



STRATEGI KONTRA-NARASI DIGITAL AKUN INSTAGRAM @INDONESIABAID.ID DALAM MENGHADAPI DISINFORMASI DAN KRITIK PUBLIK

Aldiyan Ramadhan^{1)*}

¹⁾Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Paramadina

*Korespondensi Penulis: aldiyan.ramadhan@students.paramadina.ac.id

ABSTRACT

The post-truth era has made government communication increasingly vulnerable to public criticism on social media. Some forms of public criticism that are not supported by accurate information are identified as disinformation, thereby shaping negative narratives toward the government. The @indonesiabaik.id Instagram account functions as one of the government's strategic tools to counter these negative narratives. This study aims to analyze the political communication strategies employed by @indonesiabaik.id in constructing digital counter-narratives. Critical Discourse Analysis (CDA) from Fairclough (1989) is used as both the theoretical framework and the methodological approach. The data consist of 241 Instagram posts published between November 2025 and February 2026. Using purposive sampling, five posts representing variations of @indonesiabaik.id's counter-narrative strategies were selected for analysis. The data were then analyzed qualitatively, with the units of analysis including textual, visual, and discursive elements embedded in each post. The findings reveal that @indonesiabaik.id implements three primary counter-narrative strategies: (1) preventive education, by presenting the government's version of information before opposing narratives spread widely; (2) Implicit clarification, by indirectly refuting misinformation through content; and (3) issue diversion, by shifting public attention toward other governmental achievements. This study interpretatively suggests that while @indonesiabaik.id plays a significant role in the digital narrative arena, its predominantly defensive and top-down communication style may be perceived as propagandistic rather than fostering dialogical engagement with the public.

Keywords: @indonesiabaik.id; Critical discourse analysis; Digital counter-narrative; Disinformation; Government social media; Political communication.

ABSTRAK

Era post-truth menempatkan komunikasi pemerintah pada posisi yang rentan terhadap kritik publik di media sosial. Beberapa kritik publik yang tidak didasari oleh informasi yang benar dapat diidentifikasi sebagai disinformasi yang membentuk narasi negatif terhadap pemerintah. Akun @indonesiabaik.id diposisikan sebagai salah satu alat pemerintah untuk melawan narasi negatif tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi politik yang digunakan @indonesiabaik.id dalam membangun kontra-narasi. Penelitian menggunakan *Critical Discourse Analysis* (CDA) dari Fairclough (1989) sebagai kerangka analisis dalam menjelaskan permasalahan. Selain itu, CDA menjadi metode penelitian ini, dengan menganalisis data yang terdiri atas 241 unggahan Instagram @indonesiabaik.id yang dipublikasikan pada periode November 2025–Februari 2026. Data dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* hingga diperoleh lima unggahan yang merepresentasikan variasi strategi kontra-narasi. Kemudian, data yang didapatkan dianalisis secara kualitatif dengan unit analisis penelitian meliputi teks, visual, dan relasi diskursif yang terkandung dalam setiap unggahan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kontra-narasi @indonesiabaik.id mencakup tiga pendekatan utama: (1) Edukasi preventif, dengan menyajikan data versi pemerintah sebelum narasi tandingan menyebar luas; (2) Klarifikasi implisit, dengan membantah informasi keliru secara tidak langsung melalui konten; dan (3) Pengalihan isu, dengan mengganti fokus perbincangan ke pencapaian lain. Studi ini secara interpretatif menilai bahwa @indonesiabaik.id memainkan peran penting dalam perang narasi digital, namun pendekatannya yang cenderung defensif dan *top-down* berpotensi dipersepsikan sebagai propaganda ketimbang komunikasi yang dialogis.

Kata Kunci: @indonesiabaik.id; Analisis wacana kritis; Disinformasi; Media sosial pemerintah; Komunikasi politik; Kontra-narasi digital.

PENDAHULUAN

Era *post-truth* memberikan tantangan yang kompleks bagi komunikasi pemerintah di media sosial. Platform media sosial seperti *Instagram* tidak hanya menjadi sarana penyampaian kritik publik, tetapi juga memungkinkan penyebaran disinformasi yang dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap pemerintah (Nurdin & Nugraha, 2025; Sarjito, 2024; Hilary & Dumebi, 2021). Karakteristik media sosial sebagai ruang komunikasi yang terdesentralisasi, melibatkan aktor yang beragam, dan tidak mengenal batas geografis semakin mempercepat penyebaran disinformasi (McNair, 2018). Dalam konteks tersebut, pemerintah dituntut untuk membangun strategi komunikasi yang tidak hanya mampu merespons disinformasi, tetapi juga mengelola dinamika opini publik melalui pembangunan kontra-narasi di ruang digital (Ayu et al, 2025).

Pemerintah Indonesia, melalui Kementerian Komunikasi dan Digital RI, mencatat sepanjang tahun 2024, terdapat 1.923 konten disinformasi dengan mayoritas sebagai berita bohong (hoaks). Berbagai konten disinformasi yang ditemukan meliputi isu politik, pemerintahan, kesehatan, bencana, internasional, pencemaran nama baik, perdagangan, kejahatan, keagamaan, pendidikan, mitos, dan lain-lain (Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia, 2025b). Sedangkan, data lain menunjukkan selama periode 2018-2023, terdapat 12.547 konten yang beredar di website maupun di media sosial dengan terbanyak pada kategori kesehatan (Muhamad, 2024). Persebaran konten disinformasi di Indonesia ini kemudian menjadi ancaman terhadap opini publik dan ketahanan nasional berupa penurunan kepercayaan masyarakat, sehingga berujung kepada munculnya kritik terhadap institusi pemerintah dan sistem politik (Nurdin & Nugraha, 2025; Sarjito, 2024).

Pemerintah Indonesia dalam menghadapi permasalahan disinformasi ini telah melakukan berbagai kebijakan, baik yang bersifat pencegahan, penindakan hukum, maupun kuratif. Pencegahan terhadap penyebaran konten disinformasi yaitu dengan melakukan pengecekan fakta dan edukasi terhadap masyarakat melalui Hubungan Masyarakat Pemerintah yang dilakukan di berbagai platform digital (Darmasetiadi, 2021; Prayitno, 2017). Dari segi hukum, Indonesia telah mengeluarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang mengatur mengenai hukuman bagi pelaku penyebaran berita palsu, pencemaran nama baik, pembuat konten unsur SARA, dan lain-lain yang dapat merugikan seseorang atau masyarakat secara materiil maupun immateriil (Faisal & Eldi, 2025). Peraturan ini melahirkan kebijakan pemblokiran sumber disinformasi dan penindakan hukum terhadap individu atau kelompok yang melakukan penyebaran disinformasi (Faisal & Eldi, 2025). Secara kuratif, pemerintah melakukan klarifikasi terhadap berita palsu atau disinformasi yang telah beredar melalui website (Prayitno, 2017). Dalam konteks strategi komunikasi kepada publik, pemerintah melakukan kampanye edukasi pasal UU ITE, terutama pasal-

pasal yang mengatur penyebaran disinformasi, hoaks, *hate speech*, sehingga mencoba meningkatkan literasi masyarakat di ruang digital (Della, Erviantono, & Zuryani, 2025).

Media sosial menjadi salah satu alat komunikasi politik bagi pemerintah dalam melakukan kontra-narasi yang di ruang digital, salah satu contohnya akun Instagram @indonesiabaik.id (@indonesiabaik.id). Berdasarkan informasi di halaman media sosialnya, @indonesiabaik.id merupakan bagian dari ekosistem komunikasi milik pemerintah, yaitu @indonesiago.id, lebih tepatnya dikelola oleh Direktorat Jenderal Komunikasi Publik dan Media, Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia (Indonesia.go.id, 2024). Oleh sebab itu, konten-konten yang diproduksi oleh @indonesiabaik.id yaitu seputar klarifikasi/cek fakta informasi populer, edukasi mengenai program pemerintah dan pelayanan publik, serta keberagaman budaya Indonesia (Indonesiabaik.id, 2026b). Akun @indonesiabaik.id memiliki sekitar 456k pengikut dan tingkat *engagement* yang tinggi pada konten-konten klarifikasi maupun edukasi (Indonesiabaik.id, 2026a). Oleh karenanya, akun @indonesiabaik.id berbeda dengan akun pemerintahan lainnya yang kaku dan berorientasi pada diseminasi informasi, sehingga @indonesiabaik.id memiliki peran strategis sebagai alat komunikasi pemerintah dalam memberantas disinformasi dan meningkatkan literasi digital masyarakat di era *post-truth*.

