

ISSN (ONLINE) 2598-9936



INDONESIAN JOURNAL OF INNOVATION STUDIES
PUBLISHED BY
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO

Table Of Contents

Journal Cover	1
Author[s] Statement	3
Editorial Team	4
Article information	5
Check this article update (crossmark)	5
Check this article impact	5
Cite this article.....	5
Title page	6
Article Title	6
Author information	6
Abstract	6
Article content	8

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licences/by/4.0/legalcode>

Indonesian Journal of Innovation Studies

Vol. 27 No. 4 (2026): October
DOI: 10.21070/ijins.v27i4.2335

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

Dr. Hindarto, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Managing Editor

Mochammad Tanzil Multazam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Editors

Fika Megawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Mahardika Darmawan Kusuma Wardana, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Wiwit Wahyu Wijayanti, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Farkhod Abdurakhmonov, Silk Road International Tourism University, Uzbekistan

Bobur Sobirov, Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan

Evi Rinata, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

M Faisal Amir, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Dr. Hana Catur Wahyuni, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

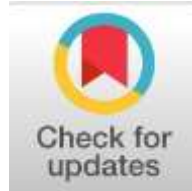
Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

Media Literacy Innovation In Navigating Instagram Deepfakes Among University Students

Inovasi Literasi Media Mahasiswa Universitas Dalam Menghadapi Deepfake Pada Instagram

Juliana Juliana, juliana.narsum@gmail.com (*)

Program Pascasarjan Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia

Kamaluddin Tajibu, kamaluddintajibu@uin-alauddin.ac.id

Program Pascasarjan Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia

Sakaruddin Sakaruddin, sakaruddin.mandjarreki@uin-alauddin.ac.id

Program Pascasarjan Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia

(*) Corresponding author

Abstract

General Background The rapid advancement of artificial intelligence has introduced sophisticated digital manipulation technologies. **Specific Background** Consequently, synthetic media such as deepfakes frequently circulate on social networks, exposing young demographics to highly realistic fabricated content. **Knowledge Gap** While existing literature broadly addresses digital hoaxes, empirical research specifically examining regional academic populations' competencies in mitigating these threats remains underexplored. **Aims** This study investigates the verification capabilities of Universitas Al Asyariah Mandar cohorts in identifying synthetic manipulations and the subsequent role of such competencies in public opinion formation. **Results** Utilizing Renee Hobbs' framework and a qualitative approach, findings reveal that cohorts primarily encounter synthetic audio and face swaps via Reels and Explore algorithms. Driven by visual appeal and sharing habits, these manipulations initially shape user perceptions. However, individuals demonstrate robust capabilities to access, analyze visual discrepancies, evaluate sources against credible news, refrain from creating manipulations, and act responsibly by warning peers. Consequently, cross-referencing information neutralizes the initial deceptive power of synthetic media. **Novelty** The research uniquely synthesizes modern verification frameworks with Islamic communication principles, such as Tabayyun for verification and Qaulan Sadidan for ethical content creation, establishing a profound intersection between contemporary digital competencies and traditional ethical values. **Implications** Higher education institutions must prioritize targeted source verification and artificial intelligence education to cultivate resilient, critical attitudes against digital disinformation.

Highlights

- ♦ Young adults frequently discover synthetic artificial intelligence manipulations through social network algorithm recommendations like Reels and Explore.
- ♦ Cross-referencing suspicious visual discrepancies with credible news outlets neutralizes initial deceptive perceptions.
- ♦ Modern digital verification competencies strongly align with Islamic ethical communication principles such as Tabayyun.

Keywords

Artificial Intelligence; Synthetic Manipulations; Digital Disinformation; Information Verification;
Islamic Communication

Published date: 2026-09-17

PENDAHULUAN

Teknologi informasi dan media sosial mengubah pola komunikasi menjadi lebih cepat dan interaktif. Instagram tidak hanya menjadi ruang berbagi foto dan video, tetapi juga sumber informasi, pembentuk opini dan identitas, serta sarana yang memengaruhi perilaku sosial generasi muda.

Mahasiswa sebagai bagian dari generasi digital merupakan kelompok yang sangat aktif menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Instagram dimanfaatkan untuk berbagai keperluan, mulai dari memperoleh informasi, mengikuti perkembangan isu-isu terkini, berkomunikasi, membangun jejaring sosial, hingga memenuhi kebutuhan hiburan. Tingginya intensitas penggunaan Instagram menjadikan mahasiswa lebih mudah menerima berbagai jenis informasi, baik yang bersifat faktual maupun informasi yang belum terverifikasi. Kondisi tersebut menuntut kemampuan literasi media yang memadai agar mahasiswa mampu bersikap kritis terhadap setiap informasi yang diterima.

