

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang mempunyai relevansi tema dengan penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (MAFINDO) Bengkulu dalam Meningkatkan Literasi Digital Lansia BKMT di Kota Bengkulu”

1. Penelitian yang dilakukan oleh umum Stefani Nurul Husna & Eceh Trisna Ayuh (2025) yang berjudul Studi Tentang Strategi Komunikasi Publik Kominfo Kota Bengkulu dalam Mendorong Literasi di Masa Transformasi Digital, Penelitian “Strategi Komunikasi Publik Kominfo Kota Bengkulu dalam Mendorong Literasi Digital” berfokus pada bagaimana Diskominfo merancang dan menerapkan strategi komunikasi publik berskala luas melalui pendekatan informatif, persuasif, dan partisipatif menggunakan media daring dan luring untuk meningkatkan kesadaran literasi digital masyarakat umum
2. Penelitian ini dilakukan oleh Ramayanti, D., Jalaludin, Abdillah, A. N., & Kartika (2025) berjudul “Peningkatan Literasi Digital Lansia Melalui Edukasi Penggunaan YouTube sebagai Media Hiburan dan Pembelajaran”. Berfokus pada peningkatan literasi digital lansia melalui edukasi penggunaan YouTube sebagai media hiburan dan pembelajaran dengan menempatkan kemampuan teknis sebagai pusat perhatian, khususnya bagaimana lansia memahami dasar pengoperasian perangkat digital serta memanfaatkan aplikasi tersebut dalam aktivitas sehari-hari, sehingga orientasinya lebih praktis dengan menilai keberhasilan pelatihan berdasarkan tingkat penguasaan peserta terhadap materi yang diberikan
3. Penelitian ini dilakukan oleh Oka Ridiansyah, (2025) “Berjudul Strategi Komunikasi Persuasif Relawan Mafindo Bengkulu dalam Literasi Digital Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNIB” yang berfokus pada

Menganalisis bagaimana strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh relawan Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (MAFINDO) wilayah Bengkulu dalam meningkatkan kesadaran literasi digital di kalangan mahasiswa.

Berikut merupakan rangkuman persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan peneliti:

1. Analisis Mendalam Persamaan dan Perbedaan Penelitian

Perbandingan dengan Penelitian Stefani Nurul Husna & Eceh Trisna Ayuh (2025)

a. Persamaan

Kedua penelitian ini memiliki irisan yang kuat pada lokasi penelitian (locus) dan tujuan makro. Keduanya beroperasi di wilayah administratif Kota Bengkulu dan berupaya membedah mekanisme komunikasi dalam rangka percepatan literasi digital di era transformasi. Keduanya juga memandang bahwa literasi digital bukan sekadar kemampuan teknis, melainkan hasil dari sebuah strategi komunikasi yang terencana.

b. Perbedaan

Perbedaan fundamental terletak pada otoritas dan pendekatan aktor. Stefani Nurul Husna & Eceh Trisna Ayuh (2025) mengkaji Kominfo sebagai representasi negara yang menggunakan strategi komunikasi publik bersifat top-down dan berskala masif (publik). Sementara itu, penelitian berfokus pada Mafindo Bengkulu sebagai organisasi non-pemerintah yang bergerak secara grassroots (akar rumput). Strategi Mafindo cenderung lebih organik, komunal, dan spesifik pada penanganan hoaks, berbeda dengan Kominfo yang cakupannya lebih luas.

2. Perbandingan dengan Ramayanti, D., Jalaludin, Abdillah, A. N., & Kartika (2025)

a. Persamaan

Kedua penelitian ini memiliki target khalayak (*audience*) yang identik, yaitu kelompok lanjut usia (lansia). Keduanya berangkat dari keprihatinan yang sama: bahwa lansia adalah kelompok yang paling rentan terpapar dampak negatif digitalisasi dan membutuhkan pendampingan khusus agar tetap produktif dan aman di ruang siber.

b. Perbedaan

Penelitian Ramayanti, D., Jalaludin, Abdillah, A. N., & Kartika (2025) lebih menitikberatkan pada aspek pedagogi dan kemampuan teknis (literasi fungsional). Fokus mereka adalah bagaimana lansia mampu mengoperasikan fitur-fitur YouTube. Sebaliknya, penelitian saya berfokus pada strategi komunikasi organisasional. Saya tidak hanya melihat "apa yang diajarkan" (teknis), tetapi "bagaimana cara menyampaikan" (strategi) pesan literasi tersebut agar dapat menembus hambatan psikologis, kognitif, dan kultural yang dimiliki lansia. Penelitian saya lebih condong ke arah ilmu komunikasi sosial, bukan sekadar instruksi teknis.

3. Perbandingan dengan Penelitian Oka Radiansyah, (2025)

a. Persamaan

Kedua penelitian ini memiliki kesamaan pada objek formal, yaitu strategi komunikasi relawan Mafindo Bengkulu. Keduanya sama-sama membedah bagaimana sebuah organisasi anti-fitnah melakukan persuasi dan edukasi kepada masyarakat di tingkat lokal.

b. Perbedaan

Perbedaan yang sangat kontras muncul pada karakteristik komunikan (penerima pesan). Oka Radiansyah, (2025) meneliti strategi komunikasi terhadap mahasiswa UNIB yang merupakan digital natives. Mahasiswa memiliki kecepatan adaptasi tinggi,

sehingga strategi komunikasinya mungkin lebih ke arah penguatan etika dan verifikasi tingkat lanjut. Sedangkan penelitian saya menyoroti lansia yang membutuhkan pendekatan komunikasi antarpribadi, kesabaran, dan bahasa yang lebih sederhana. Tantangan komunikasi pada lansia jauh lebih kompleks karena adanya penurunan fungsi kognitif dan seringkali disertai resistensi terhadap teknologi baru.