Terdapat berbagai penelitian mengenai penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi publik maupun politik dalam membangun kontra-narasi dan menangani disinformasi. Aghisna & Astuti (2025) menjelaskan contoh dari penggunaan akun Instagram Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Sukabumi sebagai platform penyedia informasi dan klarifikasi hoaks yang mana mendapatkan respon positif dari masyarakat setempat. Kemudian, penggunaan media sosial Instagram juga dapat digunakan untuk melakukan kontra-narasi, seperti penelitian dari Ayu et al. (2025) yang menjelaskan penggunaan Instagram oleh BNPT (Badan Nasional Penanggulangan Terorisme) sebagai sarana promosi program deradikalisasi yang berisi konten edukatif, interaktif, memiliki nilai nasionalisme, dan membangun kontra-radikalisme. Rahmawan et al. (2023) dalam penelitiannya menjelaskan peran dari masyarakat akar rumput yaitu MAFINDO (Masyarakat Antifitnah Indonesia) dalam memberantas disinformasi di media sosial. Selain itu, Meisyanti et al. (2021) menegaskan terdapatnya andil kanal berita dalam memberantas disinformasi di media sosial, misalnya kanal *medcom.id* yang ikut menerbitkan fitur *fact-checker*. Selain itu, terdapat penelitian mengenai akun Instagram @indonesiabaik.id yang ditulis oleh Anggraeni & Hartanti (2025) dengan fokus kepada penjelasan @indonesiabaik.id sebagai alat *public relations* pemerintah dalam mempertahankan citra baiknya.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dijelaskan di atas, penggunaan Instagram sebagai media komunikasi pemerintah telah banyak dibahas dalam konteks penyebaran informasi publik, kontra-disinformasi, dan pengelolaan citra pemerintah. Namun, penelitian terdahulu belum menganalisis secara mendalam bagaimana strategi komunikasi pemerintah melalui akun media sosial tertentu dalam melakukan kontra-narasi terkait disinformasi dan kritik publik dengan pendekatan

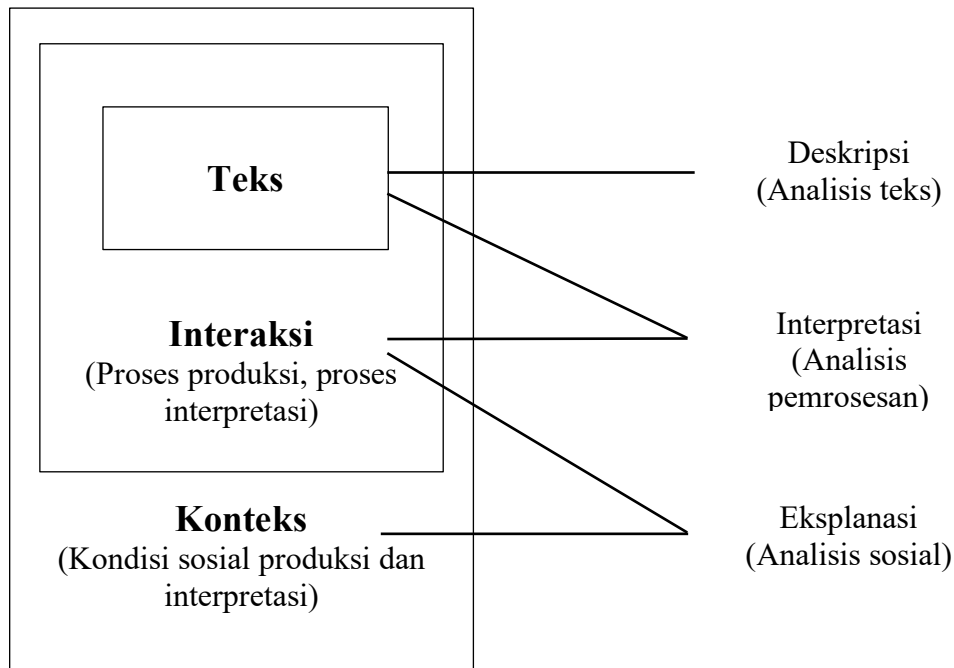
CDA. Dalam konteks penelitian ini, kehadiran akun @indonesiabaik.id menjadi aspek positif dalam membangun kontra-narasi digital, memberantas disinformasi, dan menjaga kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah. Akan tetapi, strategi komunikasi politik ini dapat menjadi sarana untuk mengendalikan wacana publik dan berpotensi menganggap berbagai kritik publik sebagai disinformasi atau narasi negatif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi politik yang digunakan akun Instagram @indonesiabaik.id dalam membangun kontra-narasi untuk menghadapi disinformasi dan kritik publik di ruang media sosial dengan pendekatan CDA. Kemudian, penelitian ini memiliki pertanyaan penelitian yaitu “Bagaimana strategi komunikasi politik pemerintah Indonesia melalui akun Instagram @indonesiabaik.id dalam membangun kontra-narasi digital?” dan subpertanyaan penelitian yaitu “Bagaimana strategi kontra-narasi tersebut dikonstruksi melalui praktik diskursif dalam merespons disinformasi dan kritik publik?”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai pendekatan *Critical Discourse Analysis* (CDA). Berdasarkan pengertiannya, teori ini menekankan bahwa wacana/diskursus bukan sekadar rangkaian kata, tetapi juga sebagai sarana dalam membangun dan mempertahankan praktik kekuasaan, tak terkecuali dalam pembentukan subjektivitas individu dan aturan sosial (Foucault, 1977). Wacana dipahami secara luas sebagai kumpulan teks yang saling berkaitan beserta praktik produksi, penyebaran, dan penerimaannya, yang dapat membentuk suatu realitas sosial (Foucault, 1977). Dalam perkembangannya, wacana dianggap bukan sekadar teks atau rangkaian kata semata, melainkan praktik sosial yang selalu terhubung dengan struktur masyarakat dan tidak dapat terpisahkan dari Bahasa yang membentuk, mempertahankan, dan mengubah relasi sosial, ideologi, serta kekuasaan (Fairclough, 1989).

Secara lebih jelas, CDA menempatkan wacana dalam hubungan yang erat dengan struktur sosial dan relasi kekuasaan. Wacana tidak dianggap sebagai ruang yang berdiri sendiri, akan tetapi sebagai mekanisme yang menghasilkan makna sosial dan memengaruhi tindakan manusia. Selain itu, wacana dapat melahirkan fenomena yang dapat memperoleh arti tertentu, mendapatkan legitimasi, serta dijadikan sesuatu yang dianggap wajar atau tak terelakkan (Reed, 2000). Oleh sebab itu, CDA dapat dilakukan dengan menelusuri bagaimana wacana berkembang dari waktu ke waktu yang mengarah kepada pengetahuan akan makna tertentu yang dominan dan yang termarginalkan. Perspektif CDA melihat wacana tidak hanya merefleksikan realitas sosial, tetapi juga membentuk makna, sehingga penting untuk mengetahui siapa yang menggunakan bahasa, bagaimana, untuk tujuan apa, dan dalam konteks apa wacana diproduksi (van Dijk, 1997). Dalam penelitian ini, konsep-konsep seperti wacana, kekuasaan, institusi, dan legitimasi akan dioperasionalkan dalam menjelaskan konten kontra-narasi dari akun @indonesiabaik.id yang mencakup caption, visual, dan konteks isu pada konten-konten tersebut.

Secara metodologis, CDA menggunakan kerangka tiga dimensi yang diperkenalkan oleh Fairclough dalam bukunya “*Language and Power*”. Fairclough menjelaskan bahwa wacana berlangsung dalam tiga tingkat organisasi sosial yang mencakup: Situasi sosial secara langsung atau tempat wacana terjadi, institusi sosial yang menjadi kerangka bagi wacana, serta struktur masyarakat secara keseluruhan. Berdasarkan tingkat organisasi sosial ini, analisis wacana tidak hanya berfokus pada teks semata, tetapi juga pada proses interaksi serta konteks sosial yang membentuk dan dipengaruhi oleh wacana tersebut (Fairclough, 1989).



Gambar 1. Tiga dimensi model *critical discourse analysis* Fairclough
Sumber: (Fairclough, 1989)

Tiga dimensi dalam CDA antara lain yaitu deskripsi, interpretasi, dan eksplanasi. Dimensi pertama, deskripsi (*description*) yang merupakan analisis pada formal teks. Pada dimensi ini dapat menganalisis pilihan kata, struktur kalimat, gaya bahasa, serta pola representasi yang digunakan dalam teks, sehingga mengetahui bagaimana makna dibangun secara linguistik. Dimensi kedua, yaitu interpretasi (*interpretation*) yaitu menganalisis hubungan antara teks dan proses interaksi. Hal ini berarti, adanya proses memahami bagaimana teks diproduksi oleh aktor tertentu dengan kepentingan tertentu, serta bagaimana teks tersebut berpotensi dipahami, diterima, atau ditafsirkan oleh khalayak dalam konteks sosial tertentu. Dimensi ketiga adalah eksplanasi (*explanation*), yang mencoba menghubungkan proses interaksi dengan konteks sosial yang lebih luas. Eksplanasi menjelaskan bagaimana praktik produksi dan interpretasi wacana ditentukan oleh struktur sosial, institusi, dan relasi kekuasaan, yang melahirkan dampak sosial tertentu.