Perkembangan kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) mendorong berbagai inovasi di bidang pendidikan, komunikasi, dan industri kreatif. Di sisi lain, teknologi ini juga dapat disalahgunakan untuk membuat konten manipulatif, salah satunya deepfake. Teknologi tersebut memungkinkan video, gambar, atau suara dibuat dan dimodifikasi agar menyerupai kenyataan, sehingga sulit dibedakan dari konten asli, terutama oleh masyarakat awam [1].

Penyebaran konten deepfake melalui media sosial, khususnya Instagram, menimbulkan berbagai persoalan. Konten deepfake dapat digunakan untuk menyebarkan disinformasi, mencemarkan nama baik seseorang, memanipulasi opini publik, melakukan penipuan digital, bahkan memengaruhi persepsi masyarakat terhadap isu sosial, politik, maupun ekonomi. Karakteristik Instagram yang mengutamakan konten visual serta didukung algoritma yang mempercepat penyebaran konten viral menyebabkan informasi hasil manipulasi digital dapat menyebar secara luas dalam waktu yang relatif singkat. Apabila pengguna media tidak memiliki kemampuan untuk memverifikasi kebenaran informasi, maka peluang terjadinya kesalahpahaman, misinformasi, dan pembentukan opini yang keliru akan semakin besar.

Deepfake menjadi tantangan di era digital karena memungkinkan AI menghasilkan video dan audio palsu yang tampak nyata. Penyalahgunaannya dapat memicu misinformasi, memengaruhi opini publik, merusak reputasi, serta menimbulkan persoalan etika, privasi, keamanan data, dan kepercayaan terhadap konten digital.

Perkembangan teknologi kecerdasan buatan (AI) telah memunculkan fenomena deepfake, yaitu manipulasi konten visual/audio yang sangat realistis, sering digunakan di Instagram untuk hiburan, hoaks, propaganda, hingga pelecehan seksual digital (deepfake Pornografi). Di Indonesia, kasus deepfake semakin marak di lingkungan pendidikan tinggi, seperti kasus mahasiswa Universitas Udayana Bali (2024) yang memanipulasi foto mahasiswi. [1] kasus mahasiswa Universitas Diponegoro (UNDIP) tahun 2025 yang membuat konten pornografi deepfake dan ditahan polisi. serta kasus baru di Universitas Hasanuddin (UNHAS) tahun 2026 dimana deepfake menggunakan aplikasi Grok AI digunakan untuk pemerasan antar mahasiswa via Instagram. serta kasus baru di Universitas Hasanuddin (UNHAS) tahun 2026 dimana deepfake menggunakan aplikasi Grok AI digunakan untuk pemerasan antar mahasiswa via Instagram. [3]

Pada 2017, kasus deepfake mencuat ketika wajah Gal Gadot digunakan tanpa izin dalam video pornografi, yang memicu kekhawatiran terkait privasi dan penyalahgunaan teknologi computer vision (Digitaldonat, 2024) [4]. Penyalahgunaan AI untuk membuat dan menyebarkan deepfake di Instagram menunjukkan persoalan etika komunikasi karena dapat merugikan korban serta mengeksploitasi data pribadi. Pengumpulan data oleh algoritma juga meningkatkan risiko penyalahgunaan informasi pengguna [5]

Literasi media penting bagi mahasiswa untuk memahami, menilai, dan menggunakan informasi secara kritis. Kemampuan ini membantu mengenali deepfake, memverifikasi sumber, dan mencegah penyebaran informasi palsu, sedangkan literasi yang rendah meningkatkan risiko penyebaran informasi yang merugikan [6].

Universitas Al Asyariah Mandar sebagai salah satu perguruan tinggi di Provinsi Sulawesi Barat memiliki mahasiswa yang berasal dari berbagai latar belakang sosial, budaya, dan pendidikan. Sebagai bagian dari generasi yang hidup di era digital, mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar tidak terlepas dari penggunaan media sosial, termasuk Instagram, sebagai media komunikasi dan sumber informasi. Intensitas penggunaan Instagram yang tinggi memungkinkan mahasiswa terpapar berbagai bentuk konten digital, termasuk konten yang diduga merupakan hasil manipulasi teknologi deepfake. Oleh karena itu, kemampuan literasi media menjadi faktor penting yang menentukan bagaimana mahasiswa memahami, menilai, dan merespons informasi yang mereka temui di media sosial [7].

