menanggulangi informasi hoax. *Nusantara Journal of Islamic Studies*, 2(1), 18–24. <https://doi.org/10.54471/njis.2021.2.1.18-24>
- Abdullah, S., Widyastuti, T. A. R., Suharyanto, C. E., Januru, L., Safii, M., Santioso, L. L., ... & Faqihuddin, A. (2025). Pemberdayaan Media Cyber di Era Digital. Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.
- Adela. F. P., Zakaria, Z., Purba, A. M., & Fauzan, I. (2019). *Digital Democracy and Regional Autonomy: Opportunities and Challenges Implementation of Medan Smart City Policy. Proceedings of the 3rd International Conference on Social and Political Development.* 150-154. <https://doi.org/10.5220/0010013101500154>
- Adita. (2020). Jangan Mudah Termakan Hoax, Saring Sebelum Sharing. Kemenkeu.Go.Id.<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13206/Jangan-Mudah-Termakan-Hoax-Saring-Sebelum-Sharing.html>
- Undayah, V. I., Fitriyani, A. R., Maudunnajah, H., & Putri, I. (2025). *Peran Dan Strategi Public Relation Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Serang Dalam Membangun Citra Instansi Daerah.* 2(1), 158–166. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v2i1.627>
- Chrysaninta, Theresia Marrie Rosari Putri. (2019). Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Melaksanakan Gerakan Literasi Digital. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 135-148.
- Hanafi, Muhammad Reza. (2025). Transformasi Komunikasi Dinas Kominfo Kota Medan dalam Implementasi Smart City Berbasis Medan Dataku. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(1), 45-62.
- Husna, Stefani Nurul. (2025). Strategi Komunikasi Publik Kominfo Kota Bengkulu dalam Mendorong Literasi di Masa Transformasi Digital. *Jurnal Administrasi Publik*, 13(1), 78-95.
- Monika, Donna. (2024). Strategi Komunikasi Diskominfo dalam Pembinaan Literasi Digital Berita Negatif Megathrust Padang. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 12(2), 112-130.
- Putri, Adetya Lestiana. (2024). Strategi Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik dalam Pencegahan Informasi Hoax di Media Sosial (Studi Pada Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi Lampung). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(3), 89-106.