Penelitian ini memakai CDA sebagai kerangka teoretis dan metodologis karena mampu mengungkap bagaimana bahasa yang termasuk ke dalam konten Instagram @indonesiabaik.id digunakan sebagai instrumen kekuasaan dalam membangun, mempertahankan, dan melegitimasi narasi politik di ruang digital. CDA juga dapat dipakai untuk menempatkan wacana dalam konteks sosial, politik, dan ideologis yang lebih luas, sehingga memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana kontra-narasi yang diproduksi oleh akun @indonesiabaik.id merefleksikan kepentingan negara serta relasi kekuasaan yang terjadi di antara pemerintah dan publik. Selain itu, analisis tiga dimensi CDA dapat menjelaskan bagaimana konten media sosial dikonstruksi, disebarkan, dan dimaknai sebagai upaya strategis untuk merespons disinformasi dan kritik publik. Kerangka teoritis ini akan menunjukkan suatu pola strategi komunikasi politik akun @indonesiabaik.id dalam merespons berbagai disinformasi dan kritik publik.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-eksplanatif dengan metode *Critical Discourse Analysis* (CDA). Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bersifat induktif dan berfokus kepada pengumpulan dan analisis data non-numerik, sehingga menghasilkan penjelasan naratif terkait pertanyaan penelitian (Bryman, 2021). Penelitian ini bersifat eksplanatori yaitu menjelaskan sebuah fenomena dengan pemakaian teori (Bryman, 2021). Kemudian, penelitian menggunakan metode CDA untuk membedah wacana/diskursus yang sedang coba dibangun oleh Pemerintah Indonesia melalui @indonesiabaik.id dalam menghadapi disinformasi dan kritik publik. Data penelitian diperoleh melalui *internet-based research*, dengan mengamati 241 unggahan Instagram @indonesiabaik.id yang dipublikasikan pada periode penelitian yaitu November 2025 hingga Februari 2026. Seluruh unggahan didokumentasikan melalui tangkapan layar (*screenshot*) disertai pencatatan judul unggahan, tanggal publikasi, tautan unggahan, *hashtags*, serta komentar sebagai respon audiens. Selanjutnya, data dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria unggahan yang secara langsung mengklarifikasi disinformasi dan hoaks, merespons isu yang sedang viral, atau membingkai ulang narasi mengenai kebijakan pemerintah, sehingga diperoleh lima unggahan yang merepresentasikan variasi strategi kontra-narasi.

Unit analisis penelitian mencakup caption, elemen visual, dan relasi diskursif dalam setiap unggahan beserta konteks isu yang melatarbelakangnya. Analisis data dilakukan dengan mengacu pada tiga dimensi CDA Fairclough, yaitu analisis teks, pemrosesan yang mengaitkan teks dan interaksi, serta analisis sosial yang menghasilkan eksplanasi dari interaksi dengan konteks, sehingga dapat menjawab pertanyaan penelitian. Interpretasi data dilakukan secara konsisten dengan mengacu pada kerangka tiga dimensi CDA Fairclough, sehingga setiap temuan didasarkan pada bukti empiris yang terdapat dalam data penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Teks dan Pemrosesan Konten Kontra-Narasi Akun @indonesiabaik.id

Penelitian ini menganalisis lima konten kontra-narasi dari akun Instagram @indonesiabaik.id yang merupakan respon dari berbagai isu disinformasi dan kritik publik yang berkembang di ruang publik digital. Secara lebih jelas, disinformasi dalam penelitian ini diartikan sebagai suatu praktik penyebaran informasi yang salah dengan tujuan jahat, menipu, merugikan pihak lain (Wardle & Derakhshan, 2017). Di sisi lain, kritik publik merupakan bentuk kritik di ruang sosial dengan tujuan mendorong perubahan pada praktik atau kebijakan yang tidak selalu berdasarkan ideologi dan tidak selalu berada di posisi oposisi terhadap kekuasaan (Dillon, 2022). Dalam penelitian ini, suatu isu diklasifikasikan sebagai disinformasi apabila mengandung informasi yang terbukti tidak sesuai dengan fakta dan telah diklarifikasi oleh sumber resmi. Sebaliknya, suatu isu dikategorikan sebagai kritik publik apabila berisi penilaian, evaluasi, atau keberatan terhadap kebijakan pemerintah tanpa bergantung pada benar atau salahnya informasi yang disampaikan. Kemudian, suatu isu dikategorikan sebagai irisan disinformasi dan kritik publik apabila kritik terhadap kebijakan pemerintah disertai dengan penggunaan informasi yang keliru atau belum terverifikasi. Berdasarkan hal itu, penelitian ini telah mengambil sampel sebanyak lima konten dari akun Instagram @indonesiabaik.id yang terindikasi sebagai konten kontra-narasi terhadap disinformasi dan kritik publik yang tertuju pada Pemerintah Indonesia. Konten dianalisis menggunakan CDA, di mana analisis tahap pertama dan kedua dapat dilihat pada tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Analisis dimensi teks dan praktik diskursif konten kontra-narasi akun @indonesiabaik.id

Konten No.	Respon Terhadap Isu	Tanggal Unggahan	Kutipan Narasi	Hashtags	Pilihan Bahasa & Istilah Kunci	Pola Framing	Representasi Pemerintah	Respon Audiens	Link Unggahan
1.1.	Kritik Program Makanan Bergizi Gratis (MBG) yang dinilai tidak efisien dan belum merata	07 Novem ber 2025	“Program Makan Bergizi Gratis Menjangka u 39 Juta Penerima”	#Indonesia Baik #YangMudaSukaData #ProgramPemerintah #Infografik #MakanBergiziGratis #MBG #KomdigiNewsroom	Keberhas ilan program, kepedulia n negara, penyerap an tenaga kerja	Eduk asi dan Legit imasi Penc apaia n Progr am MBG	Pemerintah sebagai penggerak kesejahteraan sosial dan pelindung generasi muda	Netral	https://www.instagram.com/p/DQv6T8nj9Fn/
1.2.	Kritik Polemik Donasi Korban Banjir Sumatera	18 Desem ber 2025	“Donasi pangan untuk korban perlu pastikan aman dan layak”	#Indonesia Baik #Bencana #MitigasiBencana #BanjirSumatra #Donasi	Keamana n bantuan, perlindun gan korban	Klari fikasi dan Eduk asi Pemb erian Dona si	Pemerintah tidak mengekang distribusi bantuan ke korban bencana	Positif	https://www.instagram.com/p/DSY1rfOE5Sm/?img_index=1
1.3.	Disinformasi Seputar Sekolah Rakyat	12 Januari 2026	“Gak Sembarang an Apalagi Titipan, ini Syarat Bisa Masuk	#SekolahRakyat #Pendidika nIndonesia #Indonesia goid #Bergerak	Integritas , transparansi, mekanis me resmi	Klari fikasi disinf ormasi	Pemerintah sebagai institusi adil dan penjamin proses yang transparan	Netral	https://www.instagram.com/p/DTZJKPwEjWa/

			Sekolah Rakyat	Berdampak #SetahunBerdampak #BeritaTerkini					
1.4.	Kritik Paspor Indonesia Lemah	27 Januari 2026	“Paspor Indonesia berada di jajaran menengah dalam pemeringkatan global”	#Indonesia Baik #YangMudaSukaData #EdukasiInformasi #Infografik #Paspor #Passport #HenleyPassportIndex #Imigrasi #Dokumen #KomdigiNewsroom	Peringkat global, akses bebas visa, jajaran menengah, perbandingan ASEAN	Edukasi berbasis data	Pemerintah transparan dan berbasis data dalam menjelaskan posisi Indonesia secara global.	Negatif	https://www.instagram.com/p/DUAMvNRkfZ7/
1.5.	Disinformasi Tahun 2026 Rakyat akan Kehilangan Tanah karena Aturan Baru Pemerintah	04 Februari 2026	“Jangan Panik! Girik Masih Bisa Disertifikasikan”	#Indonesia Baik #YangMudaSukaData #ProgramPemerintah #Infografik #Girik #SuratGirik #Tanah #SertifikatTanah #Agraria #TataRuang #KomdigiNewsroom	Sertifikasi tanah, perlindungan hak warga, legalitas aset	Klarifikasi terhadap disinformasi	Pemerintah sebagai pelindung hak kepemilikan masyarakat	Netral	https://www.instagram.com/p/DUSfIK8Eaaj/?img_index=1

Sumber: Olahan penulis dari konten Instagram @indonesiabaik.id, 2026

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa konten kontra-narasi yang diproduksi oleh akun Instagram @indonesiabaik.id secara konsisten merespons isu yang berkembang di ruang publik digital, baik yang berupa kritik maupun disinformasi terkait kebijakan Pemerintah Indonesia. Berbagai isu yang direspon yaitu Isu Program Makan Bergizi Gratis (MBG), pemberian donasi ke korban banjir Sumatera, Sekolah Rakyat, kekuatan paspor Indonesia, serta disinformasi aturan mengenai sertifikasi pertanahan terbaru yang dianggap membuat rakyat kehilangan tanah. @indonesiabaik.id membuat konten kontra-narasi untuk merespon isu-isu tersebut yang akan dibedah oleh peneliti melalui metode CDA.