4. Pembaharuan Penelitian

Berdasarkan penelitian terdahulu, dapat diketahui bahwa kajian mengenai strategi komunikasi dan literasi digital telah banyak dilakukan pada berbagai konteks, seperti lembaga pemerintah, pelatihan teknis lansia, serta edukasi literasi digital pada mahasiswa. Penelitian Stefani Nurul Husna & Eceh Trisna Ayuh (2025) lebih berfokus pada strategi komunikasi publik oleh Kominfo yang bersifat makro dan top-down, sedangkan penelitian Ramayanti, D., Jalaludin, Abdillah, A. N., & Kartika (2025) menitikberatkan pada aspek teknis penggunaan media digital oleh lansia tanpa mengkaji proses komunikasi secara mendalam. Sementara itu, penelitian Oka Ridiansyah, (2025) membahas strategi komunikasi Mafindo pada mahasiswa sebagai kelompok *digital native*, sehingga belum menggambarkan karakteristik komunikasi pada kelompok lansia.

Pembaharuan (*novelty*) dalam penelitian ini terletak pada fokus kajian yang secara khusus menganalisis strategi komunikasi relawan MAFINDO Bengkulu dalam meningkatkan literasi digital pada lansia BKMT di Kota Bengkulu. Penelitian ini tidak hanya melihat penyampaian pesan, tetapi juga mengkaji proses komunikasi secara utuh berdasarkan teori Onong Uchjana Effendy (2003), strategi komunikasi merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) yang bertujuan untuk mencapai tujuan komunikasi secara efektif. Dalam penerapannya, strategi komunikasi

tidak hanya berfokus pada penyampaian pesan, tetapi juga pada bagaimana pesan dapat dipahami, diterima, dan mampu memengaruhi sikap maupun perilaku khalayak. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi harus memperhatikan lima aspek utama, yaitu mengenali sasaran atau khalayak, menyusun pesan, menentukan metode, memilih media komunikasi, dan menentukan peranan komunikator. Kelima aspek tersebut saling berkaitan dan menjadi dasar dalam mewujudkan proses komunikasi yang efektif.

2.2 Kerangka Konsep dan Landasan Teori

2.2.1 Kerangka Konsep

Kerangka konseptual, atau disebut juga dengan kerangka berpikir, adalah sistem pemikiran yang menjalankan fungsi menjelaskan alur pemikiran yang terkait antara satu konsep dengan konsep lainnya. Kerangka konsep merupakan hasil sintesis yang diperoleh melalui proses berpikir deduktif maupun induktif, yang kemudian dikembangkan dengan kemampuan kreatif dan inovatif sehingga menghasilkan suatu konsep atau gagasan baru. Kerangka konsep disusun untuk merumuskan pertanyaan penelitian yang akan dijawab serta menentukan prosedur penelitian yang akan digunakan dalam menemukan jawaban atas pertanyaan tersebut. (Latifah, 2023).

Dalam penelitian ini untuk menganalisis bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan oleh Mafindo Bengkulu dalam merancang, menyampaikan, dan mengimplementasikan pesan-pesan literasi digital kepada kelompok lansia.

2.2.2 Strategi Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Kata komunikasi secara etimologis merupakan padanan dari bahasa Inggris *communication*, istilah *communico* atau *communicare* yang berarti *to make common* (menjadikan milik bersama). Istilah *communis* merupakan asal-usul kata komunikasi yang paling banyak

digunakan. Komunikasi adalah proses pertukaran makna melalui pesan komunikasi di antara para pelaku komunikasi. Kemudian komunikasi berasal dari kata Latin *communicatio*, yang akar katanya adalah *communis*, adalah asal kata komunikasi artinya sama. Dalam komunikasi terjalin pemahaman bersama antara komunikator dan komunikan itulah dimaksud dengan komunikasi. Atau dapat diartikan “siapa mengatakan apa kepada siapa dengan menggunakan saluran apa dan dengan dampak apa”, berdasarkan pendapat Harold D. Laswel (Djuanda, 2021).

Komunikasi merupakan proses penyampaian gagasan, informasi, pendapat, serta berbagai bentuk ekspresi kepada pihak lain. Penyampaian tersebut dapat dilakukan secara langsung maupun melalui media tertentu oleh komunikator kepada komunikan dengan tujuan memberikan pengaruh. Selain itu, komunikasi juga dipahami sebagai proses penyampaian pesan yang berisi informasi, ide, atau pendapat dari komunikator kepada komunikan melalui saluran atau media tertentu yang diharapkan dapat menimbulkan efek atau tanggapan tertentu.