Penelitian mengenai literasi media dalam menghadapi deepfake masih relatif terbatas, khususnya pada konteks mahasiswa di daerah. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak membahas literasi digital secara umum, penyebaran hoaks, atau perilaku penggunaan media sosial tanpa secara spesifik mengkaji kemampuan mahasiswa dalam mengenali dan menghadapi konten deepfake. Padahal, perkembangan teknologi AI yang semakin pesat menjadikan deepfake sebagai salah satu tantangan baru dalam ekosistem informasi digital yang memerlukan perhatian khusus dari kalangan akademisi maupun praktisi komunikasi [8].

Penelitian ini bertujuan menganalisis literasi media mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar dalam menghadapi deepfake di Instagram, termasuk pemanfaatan Instagram sebagai sumber informasi, kemampuan mengenali konten manipulatif, serta pengaruh literasi media terhadap pembentukan opini dan sikap mahasiswa.

METODE

A. Jenis dan Lokasi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yaitu suatu pendekatan ilmiah yang menekankan pada penelitian deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena peneliti ingin memahami secara mendalam Tingkat literasi media dikalangan mahasiswa terhadap pengaruh perkembangan teknologi Artificial Intellegencia deepfake dalam pembentukan opini publik dikalangan mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Al Asyariah Mandar dengan mahasiswa sebagai subjek studi kasus. Bertempat di Jl. Budi Utomo No. 2, Kelurahan Madatte, Kecamatan Polewali, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat 91315.

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan perspektif komunikasi yang bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena literasi media mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar dalam menghadapi konten deepfake pada media sosial Instagram.

C. Sumber Data Penelitian

1. Data Primer

Data primer diperoleh peneliti secara langsung dari informan sebagai sumber utama penelitian.

a. Wawancara mendalam (in-depth interview) dengan mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar yang menjadi informan penelitian.

b. Observasi, yaitu pengamatan secara langsung terhadap aktivitas informan dalam menggunakan media sosial Instagram serta bagaimana mereka berinteraksi dengan berbagai bentuk informasi yang berpotensi mengandung unsur deepfake.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui berbagai dokumen atau sumber yang telah tersedia. Data sekunder dalam penelitian ini meliputi buku ilmiah, jurnal nasional dan internasional, peraturan serta dokumen resmi yang berkaitan dengan literasi media, komunikasi digital, media sosial, AI, deepfake, disinformasi, dan etika penggunaan teknologi, serta dokumen resmi Universitas Al Asyariah Mandar sebagai data pendukung penelitian.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara Mendalam (In-depth Interview)

Wawancara mendalam merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui proses tanya jawab secara langsung antara peneliti dengan informan untuk memperoleh informasi yang mendalam mengenai pengalaman, pengetahuan, persepsi, dan sikap informan terhadap suatu fenomena.

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan mengamati objek penelitian secara langsung untuk memperoleh data terkait perilaku, aktivitas, dan situasi yang sesuai dengan fokus penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai sumber pendukung, seperti foto, tangkapan layar konten Instagram, catatan lapangan, rekaman wawancara, arsip, buku, jurnal, dan dokumen resmi yang relevan.

E. Instrumen Penelitian

1. Peneliti sendiri sebagai instrumen utama dalam penelitian yang datang langsung kelapangan untuk mencari informasi dan data.

2. Kamera foto, digunakan untuk mendokumentasikan proses wawancara yang menghasilkan gambar (foto) maupun gambar dan suara (video).

3. Perekam suara, digunakan untuk merekam suara dan menyimpan proses wawancara yang dilakukan secara audio.

4. Catatan lapangan, catatan kecil untuk mencatat hal-hal penting dan dianggap menjadi bagian dari hasil wawancara [10].

F. Teknik Analisis Data

1. Pengumpulan Data (Data Collection)

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi untuk memperoleh informasi tentang penggunaan Instagram, pemahaman deepfake, kemampuan mengenali konten manipulatif, serta praktik verifikasi informasi oleh mahasiswa Universitas AI Asyariah Mandar.

2. Kondensasi Data (Data Condensation)

Data yang terkumpul diseleksi, disederhanakan, dikelompokkan, dan difokuskan sesuai dengan tujuan penelitian.

3. Penyajian Data (Data Display)

Data yang telah dikondensasikan disajikan secara sistematis melalui uraian naratif, kutipan wawancara, tabel, atau matriks untuk memperjelas keterkaitan antartemuan.

4. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (Conclusion Drawing and Verification)

Kesimpulan dirumuskan berdasarkan interpretasi temuan dan diverifikasi secara berkelanjutan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan keabsahan data.