Tahap pertama dalam CDA adalah analisis teks yang terdiri dari analisis narasi/kalimat, pola representasi, dan makna visual dari konten-konten tersebut (Fairclough, 1989). Pada tabel 1, narasi yang lahir dari disinformasi dan kritik publik mengenai kebijakan dan kinerja pemerintah yang tidak memuaskan dalam berbagai isu MBG, pemberian donasi, sekolah rakyat, paspor, dan sertifikasi tanah. Oleh sebab itu, akun @indonesiabaik.id merespon dengan membangun kontra-narasi seperti menekankan klarifikasi informasi dan pembelaan terhadap kebijakan pemerintah melalui penyampaian data, prosedur resmi, dan istilah legitimatif seperti “keberhasilan program”, “keamanan bantuan”, “mekanisme resmi”, “peringkat global”, dan “peraturan yang berlaku”, yang menempatkan

pemerintah sebagai sumber informasi yang sah dan kredibel dalam bentuk caption, isi konten, maupun *hashtag* yang dipakai. Hal ini kemudian, membuat penelitian ini mengidentifikasi bahwa kontra-narasi yang dilakukan Indonesia tersebut termasuk dalam pola framing yang mana berupaya memengaruhi opini publik yang telah ada.

Framing dalam media merupakan suatu cara pemberitaan dengan melakukan pemilihan isu atau penekanan pada aspek-aspek tertentu dari suatu realitas, sehingga dapat menonjol dan memiliki peluang untuk menarik perhatian public dan mempengaruhi persepsi dalam menafsirkan suatu isu/realitas (Entman, 1993). Dalam konteks penelitian ini, pola framing dalam konten @indonesiabaik.id diantaranya terlihat dari dalam kritik terhadap program MBG yang dinilai tidak efektif, @indonesiabaik.id membuat kontra-narasi yang ada menekankan keberhasilan program dan luasnya jangkauan penerima manfaat dan penyerapan tenaga kerja. Kemudian, pada polemik donasi korban banjir Sumatera, kontra-narasi yang dibuat yaitu tidak adanya larangan dan kekangan dari Pemerintah Indonesia dalam pemberian donasi, tetapi menekankan pentingnya keamanan dan prosedur resmi dalam pemberian donasi. Contoh lain dalam kontra-narasi bersifat edukatif lainnya terdapat pada konten isu paspor Indonesia yang dinilai lemah, dimana @indonesiabaik.id membuat framing berbasis data global yang digunakan untuk merasionalisasi posisi Indonesia dalam konteks internasional yang memiliki kekuatan paspor di tingkat “Menengah”. Selanjutnya, pada konten terkait disinformasi, seperti isu terkait Sekolah Rakyat dan isu kebijakan baru sertifikasi tanah, @indonesiabaik.id menggunakan strategi klarifikasi langsung untuk membantah informasi keliru tersebut. Bentuk klarifikasi ini dilakukan dengan menggunakan narasi yang lebih tegas seperti “Gak Sembarangan Apalagi Titipan” di konten Sekolah Rakyat dan “Jangan Panik!” di konten sertifikasi tanah, sehingga menjadi berbeda dengan tanggapan terhadap kritik publik.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dikatakan bahwa secara tidak langsung, konten kontra-narasi ini menjadi produk komunikasi politik pemerintah yang berupaya membuat pola framing dan memengaruhi opini publik. Pola framing pada konten @indonesiabaik.id bersifat klarifikasi, namun cenderung dikemas dengan gaya edukatif dan berbasis data yang mengarah kepada representasi pemerintah sebagai pemerintahan yang berpihak kepada rakyat, transparan, dan bertanggung jawab. Berdasarkan framing tersebut, pemerintah secara konsisten digambarkan sebagai aktor utama yang peduli terhadap kesejahteraan masyarakat dan menyampaikan informasi, serta berbasis data dalam merespons kritik. Pemerintah diposisikan sebagai pelindung generasi muda melalui program sosial, penjaga keamanan bantuan kemanusiaan, institusi yang adil dalam proses administrasi publik, serta pihak yang bertanggung jawab dalam menjelaskan posisi Indonesia di tingkat global. Representasi ini memperkuat citra negara sebagai otoritas yang kompeten dan dapat dipercaya, sekaligus berfungsi untuk meneguhkan legitimasi kebijakan di tengah maraknya narasi negatif di media sosial.



Gambar 2. Visual konten kontra-narasi akun @indonesiabaik.id
Sumber: (Indonesiabaik.id, 2026a)

Pada analisis teks selanjutnya akan membahas mengenai visual dari konten di gambar 2. Memahami visualisasi menjadi penting karena dimensi teks dalam CDA tidak hanya mencakup tulisan saja tetapi juga dapat berupa oral atau visual/gambar (Fairclough, 1989). @indonesiabaik.id secara konsisten menggunakan visual berbentuk infografik ilustratif dengan warna cerah dan hangat yang menunjukkan kedekatan emosional, sehingga terasa lebih ramah dan mudah dipahami Masyarakat. Selain itu juga terkadang memakai warna biru dengan desain sederhana yang membangun Kesan kredibel dan resmi, serta mudah dipahami oleh audiens. Dari sisi komposisi, setiap konten menempatkan judul sebagai titik fokus di bagian atas, diikuti oleh ilustrasi utama dan data pendukung secara sistematis. Susunan ini membangun hierarki visual yang mengarahkan perhatian pembaca dari pesan utama menuju informasi pendukung. Kemudian, visual konten @indonesiabaik.id juga sering menampilkan ilustrasi manusia kartun seperti masyarakat, petugas pemerintah, pelajar sebagai representasi subjek dan audiens yang dijelaskan pada konten tersebut. Misalnya, pada konten MBG memakai visual figur koki dan anak sekolah digunakan untuk menekankan sasaran dari program MBG yang tercapai, sehingga negara berhasil melakukan pemenuhan gizi generasi muda. Selain itu, konten @indonesiabaik.id juga memakai visualisasi persuasif dan informatif seperti infografis yang menunjukkan berbagai data progres dan capaian dari kebijakan, sehingga dapat menunjukkan kredibilitas dan rasionalitas berbasis fakta.

Tahap analisis CDA adalah interpretasi atau proses produksi yang menjelaskan interaksi pihak-pihak terkait dan hubungannya dengan teks (Fairclough, 1989). Proses interaksi pada konten

Instagram @indonesiabaik.id dapat dilihat dari waktu munculnya isu, disinformasi, dan kritik dari publik/masyarakat yang kemudian direspon oleh produksi konten kontra-narasi oleh Pemerintah Indonesia dalam hal ini yaitu @indonesiabaik.id. Pada isu pertama, sekitar akhir bulan 23 Oktober 2025 hingga 4 November 2025, terdapat kritik terhadap Program MBG yang dinilai tidak efektif karena masih terdapat banyak permasalahan dalam implementasinya mulai dari buruknya perencanaan, akuntabilitas, tidak memiliki dasar hukum, sehingga terkesan kebijakan yang “asal-asalan”, serta adanya kasus keracunan makanan di Program MBG yang tidak disoroti dan ditangani dengan baik (New Indonesia, 2025; Mardianti, 2025). Isu MBG ini kemudian dikontra-narasikan dengan Konten 1.1, dengan pencapaian persebaran MBG. Kemudian, pada 15 Desember 2025, munculnya kritik terkait pemberian donasi ke korban bencana banjir Sumatera yang dikatakan oleh Menteri Sosial, Gus Ipul, perlu melalui perizinan terlebih dahulu. Hal tersebut memancing respon negatif di publik yang membuat pemerintah dianggap tidak hanya lambat dalam melakukan pemulihan pasca-bencana tetapi juga mempersulit masyarakat Indonesia yang ingin membantu para korban banjir Sumatera (BBC News Indonesia, 2025). Isu ini respons dengan Konten 1.2 untuk menjelaskan mengenai penjelasan aturan pemberian bantuan korban bencana alam melalui donasi. Selanjutnya, terdapat kritik publik lainnya muncul terhadap kekuatan paspor Indonesia yang mana sebenarnya telah muncul sejak 26 Mei 2025, tetapi muncul lagi pada 4 Desember 2025 dan 17 Januari 2026, yang mana membahas kekuatan paspor Indonesia yang dianggap lemah, bahkan berada di bawah Timor Leste (Darmawan & Indriawati, 2026; Kumparan, 2025; Samutra, 2025). Isu ini kemudian direspons dengan Konten 1.4 mengenai peringkat kekuatan paspor Indonesia dibandingkan negara-negara lainnya dengan tambahan informasi seperti Index Paspor Henley and Partners Indonesia, serta akses bebas visa ke-73 negara.