Komunikasi merupakan aktivitas yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia dalam berinteraksi di lingkungan sosial. Dalam praktiknya, banyak orang tidak menyadari bahwa komunikasi sebenarnya merupakan suatu proses, yaitu rangkaian tindakan atau peristiwa yang berlangsung secara bertahap dan berkesinambungan. Sebagai sebuah proses, komunikasi bersifat dinamis, sehingga senantiasa mengalami perubahan dan perkembangan dari waktu ke waktu. Proses komunikasi melibatkan berbagai unsur yang saling berkaitan, di antaranya komunikator, komunikan, pesan yang mencakup isi, bentuk, dan cara penyampaiannya, saluran atau media yang digunakan, waktu dan tempat berlangsungnya komunikasi, dampak atau hasil yang ditimbulkan, serta situasi dan kondisi yang menyertai proses komunikasi tersebut (Hariyanto, 2021).

b. Pengertian Strategi

Secara etimologis, istilah *strategi* berasal dari bahasa Yunani, yaitu *strategos*. Kata *strategos* merujuk pada seorang pemimpin atau komandan militer pada masa demokrasi Athena. Menurut Kamus Ilmiah Populer, strategi diartikan sebagai ilmu tentang siasat perang atau cara yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan. Pada mulanya, konsep strategi hanya diterapkan dalam bidang militer sebagai metode pemanfaatan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk memenangkan peperangan. Namun, seiring perkembangan zaman, penggunaan strategi meluas ke berbagai bidang kehidupan lainnya.

Secara terminologi, strategi dapat diartikan sebagai suatu pendekatan menyeluruh yang berkaitan dengan proses perencanaan, pelaksanaan gagasan, serta eksekusi berbagai aktivitas dalam jangka waktu tertentu. Banyak ahli telah mengemukakan definisi strategi dari berbagai sudut pandang yang berbeda. Meskipun demikian, pada dasarnya seluruh definisi tersebut memiliki makna yang sama, yaitu sebagai upaya untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Strategi juga dipahami sebagai suatu proses yang berorientasi pada masa depan, yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu serta mampu menghadapi dan berinteraksi dalam situasi persaingan guna memperoleh sasaran yang diinginkan.

Strategi merupakan rangkaian tindakan yang dirancang dan dilaksanakan secara berbeda atau lebih unggul dibandingkan para pesaing untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan. Melalui strategi tersebut, organisasi diharapkan mampu mencapai tujuan serta sasaran yang telah ditetapkan dalam jangka menengah maupun jangka panjang. Strategi adalah penentuan tujuan dan sasaran jangka panjang organisasi, diterapkannya aksi dan alokasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Erline et al., 2021).

Strategi sesungguhnya merupakan bagian dari rangkaian

manajemen strategis yang bertujuan untuk memastikan organisasi mampu memanfaatkan sumber daya internal secara efektif, sambil menyesuaikan diri dengan dinamika lingkungan eksternal. Sebagai bagian dari perencanaan jangka panjang, strategi memberikan arah bagi seluruh aktivitas organisasi serta pedoman dalam pengalokasian sumber daya untuk mencapai tujuan utama.

c. Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi Strategi komunikasi adalah paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) yang disusun secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu. Secara lebih mendalam, strategi komunikasi bukan sekadar menyampaikan informasi, melainkan sebuah peta jalan (*road map*) yang menentukan bagaimana sebuah pesan harus dikonstruksi, siapa yang menyampaikannya, melalui saluran apa, dan kepada siapa pesan tersebut ditujukan agar menghasilkan efek atau perubahan perilaku yang diinginkan.

Perencanaan strategi komunikasi biasanya organisasi sendiri perlu menetapkan visi, misi, dan tujuan secara jelas sebagai landasan dalam menyusun rencana jangka pendek maupun jangka panjang. Perencanaan yang terstruktur dan matang memungkinkan organisasi untuk mengantisipasi berbagai tantangan, memanfaatkan sumber daya secara optimal, serta memastikan bahwa setiap tindakan yang dilakukan tetap sejalan dengan tujuan strategis yang telah ditetapkan. Di samping itu, pelaksanaan evaluasi secara berkala terhadap strategi yang dijalankan menjadi hal yang penting guna menyesuaikan kebijakan dan langkah organisasi terhadap perubahan lingkungan bisnis maupun perkembangan teknologi yang terus berlangsung. Perencanaan strategis juga harus bersifat fleksibel dan dapat disesuaikan dengan perubahan eksternal, seperti perkembangan

teknologi dan regulasi pemerintah. Perencanaan yang matang membantu organisasi mengantisipasi tantangan, mengalokasikan sumber daya secara efisien, serta memastikan bahwa setiap langkah yang diambil selaras dengan tujuan jangka panjang. (Al Fikri et al., 2024).

2.2.3 Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (MAFINDO)

Masyarakat Anti Fitnah Indonesia merupakan organisasi kemasyarakatan yang berkomitmen melawan penyebaran hoaks, disinformasi, dan ujaran kebencian di ruang digital Indonesia. Sejak awal berdirinya, Masyarakat Anti Fitnah Indonesia mengembangkan berbagai inisiatif seperti pemantauan informasi, cek fakta, kampanye publik, serta penyediaan pelatihan literasi digital untuk berbagai kelompok masyarakat. Melalui platform seperti situs resmi Masyarakat Anti Fitnah Indonesia, *TurnBackHoax*, dan Mafindo Institute, organisasi ini menjadi salah satu rujukan utama bagi publik dalam mengakses informasi terverifikasi serta mengikuti program edukasi literasi digital (Ati et al., 2023).

Perkembangan dunia digital pada dekade 2010-an yang diiringi maraknya penyebaran misinformasi memicu lahirnya berbagai gerakan cek fakta di Indonesia. Masyarakat Anti Fitnah Indonesia hadir sebagai respons dari masyarakat sipil untuk mensosialisasikan bahaya hoaks, menyediakan layanan cek fakta, serta mengembangkan kapasitas publik melalui pendidikan literasi digital. Tujuan utama organisasi ini adalah menciptakan ruang informasi yang sehat dan dapat dipercaya, sekaligus membangun kesadaran publik tentang pentingnya verifikasi informasi sebelum menyebarkannya. Berbagai laporan pemetaan hoaks dan publikasi riset yang diterbitkan organisasi ini antara tahun 2020–2023 menunjukkan keseriusan Masyarakat Anti Fitnah Indonesia dalam mengatasi persoalan informasi digital di Indonesia (Satyawati et al., 2019).