G. Pengujian Keabsahan Data

Dalam proses pengecekan keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan trigulasi yakni teknik pemeriksaan data memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data tersebut bagi keperluan pengecekan sesuatu yang lain diluar data perbandingan terhadap sumber lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Fenomena Penyebaran Konten Deepfake Pada Media Sosial Instagram

1. Intensitas Penggunaan Instagram dikalangan Mahasiswa Universitas AI asyariah mandar

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti menggunakan teknik sampling, informan berasal dari berbagai jurusan dan tingkat semester yang berbeda-beda mulai dari semester dua, empat, enam, dan delapan pada Mahasiswa Universitas AI Asyariah Mandar (UNASMAN) dan diperoleh informasi bahwa Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling sering digunakan dalam aktivitas sehari-hari. Sebagian besar informan menyatakan bahwa mereka memanfaatkan Instagram sebagai sarana hiburan, memperoleh informasi, serta berkomunikasi dengan teman, keluarga, maupun komunitas. Konten yang diakses beragam, mulai dari berita, video edukasi, promosi produk, hingga konten hiburan seperti reels dan story.

Dalam aspek penggunaan media, mayoritas mahasiswa Universitas AI Asyariah Mandar (UNASMAN), mengungkapkan bahwa mereka hampir setiap hari membuka aplikasi Instagram dengan durasi penggunaan yang bervariasi antara satu hingga beberapa jam. Intensitas penggunaan tersebut menunjukkan bahwa Instagram telah menjadi bagian dari aktivitas digital mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan informasi dan interaksi social [11].

2. Jenis Konten deepfake yang pernah ditemukan Mahasiwa Universitas AI Asyariah Mandar

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, diketahui bahwa hampir seluruh informan pernah menemukan konten yang diduga merupakan deepfake saat menggunakan media sosial Instagram. Konten tersebut umumnya muncul melalui fitur Reels, Explore, dan unggahan yang dibagikan kembali oleh akun lain. Sebagian besar informan mengaku belum memahami istilah deepfake secara akademis, namun mereka menyadari bahwa konten tersebut merupakan hasil manipulasi teknologi Artificial Intelligence (AI) yang membuat gambar, video, atau suara tampak seperti asli.

Informan menjelaskan bahwa video deepfake merupakan jenis konten yang paling sering mereka temukan. video tersebut biasanya menampilkan tokoh publik, selebritas, atau figur terkenal yang terlihat sedang berbicara atau melakukan tindakan tertentu, padahal setelah dicari informasi lebih lanjut diketahui bahwa video tersebut telah dimanipulasi menggunakan AI. Beberapa informan mengaku sempat mempercayai isi video tersebut karena tampilannya sangat realistis.

Menurut Informan satu (1) menyampaikan dalam wawancara:

"Saya paling sering melihat video di Reels. Awalnya saya kira asli karena wajah dan suaranya terlihat sangat nyata. Setelah membaca komentar dan mencari berita di Google, ternyata videonya hasil edit AI."(Informan 1)

Informan lain juga mengungkapkan bahwa ia sering menemukan gambar hasil AI yang menampilkan wajah seseorang pada

tubuh orang lain atau menggambarkan peristiwa yang sebenarnya tidak pernah terjadi.

Menurut Informan dua (2) menyampaikan dalam wawancara:

"Kalau saya lebih sering menemukan foto yang diedit AI. Biasanya wajah artis atau pejabat dipasang di gambar lain sehingga terlihat seperti benar-benar terjadi." (Informan 2)

Selain video dan gambar, beberapa mahasiswa mengaku pernah menemukan audio deepfake, yaitu rekaman suara yang sangat mirip dengan suara tokoh tertentu. Mereka mengaku cukup sulit membedakan suara asli dan suara hasil rekayasa AI.

Menurut Informan tiga (3) menyampaikan dalam wawancara:

"Saya pernah mendengar rekaman suara yang katanya dari seorang tokoh terkenal. Setelah dijelaskan teman, ternyata itu suara buatan AI." (Informan 3)

Beberapa informan juga menyebutkan bahwa mereka pernah melihat konten face swap, yaitu pertukaran wajah menggunakan aplikasi AI. Konten tersebut banyak ditemukan dalam bentuk video hiburan dan tren media sosial. Walaupun sebagian besar menganggapnya sebagai hiburan, mereka menyadari bahwa teknologi tersebut dapat disalahgunakan untuk membuat informasi palsu atau mencemarkan nama baik seseorang.