Selain kritik publik, terdapat berbagai disinformasi yang berkembang di ruang digital diantaranya yaitu mengenai Sekolah Rakyat dan Kebijakan Sertifikasi Tanah. Pada 12 Januari 2026 terdapat disinformasi mengenai pendaftaran guru Sekolah Rakyat dan juga berkembangnya kebingungan publik mengenai jalur masuk Sekolah Rakyat, sehingga muncul wacana bisa masuk melalui jalur titipan (Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia, 2026; Prihanto & Supriatin, 2026). Hal ini langsung direspon di hari yang sama dengan Konten 1.3, yang membantah bahwa tidak ada jalur khusus/spesial dalam pendaftaran Sekolah Rakyat. Kemudian, pada 2 Februari 2026, terdapat disinformasi lainnya yaitu mengenai kebijakan sertifikasi kepemilikan tanah seperti girik, verponding, dan letter C tidak berlaku lagi dan tanah akan diambil oleh negara. Hal ini membuat kepanikan di masyarakat yang belum memiliki Sertifikat Hak Milik (SHM) tetapi memiliki dokumen seperti girik yang dianggap sudah tidak berlaku lagi (Indraswari, 2026; Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia, 2025a). Isu ini direspons dengan Konten 1.5 yang menjelaskan regulasi sertifikasi girik yang masih dapat dilakukan.

Munculnya disinformasi dan kritik publik yang telah dijelaskan di atas direspon dengan konten kontra-narasi dari @indonesiabaik.id. Rentang waktu antara kemunculan isu dan unggahan klarifikasi

relatif singkat, sehingga menunjukkan adanya pola aksi-reaksi dalam komunikasi digital pemerintah. Namun demikian, disinformasi dan kritik publik tidak selalu bersifat insidental, melainkan banyak yang muncul secara berulang dan berkelanjutan. Hal ini terlihat pada isu program Makan Bergizi Gratis (MBG) dan persepsi terhadap kekuatan paspor Indonesia yang telah mencuat sejak sepanjang tahun 2025. Demikian pula isu Sekolah Rakyat dan sertifikasi kepemilikan tanah yang terus menjadi bahan kritik dan disinformasi seiring dengan penerapan kebijakan tersebut. Sementara itu, polemik terkait perizinan donasi banjir di Sumatera menjadi satu-satunya isu yang bersifat relatif baru karena dipicu oleh peristiwa bencana alam pada periode penelitian. Kondisi ini menunjukkan bahwa kritik publik dan disinformasi tidak hanya muncul dari peristiwa terkini, tetapi juga dapat berkembang dari kebijakan dan program yang telah berjalan dalam jangka waktu tertentu.

Selanjutnya, analisis proses CDA melihat respons dari audiens terhadap konten kontra-narasi di Instagram @indonesiabaik.id. Hasil yang diperoleh yaitu audiens memiliki respons yang bervariasi, mulai dari positif, netral, hingga negatif, berdasarkan kecenderungan mayoritas komentar pada setiap unggahan. Misalnya pada Konten 1.2, terdapat respons positif seperti komentar *"kadang mikir kalau cuma bantuan makanan instan bagaimana gizinya. Tapi hanya makanan instan sebagai penyelamat perut lapar ketika terdampar bencana....semangat ya teman² disana ❤️❤️❤️"*, yang mengindikasikan penerimaan terhadap penjelasan pemerintah terkait bantuan bencana alam. Kemudian pada Konten 1.4, mayoritas bernada negatif, seperti *"Not even 5, Timor Leste is even better, what a joke 🤔🤔"* dan *"Malu lihat ini"*, yang menunjukkan bahwa penggunaan data resmi belum sepenuhnya mengubah persepsi sebagian audiens. Sementara itu, pada konten mengenai sertifikasi tanah (Konten 1.5), mayoritas komentar bersifat netral, misalnya *"Nice info"* dan *"info ttg kasus² donk dan solusinya dan yg berhasil kelar"*, yang menunjukkan apresiasi terhadap klarifikasi pemerintah sekaligus harapan agar informasi serupa terus disampaikan secara lebih komprehensif. Hal ini menunjukkan bahwa kontra-narasi yang dibangun tidak selalu diterima sepenuhnya oleh publik di ruang digital. Pola yang didapatkan yaitu audiens cenderung memberikan respons positif dan netral terkait konten klarifikasi disinformasi, sedangkan konten edukasi terhadap kritik publik mendapatkan kemungkinan respon negatif dan netral, tergantung isu yang dibahas apakah terkait citra nasional atau legitimasi kebijakan. Hal ini memperlihatkan bahwa efektivitas kontra-narasi dapat diterima oleh publik dipengaruhi oleh sensitivitas isu dan pengalaman sosial audiens.

Kemudian, dalam analisis proses ini, peneliti mendapatkan pola hubungan antara proses produksi konten atau disebut dengan *intertextuality*. Fairclough menjelaskan bahwa *intertextuality* berarti suatu teks dapat membentuk teks lainnya dalam membentuk suatu makna (Fairclough, 2013). Oleh sebab itu, pada penelitian ini teks dari @indonesiabaik.id tidak berdiri sendiri, melainkan diproduksi bersamaan dengan akun-akun Instagram yang berafiliasi dengan Pemerintah Indonesia. Akun-akun tersebut yaitu "Indonesia.go.id", "InfoPublik", dan "Komik Komunika" yang tergabung dalam satu jaringan sebagai alat komunikasi politik Pemerintah Indonesia. Berdasarkan karakteristiknya,

“Indonesia.go.id” merupakan akun yang lebih update informasi isu terkini dan kebijakan Pemerintah Indonesia, serta memproduksi konten kontra-narasi yang bersifat klarifikasi (Indonesia.go.id, 2026). Kemudian, akun “InfoPublik” merupakan portal berita yang memuat informasi seputar program dan kebijakan Pemerintah Republik Indonesia (InfoPublik, 2026). Selanjutnya, akun “Komik Komunika” memproduksi konten edukasi dan kontra-naratif melalui bentuk komik, sehingga menjadikan konten lebih menarik dan mudah diterima kaum muda (Komik Komunika, 2026). Kemudian, akun @indonesiabaik.id lebih kepada memproduksi konten yang lebih bersifat edukatif, melegitimasi keberhasilan kebijakan, dan menggunakan narasi persuasif dengan berbasis data infografis. Keempat akun tersebut terkadang melakukan kolaborasi konten dengan memakai fitur *collaboration* di Instagram, sehingga membuat konten mereka saling terhubung satu sama lain.

Secara lebih jelas, contohnya konten 1.3. merupakan kolaborasi antara @indonesiabaik.id dengan Indonesia.go.id. Pola kolaboratif ini menunjukkan adanya strategi terkoordinasi dalam membangun dan mendistribusikan kontra-narasi pemerintah di ruang digital. Selain itu, terdapat pemakaian *hard campaign/news* dan *soft campaign/news* pada jejaring kolaboratif ini, yang mana *hard campaign* berarti informasi yang diproduksi bersifat formal, berbasis data, substantif, dan menekankan kepentingan publik, sedangkan *soft campaign* lebih kepada informasi yang bersifat menarik, dekat dengan audiens, personal, *storytelling*, dan menekankan kedekatan emosional (Reinemann, Stanyer, Scherr, & Legnante, 2012). Pada hasil yang didapatkan, akun @Indonesia.go.id dan “InfoPublik” termasuk ke dalam *hard campaign* yaitu melakukan kontra-narasi secara langsung, agresif, dan cepat dalam merespon isu. Sedangkan, akun “Komik Komunika” dan @indonesiabaik.id termasuk ke dalam *soft campaign* yang mencoba membangun kepercayaan melalui cara persuasif dari waktu ke waktu.

Konteks Sosial dan Politik dalam Pembentukan Konten Kontra-Narasi

Tahap terakhir dalam CDA menurut Fairclough adalah menganalisis konteks sosial yang melatarbelakangi produksi dan interpretasi wacana. Berdasarkan lima konten kontra-narasi @indonesiabaik.id yang telah diteliti, kondisi sosial dan politik yang lebih luas. Produksi konten tidak dilakukan secara terpisah, tetapi dipengaruhi oleh dinamika sosial dan politik yang berkembang di ruang digital pada era *post-truth*, ketika disinformasi dan kritik publik berkembang secara cepat dan leluasa melalui media sosial. Namun, konsekuensi dari kondisi tersebut yaitu memicu meningkatnya sentimen negatif masyarakat terhadap pemerintah di media sosial, sehingga narasi yang tersebar melemahkan posisi informasi resmi negara (Nurdin & Nugraha, 2025; Sarjito, 2024). Oleh sebab itu, interpretasi yang muncul yaitu Pemerintah Indonesia mencoba untuk melakukan komunikasi politik melalui ruang digital dengan memproduksi kontra-narasi secara edukatif dan persuasif, serta meluruskan disinformasi demi menjaga legitimasi politik Pemerintah Indonesia di mata publik.

Pembentukan kontra-narasi menggunakan alat komunikasi politik yang dapat dikontrol oleh Pemerintah Indonesia melalui Direktorat Jenderal Komunikasi Publik dan Media, Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia, salah satunya yaitu akun Instagram @indonesiabaik.id.