Fenomena perluasan dampak disinformasi dan hoaks yang merambah hingga ke tingkat regional secara masif menjadi faktor determinan yang mendorong Masyarakat Anti Fitnah Indonesia untuk segera melakukan ekspansi struktural dengan membentuk kepengurusan di berbagai daerah, termasuk di Provinsi Bengkulu. Sebagai bentuk komitmen nyata dalam membendung arus informasi palsu di tingkat lokal, Masyarakat Anti Fitnah Indonesia Bengkulu secara resmi dideklarasikan dan dikukuhkan pada 1 November 2022, bertempat di Gedung Serba Guna (GSG) Pemerintah Daerah Provinsi Bengkulu. Momentum bersejarah ini menandai hadirnya sebuah kekuatan sipil terorganisir di wilayah tersebut, yang kehadirannya dipelopori oleh sinergi strategis antara kelompok akademisi kritis dan praktisi komunikasi profesional. Para inisiator ini menaruh perhatian besar terhadap tantangan rendahnya tingkat literasi digital serta kerentanan kognitif masyarakat lokal dalam memfilter informasi di ruang siber.

Sejak awal fase berdirinya, Masyarakat Anti Fitnah Indonesia Bengkulu secara konsisten terus mengonsolidasikan gerakannya melalui jalinan kolaborasi strategis dengan berbagai pemangku kepentingan, mulai dari lembaga penyiaran publik seperti RRI, institusi pendidikan tinggi terkemuka yang ada di Kota Bengkulu seperti Universitas Bengkulu, Universitas Dehasen, dan UIN Fatmawati hingga jajaran pemerintah daerah. Sinergi lintas sektor ini diarahkan untuk membekali seluruh lapisan masyarakat dengan pemahaman metodologis yang mendalam mengenai etika bermedia, penguatan nalar kritis, serta penguasaan teknik verifikasi informasi guna menciptakan ekosistem komunikasi yang sehat dan akuntabel di Bumi Merah Putih. Sebagai fondasi dalam menjalankan setiap gerakannya, Masyarakat Anti Fitnah Indonesia menetapkan visi utama untuk mewujudkan ekosistem media sosial di Indonesia yang positif serta bersih dari fitnah, hasut, dan hoaks. Visi ini selaras dengan upaya membangun masyarakat yang aktif, damai, dan sejahtera, yang mampu berpartisipasi secara cerdas melalui pengembangan kemampuan berpikir kritis. Untuk mencapai tujuan besar tersebut, Masyarakat Anti Fitnah

Indonesia merumuskan misi strategis yang berfokus pada pemanfaatan media sosial sebagai sarana inspirasi dan empati antar kelompok masyarakat, serta peningkatan literasi media agar khalayak memiliki ketahanan kognitif dalam memverifikasi data dan fakta.

Misi Masyarakat Anti Fitnah Indonesia mencakup peran aktif dalam menjaga integrasi nasional dari ancaman isu SARA, membangun kolaborasi lintas sektor dalam memerangi ujaran kebencian, serta mengembangkan organisasi yang kredibel dan akuntabel. Seluruh misi ini dijalankan dengan semangat kesukarelaan, independensi, dan netralitas, guna meneguhkan stabilitas kebangsaan melalui pengabdian tanpa pamrih di ruang digital.

Masyarakat Anti Fitnah Indonesia Bengkulu secara konsisten mengimplementasikan berbagai program literasi digital yang bersifat inklusif dengan menyasar berbagai segmen usia, mulai dari kalangan pelajar, mahasiswa, tenaga pendidik, hingga kelompok lanjut usia (lansia). Sebagian besar program yang dijalankan merupakan hasil adaptasi dari kurikulum nasional Tular Nalar yang kemudian diselaraskan dengan karakteristik dan kebutuhan sosiokultural masyarakat lokal di Bengkulu.

Salah satu pilar utama dalam gerakan ini adalah program Tular Nalar: Sekolah Kebangsaan, sebuah inisiatif yang dirancang secara spesifik untuk kelompok pemilih pemula, mencakup siswa tingkat menengah atas (SMA/SMK) serta mahasiswa. Program ini mengemban misi untuk memberikan pemahaman kritis terkait proses demokrasi, metode identifikasi hoaks politik, serta penguasaan teknik *prebunking* guna memitigasi penyebaran disinformasi sebelum agenda besar seperti Pemilu atau Pilkada berlangsung. Pendekatan yang digunakan adalah pelatihan tatap muka yang interaktif, di mana fasilitator mendampingi diskusi kelompok kecil untuk mendorong partisipasi aktif peserta (Susilawaty et al., 2024). Selain menyasar generasi muda, Masyarakat Anti Fitnah Indonesia Bengkulu memberikan perhatian khusus melalui program Akademi Digital Lansia (ADL). Mengingat kerentanan kelompok lansia

terhadap penipuan digital dan kecenderungan menjadi penyebar hoaks di lingkaran keluarga, program ini berfokus pada pendampingan penggunaan perangkat cerdas (*smartphone*) secara aman serta penguasaan etika dalam mendistribusikan informasi. Contoh implementasi nyata dari program ini adalah kegiatan yang melibatkan seratus lansia di Balai Raya Semarak Bengkulu dalam inisiatif "Lansia Berbudi" (Bersama Bugar Digital) (Sundah et al., 2023).

Menghadapi tantangan teknologi terbaru pada periode 2024–2026, Masyarakat Anti Fitnah Indonesia Bengkulu juga memperluas cakupannya pada aspek Kecerdasan Artifisial (*AI Literacy*). Gerakan ini meliputi program *AI Goes to School* yang memberdayakan ratusan guru untuk memanfaatkan AI dalam menunjang sistem pembelajaran dengan tetap menjunjung etika penggunaan teknologi. (Nurmala et al., 2025).

Terakhir, Masyarakat Anti Fitnah Indonesia Bengkulu secara teknis menyelenggarakan Pelatihan Prebunking dan Hoax Busting yang menyasar kelompok relawan dan jurnalis lokal. Fokus utama dari program ini adalah membekali peserta dengan keterampilan praktis dalam menggunakan perangkat verifikasi informasi digital, seperti *Google Reverse Image Search*, hingga pemanfaatan *chatbot* pengecek fakta milik Masyarakat Anti Fitnah Indonesia. Upaya kolektif ini bertujuan untuk membangun daya tahan kognitif masyarakat agar mampu membentengi diri dari paparan informasi palsu sebelum masuk ke dalam ruang privat maupun publik.

Spektrum program literasi digitalnya, Masyarakat Anti Fitnah Indonesia Bengkulu memberikan atensi khusus pada kelompok lanjut usia melalui program Akademi Digital Lansia (ADL). Urgensi program ini didasarkan pada temuan empiris bahwa kelompok lansia merupakan salah satu segmen masyarakat yang paling rentan terpapar disinformasi, hoaks kesehatan, serta berbagai modus penipuan daring akibat adanya kesenjangan digital (*digital divide*) yang signifikan. Masyarakat Anti Fitnah Indonesia Bengkulu memandang bahwa pendampingan terhadap lansia bukan sekadar transfer pengetahuan teknologi, melainkan upaya

penguatan resiliensi kognitif agar mereka dapat beraktivitas di ruang digital secara aman dan bermartabat.

Implementasi program ADL di Bengkulu dilakukan dengan pendekatan yang humanis melalui kurikulum "Lansia Berbudi" (Bersama Bugar Digital). Program ini tidak hanya mengajarkan aspek teknis dasar, seperti pengoperasian gawai dan aplikasi pesan instan, tetapi juga menekankan pada aspek etika dan kewaspadaan. Para lansia dibekali kemampuan untuk mengenali ciri-ciri berita palsu yang sering beredar di grup keluarga, memahami risiko penyebaran data pribadi, hingga mendeteksi tautan (*link*) berbahaya yang berpotensi menjadi celah kejahatan siber (Parani et al., 2023).

Salah satu capaian strategis Masyarakat Anti Fitnah Indonesia Bengkulu dalam program ini terlihat pada kegiatan masif yang diselenggarakan di Balai Raya Semarak, yang melibatkan ratusan peserta lansia dari berbagai komunitas di Provinsi Bengkulu. Dalam pelaksanaannya, Masyarakat Anti Fitnah Indonesia Bengkulu menerapkan metode pendampingan sebaya (*peer-to-peer*) dan diskusi interaktif yang santai, guna meminimalisir hambatan psikologis lansia terhadap teknologi baru. Melalui program ini, Masyarakat Anti Fitnah Indonesia Bengkulu berhasil menciptakan ekosistem pendukung di mana para lansia didorong untuk menjadi agen literasi di lingkungan terkecil mereka, yakni keluarga, sehingga mampu memutus mata rantai penyebaran hoaks yang seringkali bermula dari ketidaktahuan dalam memverifikasi informasi.

2.2.4 Literasi Digital

Literasi berasal dari bahasa inggris yaitu *literacy* yang diartikan sebagai kemampuan baca tulis. Pengertian literasi berkembang meliputi proses membaca, menulis, berbicara, mendengar, membayangkan, dan melihat . dalam proses membaca melibatkan proses kognitif, linguistik, dan aktivitas social. Sedangkan kata digital bersala dari kata digitus, dalam bahasa yunani berarti jari-jemari (Simamora & Simangunsong, 2023).

Konsep literasi digital pertama kali diperkenalkan oleh Paul Gilster pada tahun 1997 sebagai kemampuan untuk memahami serta memanfaatkan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber digital. Menurutny, literasi digital mencakup kemampuan menggunakan teknologi dan informasi yang tersedia melalui perangkat digital secara efektif dan efisien dalam berbagai aspek kehidupan, seperti pendidikan, pekerjaan, maupun aktivitas sehari-hari. Selanjutnya, mengembangkan pemahaman mengenai literasi digital dengan menekankan keterkaitannya dengan literasi komputer dan literasi informasi. Literasi komputer mulai berkembang pada dekade 1980-an seiring meningkatnya penggunaan komputer mikro, tidak hanya di dunia usaha tetapi juga di kalangan masyarakat umum. Sementara itu, literasi informasi semakin berkembang pada dekade 1990-an ketika teknologi informasi berbasis jaringan memudahkan proses pengelolaan, akses, dan penyebaran informasi secara luas (Sormin et al., 2017).