Dalam perspektif CDA Fairclough, pola tersebut mengindikasikan bahwa @indonesiabaik.id dapat dipahami sebagai salah satu instrumen diskursif negara yang berperan dalam membangun dan melegitimasi narasi pemerintah di ruang digital. Namun, fungsi tersebut tidak semata-mata dimaknai sebagai upaya mempertahankan dominasi wacana, melainkan juga sebagai bentuk edukasi publik, komunikasi risiko (*risk communication*), dan penyampaian informasi layanan publik dalam menghadapi disinformasi. Dengan demikian, narasi yang diproduksi @indonesiabaik.id tidak bersifat sepenuhnya netral karena dipengaruhi oleh posisi kelembagaannya sebagai media komunikasi pemerintah, sehingga informasi yang disampaikan cenderung merepresentasikan perspektif resmi pemerintah dalam merespons isu-isu yang berkembang di ruang publik.

Berbicara mengenai konteks sosial dan politik, terdapat relasi kekuasaan antara negara dan publik pada wacana di ruang digital. Kondisi ideal dari relasi tersebut dapat menciptakan komunikasi yang interaktif dan penuh negosiasi antara negara dan publik. Akan tetapi, dalam kasus ini, publik menggunakan ruang digital tidak hanya untuk menyuarakan kritik tetapi juga melakukan penyebaran disinformasi yang mempengaruhi persepsi publik maupun citra pemerintah. Kondisi itu membuat negara berada dalam situasi dilema yang di satu sisi berupaya meluruskan disinformasi dan menjawab kritik yang beredar, sehingga cenderung dianggap membatasi informasi dan mempersempit kritik publik. Di sisi lain, negara tetap memegang otoritas simbolik melalui sumber daya institusional dan legitimasi formal, sehingga berhak melakukan klarifikasi dan edukasi kepada publik. Kondisi ini sejalan dengan pandangan Fairclough yang menjelaskan bahwa wacana merupakan arena perjuangan sosial, tempat berbagai aktor berkompetisi untuk menentukan makna yang berlaku di dalam masyarakat (Fairclough, 2013).

Fairclough dalam CDA juga menegaskan bahwa wacana selalu bersifat dialektis dan terbuka terhadap resistensi secara berkelanjutan, sehingga perubahan makna mungkin terjadi (Fairclough, 1989). Oleh karena itu, kontra-narasi pemerintah tidak dapat dianggap hanya berfungsi sebagai alat klarifikasi dan edukasi, tetapi juga sebagai praktik politik yang terus mencoba mengubah interpretasi dan opini publik di ruang digital pada isu tertentu. Dalam konteks penelitian ini, framing positif yang dilakukan oleh akun @indonesiabaik.id terhadap program pemerintah berfungsi untuk membangun persepsi yang lebih menguntungkan bagi negara. Hal ini menjadikan @indonesiabaik.id tidak hanya berperan sebagai media informasi di ruang digital, tetapi juga sebagai instrumen legitimasi yang digunakan pemerintah untuk membangun dan memperkuat kepercayaan publik di tengah gempuran disinformasi era *post-truth* ini.

Strategi Utama Kontra-Narasi Akun @Indonesiabaik.id

Berdasarkan analisis CDA, dapat diketahui tiga strategi yang digunakan oleh akun Instagram @indonesiabaik.id yaitu: Strategi edukasi preventif yaitu memberikan edukasi mengenai suatu isu atau kebijakan sebelum disinformasi meluas, strategi klarifikasi implisit yaitu memberikan penjelasan melalui penyajian data, prosedur, atau regulasi resmi pemerintah tanpa secara eksplisit menyebut atau

mengonfrontasi narasi yang dikategorikan sebagai disinformasi; Serta strategi pengalihan isu yang dilakukan dengan menonjolkan narasi capaian dan keberhasilan program dan kebijakan Pemerintah Indonesia guna membangun persepsi publik yang lebih positif.

Tabel 2. Pemetaan strategi kontra-narasi akun @indonesiabaik.id

Konten	Klasifikasi Isu	Analisis Pemrosesan Teks dan Strategi Kontra-Narasi	Eksplanasi dan Interpretasi Kritis
1.1	Kritik publik	Teks: diksi "39 juta penerima MBG". Pemrosesan: diproduksi sebagai respons terhadap kritik efektivitas MBG dan mengarahkan interpretasi publik pada data resmi pemerintah.	Pemerintah membangun legitimasi kebijakan melalui data kuantitatif sebagai dasar pembungkahan ulang isu.
1.2	Kritik publik	Teks: penggunaan istilah "keamanan bantuan" dan penjelasan tips pemberian donasi ke korban bencana. Pemrosesan: diproduksi untuk secara tidak merespons polemik distribusi bantuan dan mengarahkan interpretasi pada tips dan mekanisme yang disarankan, sehingga mengedukasi untuk panduan bagi publik.	Wacana memperkuat kepercayaan terhadap kapasitas pemerintah dalam penanganan bencana.
1.3	Disinformasi	Teks: penegasan "Gak Sembarangan, Apalagi Titipan". Pemrosesan: diproduksi sebagai klarifikasi atas isu viral dan mengarahkan publik pada prosedur resmi.	Pemerintah menggunakan otoritas institusional untuk menolak narasi yang dianggap keliru.
1.4	Kritik publik	Teks: penggunaan frasa "peringkat global". Pemrosesan: diproduksi sebagai respons terhadap kritik mengenai kualitas paspor Indonesia dengan merujuk pada data internasional.	Kritik dibingkai ulang melalui perbandingan berbasis indikator global sehingga fokus bergeser dari sentimen negatif.
1.5	Disinformasi	Teks: penggunaan istilah "sesuai peraturan yang berlaku". Pemrosesan: diproduksi untuk mengklarifikasi informasi yang beredar melalui rujukan pada regulasi resmi.	Legitimasi dibangun melalui rujukan terhadap regulasi dan otoritas hukum pemerintah.

Sumber: Penulis, 2026

Strategi pertama, yaitu edukasi preventif, merupakan cara preventif dalam menolak suatu persuasi di masa mendatang yang dilakukan dengan cara membangun resistensi kognitif, sehingga

mengurangi kerentanan terhadap informasi tertentu (Roozenbeek et al., 2020). Strategi ini dilakukan oleh @indonesiabaik.id untuk mengurangi disinformasi dan kritik publik yang akan muncul di masa depan. Contoh strategi ini terlihat pada Konten 1.2, yang merespons polemik mengenai pemberian donasi kepada korban banjir di Sumatera. Alih-alih membantah kritik secara langsung dan memberikan klarifikasi mengenai polemik yang terjadi dengan Menteri Sosial, akun @indonesiabaik.id hanya menjelaskan tips penyaluran donasi bencana alam dengan menekankan aspek keamanan bantuan, perlindungan korban, yang diselipkan ajakan memenuhi regulasi resmi seperti pemenuhan standar Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Penyampaian informasi tersebut diarahkan untuk membangun pemahaman publik mengenai pengetahuan keamanan bantuan dan tata kelola penyaluran bantuan sebelum berkembangnya persepsi yang keliru atau ketidakpercayaan terhadap pemerintah. Dalam perspektif CDA Fairclough, praktik ini menunjukkan bagaimana institusi yaitu Pemerintah Indonesia memproduksi wacana edukatif untuk membentuk interpretasi publik sekaligus memperkuat legitimasi melalui penyampaian informasi yang bersifat preventif dan proaktif.

Strategi kedua yaitu klarifikasi implisit atau melakukan pembantahan secara tidak langsung terhadap konten atau isu yang tersebar di ruang digital sebagai “disinformasi”. Strategi ini dilakukan dengan menyajikan fakta, prosedur, maupun informasi resmi pemerintah sehingga publik diarahkan untuk membandingkan informasi yang beredar dengan penjelasan yang disampaikan. Contoh strategi ini terlihat pada Konten 1.3 dan Konten 1.5. Pada Konten 1.3 mengenai Sekolah Rakyat, akun @indonesiabaik.id menggunakan narasi "Gak Sembarangan, Apalagi Titipan. Ini Syarat Bisa Masuk Sekolah Rakyat" untuk menegaskan bahwa proses seleksi dilakukan berdasarkan mekanisme resmi tanpa secara langsung menyebut adanya disinformasi yang telah beredar sebelumnya. Kemudian, pada Konten 1.5 mengenai sertifikasi tanah, narasi yang dibangun adalah "Jangan Panik! Girik Masih Bisa Disertifikatkan" yang digunakan untuk meredakan kekhawatiran publik sekaligus menjelaskan peraturan terbaru yang berlaku mengenai legalitas tanah. Dalam perspektif CDA Fairclough, kedua konten tersebut dapat menunjukkan praktik diskursif dilakukan institusi untuk membangun legitimasi melalui penyampaian informasi resmi sebagai rujukan utama, sehingga dapat mengoreksi disinformasi secara implisit tanpa membangun konfrontasi.