Literasi digital merupakan kemampuan individu dalam memahami, menilai, serta memanfaatkan informasi yang diperoleh melalui teknologi digital secara bijaksana dan bertanggung jawab. Konsep literasi digital tidak hanya terbatas pada keterampilan mengoperasikan perangkat teknologi, tetapi juga mencakup kemampuan untuk mengkritisi informasi, melindungi keamanan data pribadi, serta berinteraksi secara etis dalam lingkungan digital. Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, masyarakat dituntut untuk menjadi pengguna teknologi digital yang cerdas agar mampu melindungi diri sendiri maupun orang lain dari berbagai risiko dan dampak negatif yang muncul di ruang digital. Oleh karena itu, setiap pengguna digital perlu memiliki kemampuan untuk mengakses, mengevaluasi, menganalisis, serta menerapkan etika dalam penggunaan media digital, khususnya dalam aktivitas di dunia maya. (Nizwa & Iskandar, 2025).

Literasi digital juga merupakan kecakapan yang tidak semata-mata melibatkan kemampuan menggunakan perangkat teknologi informasi, dan komunikasi, tetapi melibatkan pula kemampuan bersosialisasi, kemampuan pembelajaran, kemampuan berpikir kritis, kreatif, serta inspiratif sebagai kompetensi digital. (Fitriyani1, 2022).

Konsep literasi bersumber awal dari berkaitan dengan melek huruf, dipahami sebagai kemampuan individu membaca aksara dan medianya. Literasi digital sebagai suatu kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dari berbagai informasi dari berbagai sumber digital. Kemampuan literasi tidak hanya berkaitan dengan membaca aksara saja, namun dibutuhkan pula proses berpikir dan mengevaluasi informasi yang ditemukan dalam sumber digital. Literasi digital adalah tentang penguasaan ide, serta pengetahuan tentang apa yang kita lihat di layar komputer (Nasionalita & Nugroho, 2020).

2.2.5 Kelompok Lansia dan Tantangan Literasi Digital

Populasi lansia (umumnya 60 tahun ke atas) tumbuh cepat di banyak negara; transformasi layanan publik, kesehatan, dan sosial menuju platform digital membuat kemampuan literasi digital menjadi kebutuhan penting untuk mempertahankan akses, partisipasi sosial, dan kesejahteraan lansia. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1998 tentang Kesejahteraan Lanjut Usia, seseorang dianggap sebagai lansia jika telah mencapai usia 60 tahun ke atas. Lansia memiliki hak yang sama dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara. WHO membagi masa lanjut usia menjadi beberapa tahap: usia pertengahan (45-60 tahun), usia lanjut (60-75 tahun), usia tua (75-90 tahun), dan usia sangat tua (di atas 90 tahun). Setiap tahap memiliki karakteristik dan kebutuhan yang berbeda-beda. Masa lansia merupakan periode transisi dalam kehidupan seseorang, menandai peralihan dari masa aktif menuju masa di mana seseorang mengalami perubahan fisik dan sosial. Pandangan masyarakat terhadap lansia seringkali dipengaruhi oleh stereotip yang

mengaitkan usia lanjut dengan penurunan kemampuan fisik dan mental. Kemajuan di bidang kesehatan telah memungkinkan manusia hidup lebih lama. Fenomena ini, yang dikenal sebagai "lansia booming", menuntut kita untuk mengubah persepsi terhadap lansia dan memberikan mereka perhatian yang layak (Latief et al., 2024).

Kelompok lansia memiliki beragam karakteristik fisik, kognitif, psikologis, dan sosial yang secara langsung mempengaruhi kemampuan mereka dalam memanfaatkan teknologi digital. Secara fisiologis, lansia mengalami sejumlah perubahan biologis seperti penurunan penglihatan, pendengaran, serta kemampuan motorik halus, yang membuat mereka kesulitan membaca teks kecil, menekan ikon pada layar sentuh, atau memahami instruksi audio. Kondisi ini membuat proses pembelajaran teknologi menjadi lebih lambat dan menuntut desain antarmuka yang ramah bagi pengguna berusia lanjut. Penelitian menunjukkan bahwa hambatan fisik tersebut merupakan salah satu faktor yang paling berpengaruh terhadap rendahnya frekuensi penggunaan perangkat digital oleh lansia (Poerwanti et al., 2025).

Selain terdapat perubahan fisiologis, lansia juga mengalami penurunan kapasitas kognitif seperti daya ingat, kecepatan pemrosesan informasi, dan kemampuan fokus, yang berdampak pada kesulitan memahami navigasi aplikasi atau mengingat langkah-langkah penggunaan teknologi. Dalam menunjukkan bahwa fungsi kognitif merupakan prediktor penting dalam kemampuan lansia menguasai *digital literacy*, sehingga proses pelatihan perlu dilakukan secara bertahap, berulang, dan menggunakan pendekatan yang meminimalkan distraksi. variasi latar belakang pendidikan dan keterpaparan terhadap teknologi juga berperan besar. Banyak lansia yang tumbuh pada era teknologi analog dan tidak memiliki pengalaman menggunakan komputer atau internet selama masa produktif mereka. Lansia dengan pendidikan tinggi atau pengalaman kerja yang melibatkan teknologi cenderung lebih mudah beradaptasi, sedangkan mereka yang tidak terbiasa membutuhkan proses yang lebih intensif.