Ketiga, strategi pengalihan isu dalam bentuk menjawab kritik dengan pencapaian positif. Strategi ini dapat disebut dengan *diversion* yang sering digunakan para politisi dalam komunikasi politik, dimana merupakan strategi untuk mengalihkan perhatian publik dari suatu isu yang sedang menjadi pusat perhatian (Chen et al., 2022). Penerapan strategi ini terlihat pada Konten 1.1 mengenai Program MBG dan Konten 1.4 mengenai kekuatan paspor Indonesia. Pada Konten 1.1, kritik publik berfokus pada efektivitas pelaksanaan dan efisiensi anggaran Program MBG. Akan tetapi, @indonesiabaik.id membangun narasi yang tidak membahas secara langsung kritik tersebut, melainkan fokus menonjolkan capaian program MBG melalui informasi jumlah penerima manfaat dan pembukaan lapangan pekerjaan. Pola ini juga terlihat pada Konten 1.4, yang mana kritik publik menyoroti

lemahnya kekuatan paspor Indonesia, tetapi @indonesiabaik.id membuat narasi yang dapat membingkai ulang isu dengan menyatakan bahwa paspor Indonesia berada pada kategori "menengah", serta membandingkannya dengan negara-negara yang memiliki peringkat lebih rendah dan jumlah negara bebas visa untuk paspor Indonesia. Penggunaan perbandingan tersebut dapat menggeser fokus pembahasan dari kritik terhadap lemahnya kekuatan paspor Indonesia menuju konteks komparatif yang lebih menguntungkan. Oleh sebab itu, kedua konten tersebut menunjukkan perbandingan antara narasi kritik dan narasi Pemerintah Indonesia, sehingga penelitian ini menginterpretasikan adanya kecenderungan strategi pengalihan isu, karena unggahan lebih menekankan penyajian capaian dan data pembandingan daripada merespons secara langsung substansi kritik yang berkembang di ruang publik.

Secara keseluruhan, ketiga strategi kontra-narasi yang diterapkan oleh akun Instagram @indonesiabaik.id menunjukkan pola komunikasi politik pemerintah yang terstruktur dan berlapis dalam merespons berbagai disinformasi dan kritik publik di ruang digital. Pada lapisan pertama, strategi edukasi preventif berfungsi membangun ketahanan awal publik melalui edukasi preventif, kemudian pada lapisan kedua, strategi klarifikasi implisit berperan memperjelas posisi pemerintah sebagai otoritas informasi dengan menolak disinformasi secara tidak langsung, dan pada lapisan ketiga yaitu strategi pengalihan isu melalui penonjolan capaian positif digunakan untuk menjaga citra dan legitimasi kebijakan di tengah kritik yang berkembang. Kombinasi ketiga strategi ini memperlihatkan bahwa kontra-narasi tidak hanya diarahkan untuk meluruskan informasi, tetapi juga menjadi bagian dari praktik manajemen opini publik, sehingga pembentukan makna dan persepsi publik terhadap kebijakan pemerintah menjadi tujuan utama dalam komunikasi politik digital. Akan tetapi apakah strategi ini menjadi hal yang efektif dan tepat untuk dilakukan? Jawabannya terletak pada sejauh mana pemerintah mampu menyeimbangkan kepentingan legitimasi politik dengan kebutuhan publik akan informasi yang substantif, transparan, dan responsif terhadap kritik. Efektivitas strategi kontra-narasi tidak hanya diukur dari keberhasilannya meredam disinformasi, tetapi juga dari kemampuannya membuka ruang dialog, mengakomodasi resistensi, serta membangun kepercayaan publik secara berkelanjutan.

Temuan dari penelitian ini menguatkan dan memperluas temuan dari penelitian terdahulu. Temuan penelitian ini mendukung Aghisna dan Astuti (2025), Ayu et al. (2025) yang menunjukkan bahwa Instagram pemerintah dapat berfungsi sebagai media penyedia informasi dan klarifikasi terhadap informasi yang keliru. Namun, juga memperluas temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa fungsi akun media sosial pemerintah juga mencakup strategi edukasi preventif, klarifikasi implisit, dan pengalihan isu dalam membangun kontra-narasi digital. Di sisi lain, penelitian ini melengkapi temuan dari Rahmawan et al. (2023), Meisyanti et al. (2021), dan Darmasetiadi (2021) mengenai terdapatnya kompleksitas interaksi masyarakat dan pemerintah di ruang digital, mulai dari diseminasi informasi, pemberantasan disinformasi, serta peningkatan *self-awareness* terhadap informasi di media sosial, sehingga pemerintah perlu melakukan strategi kontra-narasi yang

berkelanjutan. Terakhir, penelitian mengembangkan studi Anggraeni dan Hartanti (2025) yang memosisikan @indonesiabaik.id sebagai instrumen *public relations* Pemerintah Indonesia, dengan memperlihatkan melalui pendekatan CDA yang menekankan upaya pemerintah dalam mengonstruksi wacana, membingkai isu, dan membangun kontra-narasi terhadap disinformasi maupun kritik public di ruang digital.

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa akun Instagram @indonesiabaik.id merupakan instrumen komunikasi politik Pemerintah Indonesia dalam membangun kontra-narasi terhadap disinformasi dan kritik publik di ruang digital. Melalui strategi edukasi preventif, klarifikasi implisit, serta pengalihan isu dengan pembentukan framing positif yang dikemas dalam bentuk konten informatif dan memengaruhi opini publik terhadap isu-isu yang berkembang. Dalam pendekatan CDA Fairclough, penelitian ini menegaskan bahwa kontra-narasi yang diproduksi oleh akun Instagram @indonesiabaik.id tidak bersifat netral, tetapi memiliki keterikatan pada kepentingan Pemerintah Indonesia itu sendiri. Wacana yang dibangun di dalam konten Instagram baik melalui bentuk narasi dan visual merepresentasikan upaya Pemerintah Indonesia dalam mempertahankan legitimasi kebijakan, kekuasaan, dan citranya di masyarakat. Akan tetapi, wacana akan terus menghadapi resistensi dan perubahan, sehingga efektivitas kontra-narasi akan terus terbentuk oleh interpretasi alternatif dan kritik publik yang terus berkembang di ruang digital.

Berdasarkan hasil temuan penelitian ini, Pemerintah Indonesia disarankan untuk membangun komunikasi politik yang lebih partisipatif, transparan, dan dialogis dalam merespons disinformasi maupun kritik publik di ruang digital. Hal tersebut karena produksi konten kontra-narasi tidak hanya perlu berfokus pada pembelaan terhadap kebijakan pemerintah, tetapi juga penting untuk memberikan penjelasan yang substantif, mudah dimengerti, berbasis data, serta secara cepat dan tanggap terhadap isu yang berkembang agar tidak dipersepsikan sebagai upaya mempertahankan legitimasi institusional. Kemudian, Pemerintah Indonesia juga perlu memperkuat mekanisme respons publik dengan membuka ruang dialog yang memungkinkan masyarakat menyampaikan kritik dan memperoleh klarifikasi secara terbuka, bukan terlalu bergantung ke media sosial dan tidak interaktif. Selain itu, perlu adanya kolaborasi dengan aktor non-negara, seperti akademisi, organisasi masyarakat sipil, komunitas pemeriksa fakta, dan media, yang diperluas sebagai bagian dari mekanisme verifikasi informasi dan penguatan literasi digital. Hal tersebut akan membuat strategi komunikasi pemerintah tidak hanya bersifat *top-down* dan berorientasi pada pembentukan kontra-narasi yang dikuasai oleh pemerintah, tetapi juga mendorong terciptanya ekosistem informasi digital yang *bottom-up*, kredibel, akuntabel, dan inklusif.

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam menjelaskan efektifitas dari strategi kontra-narasi akun @indonesiabaik.id. Hal tersebut karena penelitian ini menggunakan metode kualitatif, sehingga fokus analisis secara mendalam dari isi konten-konten yang telah ditentukan. Kemudian penelitian ini