Karakteristik psikologis seperti rasa takut salah, cemas terhadap teknologi, dan rendahnya *self efficacy* juga menjadi tantangan penting. Sebagian lansia memandang teknologi sebagai sesuatu yang rumit dan bukan bagian dari keseharian mereka sehingga menumbuhkan technophobia. Namun, motivasi intrinsik seperti kebutuhan berkomunikasi dengan keluarga atau mengakses informasi kesehatan dapat meningkatkan keinginan belajar dan kemampuan adaptasi mereka. Pelatihan berbasis komunitas telah terbukti efektif dalam meningkatkan rasa percaya diri lansia terhadap penggunaan teknologi digital dari sisi sosial, kondisi ekonomi dan dukungan keluarga turut menentukan tingkat literasi digital. Lansia dengan akses perangkat yang memadai dan dukungan keluarga khususnya anak dan cucu lebih cepat menguasai teknologi dibanding mereka yang tinggal sendiri (Bakker et al., 2024).

Lansia juga memiliki kebutuhan informasi yang berbeda dengan kelompok usia muda. Mereka lebih tertarik menggunakan teknologi untuk kebutuhan praktis seperti berkomunikasi dengan keluarga, mencari informasi kesehatan, ibadah daring, atau hiburan sederhana. Kebutuhan yang bersifat fungsional ini menuntut program literasi digital agar menyesuaikan materi pembelajaran dengan konteks keseharian. Namun, keterbatasan pemahaman digital ini juga membuat mereka lebih rentan terhadap misinformasi, hoaks, dan penipuan *online*. Rendahnya kemampuan evaluasi informasi dan kecenderungan mempercayai pesan berantai di aplikasi pesan instan menjadi faktor risiko utama. Studi intervensi menunjukkan bahwa pelatihan verifikasi informasi dan literasi media yang terstruktur mampu meningkatkan kemampuan lansia dalam mengenali hoaks dan menghindari manipulasi digital (Muljati & Iswardani, 2024).

2.2.6 Teori Strategi Komunikasi Onong Uchjana Effendy (2003)

Strategi komunikasi merupakan salah satu unsur penting dalam proses komunikasi karena menjadi pedoman dalam mencapai tujuan komunikasi secara efektif. Strategi komunikasi tidak hanya berorientasi pada penyampaian pesan, tetapi juga mencakup perencanaan, pengelolaan, dan pemilihan teknik komunikasi yang tepat agar pesan dapat diterima, dipahami, dan menghasilkan perubahan sikap maupun perilaku pada khalayak.

Menurut Onong Uchjana Effendy, (2003), strategi komunikasi merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi komunikasi disusun agar proses penyampaian pesan dapat berlangsung secara efektif dan efisien, sehingga mampu menciptakan kesamaan makna antara komunikator dan komunikan serta menghasilkan dampak yang diharapkan. Dengan demikian, strategi komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai pedoman dalam menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai upaya memengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku khalayak sesuai dengan tujuan

1. Aspek pertama adalah mengenali sasaran atau khalayak. sebelum menyampaikan pesan, komunikator harus memahami karakteristik penerima pesan, seperti usia, tingkat pendidikan, latar belakang sosial budaya, pengalaman, kebutuhan, serta tingkat pengetahuan yang dimiliki. Pemahaman terhadap karakteristik khalayak akan membantu komunikator dalam menentukan cara penyampaian pesan yang sesuai sehingga pesan dapat diterima, dipahami, dan memberikan dampak sesuai dengan tujuan komunikasi.
2. Aspek kedua adalah menyusun pesan. bahwa pesan harus dirancang secara jelas, sistematis, menarik, dan mudah dipahami oleh khalayak. Penyusunan pesan tidak hanya bertujuan menyampaikan informasi, tetapi juga membangun pemahaman, memengaruhi sikap, serta mendorong perubahan perilaku. Oleh karena itu, isi pesan harus

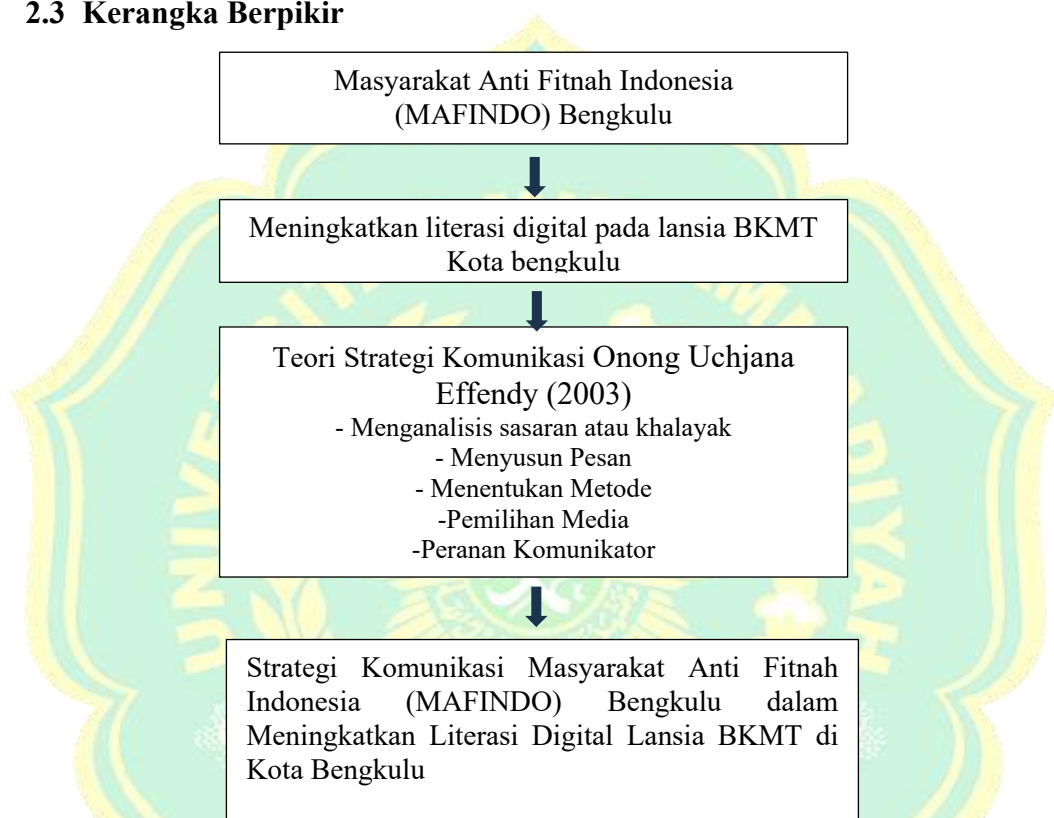
disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan sasaran agar komunikasi berlangsung secara efektif.

3. Aspek ketiga adalah menentukan metode komunikasi merupakan cara atau pendekatan yang digunakan komunikator dalam menyampaikan pesan kepada khalayak. Pemilihan metode harus disesuaikan dengan tujuan komunikasi, karakteristik sasaran, dan situasi yang dihadapi. Metode komunikasi dapat berupa metode informatif, persuasif, edukatif, maupun koersif. Penggunaan metode yang tepat akan mempermudah khalayak memahami pesan dan meningkatkan efektivitas komunikasi.
4. Aspek keempat adalah pemilihan media komunikasi. media komunikasi merupakan saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Media yang dipilih dapat berupa komunikasi tatap muka, media cetak, media elektronik, maupun media digital. Dalam menentukan media, komunikator perlu mempertimbangkan karakteristik sasaran, jangkauan, kemudahan akses, efisiensi, serta kemampuan media dalam menyampaikan pesan. Pemilihan media yang tepat akan membantu penyampaian informasi secara lebih efektif dan mendukung tercapainya tujuan komunikasi.
5. Aspek kelima adalah peranan komunikator. komunikator memegang peranan penting dalam menentukan keberhasilan komunikasi karena bertugas menyampaikan pesan sekaligus membangun hubungan yang baik dengan khalayak. Seorang komunikator harus memiliki kredibilitas, kemampuan berkomunikasi, penguasaan materi, serta mampu membangun kepercayaan dari penerima pesan. Komunikator yang memiliki kompetensi dan kredibilitas yang baik akan lebih mudah memperoleh perhatian khalayak

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa strategi komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy (2003), merupakan perpaduan antara perencanaan dan manajemen komunikasi yang dilaksanakan melalui lima aspek utama, yaitu mengenali sasaran atau khalayak, menyusun pesan,

menentukan metode, memilih media komunikasi, dan peranan komunikator. Kelima aspek tersebut menjadi landasan dalam merancang komunikasi yang efektif dan digunakan sebagai indikator dalam penelitian ini untuk menganalisis strategi komunikasi MAFINDO Bengkulu dalam meningkatkan literasi digital lansia BKMT di Kota Bengkulu.

2.3 Kerangka Berpikir



Bagan 2.1 Kerangka Berpikir

Sumber: di olah oleh peneliti

Secara Berdasarkan bagan di atas, alur pelaksanaan penelitian diawali dengan menentukan objek penelitian, yaitu Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (MAFINDO) Bengkulu. Setelah objek penelitian ditentukan, peneliti menetapkan fokus penelitian pada upaya meningkatkan literasi digital pada lansia BKMT Kota Bengkulu. Penelitian ini menggunakan teori strategi komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy, (2003), sebagai landasan analisis. Strategi komunikasi merupakan perpaduan

antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan komunikasi secara efektif. Untuk mengetahui keberhasilan strategi komunikasi tersebut, penelitian ini menggunakan lima indikator, yaitu mengenali sasaran atau khalayak, menyusun pesan, menentukan metode, pemilihan media, dan peranan komunikator.

Indikator mengenali sasaran atau khalayak digunakan untuk menganalisis bagaimana MAFINDO Bengkulu memahami karakteristik lansia BKMT sebelum melaksanakan kegiatan literasi digital. Selanjutnya, indikator menyusun pesan digunakan untuk mengetahui bagaimana MAFINDO Bengkulu merancang materi dan pesan edukasi agar mudah dipahami oleh lansia. Indikator menentukan metode digunakan untuk menganalisis pendekatan atau cara yang digunakan dalam menyampaikan materi literasi digital. Sementara itu, indikator pemilihan media digunakan untuk mengetahui media komunikasi yang dipilih dalam mendukung penyampaian pesan kepada lansia BKMT. Adapun indikator peranan komunikator digunakan untuk menganalisis kemampuan komunikator MAFINDO Bengkulu dalam membangun kepercayaan, menyampaikan materi, serta menciptakan komunikasi yang efektif selama kegiatan berlangsung.

Melalui analisis terhadap kelima indikator tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai strategi komunikasi yang diterapkan oleh MAFINDO Bengkulu dalam meningkatkan literasi digital lansia BKMT di Kota Bengkulu. Hasil analisis diharapkan dapat menjelaskan bagaimana strategi komunikasi tersebut diimplementasikan serta sejauh mana strategi tersebut mendukung peningkatan pemahaman literasi digital pada lansia BKMT.