belum membandingkan secara mendalam mengenai konten-konten dari akun terkait dengan Pemerintah Indonesia secara menyeluruh, termasuk portal berita. Oleh sebab itu, penelitian selanjutnya direkomendasikan menggunakan beberapa pendekatan lain seperti *mixed methods*, analisis konten kuantitatif, analisis sentimen, survei audiens, atau wawancara pengelola akun, sehingga menghasilkan analisis CDA yang lebih berbasis angka statistik yang dipadukan dengan interpretasi kualitatif yang lebih bervariasi dan mendalam. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat memakai teori dan konsep lain seperti *Agenda-Setting Theory* atau *Framing Theory*, sehingga bisa mendapatkan analisis dari berbagai sisi berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Aghisna, N. D., & Astuti, V. F. (2025). Efektivitas Penyampaian Informasi Digital dalam Menangani Hoax Melalui Instagram @ Diskominfo _ Sukabumikota Effectiveness of Digital Information Delivery in Handling Hoaxes Through Instagram @ Diskominfo _ Sukabumikota. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 1031–1040.
- Anggraeni, C. S., & Hartanti, L. E. P. (2025). Cyber Public Relations Strategy for Dealing with Hate Speech on Instagram @ indonesiabaik . id in Maintaining Reputation. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 14(1). <https://doi.org/10.7454/jkmi.v14i1.1283>
- Ayu, A. M., Shabirah, S., & Putri, A. A. (2025). THE USE OF INSTAGRAM AS A MEDIUM FOR PROMOTING THE. *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 4(2), 154–167.
- BBC News Indonesia. (2025). *Polemik penggalangan donasi untuk korban bencana di Sumatra – Antara aturan dan respons cepat*. BBC News Indonesia. <https://www.bbc.com/indonesia/articles/cewjg2jkyro>
- Bryman, A. (2021). *Social Research Method* (4th ed.). Oxford University Press.
- Chen, Y., Cui, X., Song, Y., & Wu, M. (2022). Twitter ' s Agenda-Setting Role : A Study of Twitter Strategy for Political Diversion. *Arxiv*. <https://arxiv.org/pdf/2212.14672>
- Darmasetiadi, D. (2021). Keberlanjutan Diseminasi Informasi Publik di Era Pandemi Covid-19. *Massive: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 28–39.
- Darmawan, A. P., & Indriawati, T. (2026, Januari 17). *Daftar Paspor Terlemah di Dunia Per Januari 2026* Sumber: <https://www.kompas.com/tren/read/2026/01/17/103000865/daftar-paspor-terlemah-di-dunia-per-januari-2026?page=all>. Membership: <https://kmp.im/plus6> Download aplikasi: <https://kmp.im/app6>. Retrieved from Kompas: <https://www.kompas.com/tren/read/2026/01/17/103000865/daftar-paspor-terlemah-di-dunia-per-januari-2026?page=all>
- Della, M. M., Erviantono, T., & Zuryani, N. (2025). Strategi Komunikasi Pemerintah Bali dalam Mengatasi Penyebaran Hoaks dan Hate Speech. *Indonesian Journal of Public Administration Review*, 2(3), 1-11.
- Dillon, S. (2022). Public criticism. *Textual Practice*, 37(11), 1–22.

- <https://doi.org/10.1080/0950236X.2022.2111704>
- Entman, R. N. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58
- Fairclough, N. (1989). *Language and Power*. Longman Group UK Limited.
- Fairclough, N. (2013). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. Longman Publishing.
- Faisal, G., & Eldi, R. P. (2025). Kewenangan Pemerintah dalam Mengatur Kasus Hoax di Media Sosial yang Terjadi di Indonesia. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(4), 4708–4714.
- Foucault, M. (1977). *Discipline and Punish*. Penguin.
- Hilary, I. O., & Dumebi, O.-O. (2021). Social Media as a Tool for Misinformation and Disinformation Management. *Linguistics and Culture Review*, 5(S1), 495-505.
- Indonesia.go.id. (2024). *Redaksi Indonesia.go.id*. Indonesia.Go.Id. <https://indonesia.go.id/redaksi>
- Indonesia.go.id. (2026). *Indonesiago.id*. Indonesia.Go.Id. <https://www.instagram.com/indonesiago.id/>
- Indonesiabaik.id. (2026a). *Indonesia Baik*. <https://www.instagram.com/indonesiabaik.id>
- Indonesiabaik.id. (2026b). *Tentang Kami*. Indonesiabaik.Id.
- Indraswari, S. A. (2026). *Tanah Masih Girik Bakal Diambil Negara? Jawabannya Adalah*. Detik.Com. <https://www.detik.com/properti/kepemilikan-rumah/d-8335948/tanah-masih-girik-bakal-diambil-negara-jawabannya-adalah>
- InfoPublik. (2026). *InfoPublik*. Instagram. <https://www.instagram.com/infopublik.id/>
- Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia. (2025a). *[HOAKS] Tahun 2026 Rakyat Indonesia akan Kehilangan Tanah akibat Aturan Baru Pemerintah*. Komdigi.Go.Id. <https://www.komdigi.go.id/berita/berita-hoaks/detail/hoaks-tahun-2026-rakyat-indonesia-akan-kehilangan-tanah-akibat-aturan-baru-pemerintah>
- Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia. (2025b). *Komdigi Identifikasi 1.923 Konten Hoaks Sepanjang Tahun 2024*. Komdigi.Go.Id. <https://www.komdigi.go.id/berita/siaran-pers/detail/komdigi-identifikasi-1923-konten-hoaks-sepanjang-tahun-2024>
- Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia. (2026). *[HOAKS] Tautan Pendaftaran Guru Sekolah Rakyat Mengatasnamakan BKN Tahun 2026*. Komdigi.Go.Id. <https://www.komdigi.go.id/berita/berita-hoaks/detail/hoaks-tautan-pendaftaran-guru-sekolah-rakyat-mengatasnamakan-bkn-tahun-2026>
- Komik Komunika. (2026). *Komikkomunika*. Komik Komunika.
- Kumparan. (2025). *Paspor Indonesia Lemah! Ini Alasannya | MASUK AKAL*. Kumparan. <https://www.youtube.com/watch?v=BGZkgw93PcM>
- Mardianti, D. L. (2025). *JPPI: Kasus Keracunan MBG Tembus 16.109 Orang Per 31 Oktober 2025*. Tempo. <https://www.tempo.co/politik/jppi-kasus-keracunan-mbg-tembus-16-109-orang-per-31-oktober-2025-2086363>
- McNair, B. (2018). *Fake News: Falsehood, Fabrication and Fantasy in Journalism*. Routledge.

- Meisyanti, Kencana, W. H., & Nugroho, H. S. (2021). Penelusuran Berita Hoaks Pada Kanal Cek Fakta Di Media Online Medcom.id. *IKON Jurnal Ilmu Komunikasi*, XXVI(3), 237–246.
- Muhamad, N. (2024). *Ada 12.547 Konten Hoaks Selama 5 Tahun Terakhir, Terbanyak Isu Kesehatan*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/layanan-konsumen-kesehatan/statistik/78151e2624ead29/ada-12547-konten-hoaks-selama-5-tahun-terakhir-terbanyak-isu-kesehatan>
- New Indonesia. (2025). *Kritik Klaim Prabowo tentang Keberhasilan MBG, JPPI: Pemerintah Sepelekan Keselamatan Nyawa Anak*. New Indonesia. <https://www.new-indonesia.org/2025/10/7117/kritik-klaim-prabowo-tentang-keberhasilan-mbg-jppi-pemerintah-sepelekan-keselamatan-nyawa-anak/>
- Nuridin, S. W., & Nugraha, I. F. (2025). Ancaman Deepfake dan Disinformasi Berbasis AI: Implikasi terhadap Keamanan Siber dan Stabilitas. *IMR: Journal Of International Multidisciplinary Research*, 4(01), 73–92. <https://doi.org/https://doi.org/10.62668/jimr.v4i01.1551>
- Prayitno, B. (2017). Langkah Pemerintah Menangkal Diseminasi. *Jurnal Wacana Kinerja*, 20(2), 17–40.
- Prihanto, D. A., & Supriatin. (2026). *Mensos Tegaskan Tak Ada Siswa Titipan di Sekolah Rakyat*. Liputan 6. <https://www.liputan6.com/regional/read/6255615/mensos-tegaskan-tak-ada-siswa-titipan-di-sekolah-rakyat>
- Rahmawan, D., Garnesia, I., & Hartanti, R. (2023). Checking the Fact-Checkers: Analyzing the Content of Fact-Checking Organizations as Initiatives for Hoax Eradication in Indonesia. *Jurnal ASPIKOM*, 8(2), 241–256.
- Reed, M. H. (2000). The Limits of Discourse Analysis in Organizational Analysis. *Organization*, 7, 524–530. <https://doi.org/10.1177/135050840073011>
- Reinemann, C., Stanyer, J., Scherr, S., & Legnante, G. (2012). Hard and soft news: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 221-239.
- Roozenbeek, J., Linden, S. van der, & Nygren, T. (2020). Prebunking interventions based on “inoculation” theory can reduce susceptibility to misinformation across cultures Research questions. *The Harvard Kennedy School Misinformation Review*, 1(2), 1–23. https://misinforeview.hks.harvard.edu/wp-content/uploads/2020/02/FORMATTED_globalvaccination_Jan30.pdf
- Samutra, R. (2025). *Jalan Berliku Literasi Imigrasi: Upaya Dekonstruksi Label “Lemah” Paspur Indonesia*. Kementerian Imigrasi Dan Pemasayarakatan Republik Indonesia. <https://kemenimipas.go.id/publikasi-2/kolom-opini/jalan-berliku-literasi-imigrasi-upaya-dekonstruksi-label-lemah-paspor-indonesia>
- Sarjito, A. (2024). Hoaks , Disinformasi , dan Ketahanan Nasional : Ancaman Teknologi Informasi dalam Masyarakat Digital Indonesia. *Journal of Governance and Local Politics (JGLP)*, 6(2), 175–186.

- van Dijk, T. A. (1997). *Ideology and Discourse: A Multidisciplinary Introduction*. Sage Publications, Ltd. <https://discourses.org/wp-content/uploads/2022/07/Teun-A.-van-Dijk-2003-Ideology-and-discourse.pdf>
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information Disorder : Toward an interdisciplinary framework for research and policy making Council of Europe report. In *Council of Europe report* (Vol. 09).