Menurut Informan empat (4) menyampaikan dalam wawancara:

"Sekarang banyak aplikasi yang bisa mengganti wajah orang di video. Awalnya lucu, tetapi kalau digunakan untuk menipu atau memfitnah orang tentu sangat berbahaya." (Informan 4)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa video deepfake merupakan jenis konten yang paling sering ditemukan oleh mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar, kemudian diikuti oleh gambar hasil manipulasi AI, audio sintetis, dan konten face swap. Tingginya paparan terhadap berbagai bentuk konten tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa sebagai pengguna aktif Instagram semakin sering berhadapan dengan konten sintetis yang sulit dibedakan dari konten asli. Kondisi ini sejalan dengan berbagai penelitian terbaru yang menunjukkan bahwa perkembangan AI generatif membuat konten visual dan audio semakin realistis sehingga meningkatkan risiko misinformasi dan penipuan digital [12].

JENIS KONTEN DEEPPAKE	GAMBAR DEEPPAKE
Face Swap AI di Instagram : Deepfake gambar berupa pertukaran wajah (face swap) dan wajah sintetis yang dihasilkan oleh teknologi Artificial Intelligence. Deepfake Presiden Prabowo: Deepfake Video berupa manipulasi foto prabowo sedang memimpin rapat terbatas secara daring untuk membahas penanganan erupsi gunung lewotobi pada November 2024 kemudian diubah menjadi video dengan narasi bantuan akhir tahun di instagram.	
Deepfake Mantan Menteri Keuangan Sri Mulyani: Cuplikan gambar yang menampilkan mantan menteri keuangan Sri Mulyani Mengeluarkan Pernyataan "Guru itu beban Negara" ramai dibahas pada agustus 2025. Sri mulyani membantah kalimat tersebut yang viral di media sosial. "Faktanya, saya tidak pernah menyatakan bahwa guru adalah beban Negara. Video tersebut adalah hasil dan potongan tidak utuh dari pidato saya dalam Forum Konvensi Sains, Teknologi, dan Industri Indonesia di ITB pada 7 agustus 2025" kata sri mulyani pada instagramnya @sminddrawati, dilansir Rabu, 20 Agustus 2025.	

Tabel 1 *Gambar Jenis Deepfake*

3. Cara mahasiswa mengetahui konten deepfake

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap informan, diketahui bahwa hampir seluruh mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar pernah menemukan konten yang diduga sebagai deepfake ketika menggunakan media sosial Instagram. Para informan mengungkapkan bahwa mereka tidak secara khusus mencari konten tersebut, melainkan menemukannya secara tidak sengaja saat mengakses Instagram dalam aktivitas sehari-hari. Sebagian besar informan menyatakan bahwa konten deepfake lebih sering muncul pada fitur Reels dan Explore, karena kedua fitur tersebut menampilkan berbagai konten yang sedang viral dan banyak mendapatkan interaksi dari pengguna lain.

Seorang informan yang ditemui peneliti menjelaskan bahwa dirinya pertama kali mengetahui adanya konten deepfake ketika sedang menonton video yang muncul di Reels Instagram. Pada awalnya ia menganggap video tersebut merupakan rekaman asli karena kualitas gambar dan suara yang tampak sangat nyata. Namun, setelah membaca komentar dari pengguna lain dan menemukan adanya perbedaan informasi dengan berita di media resmi, ia menyadari bahwa video tersebut merupakan hasil manipulasi teknologi AI.

Menurut Informan satu (1) menyampaikan dalam wawancara:

"Saya pertama kali lihat di reels instagram. Videonya kelihatan seperti asli, jadi saya sempat percaya. Tapi setelah baca komentar banyak yang bilang itu hasil AI, akhirnya saya cari lagi di Google dan ternyata memang video editan." (Informan 1)

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh informan lain yang mengaku lebih sering menemukan konten deepfake melalui halaman explore. Menurutnya, konten yang muncul di Explore biasanya merupakan unggahan yang sedang ramai diperbincangkan sehingga menarik rasa ingin tahu pengguna untuk menontonnya.

Menurut Informan 2 (dua) menyampaikan dalam wawancara:

"Kalau saya biasanya lihat di Explore. Karena videonya lagi viral, saya buka. Kadang wajahnya memang mirip sekali sama orang aslinya, jadi kalau tidak teliti memang bisa tertipu." (Informan 2)

Selain melalui fitur bawaan Instagram, beberapa informan mengaku mengetahui konten deepfake dari unggahan ulang teman melalui Instagram Story maupun dari tautan video yang dibagikan melalui grup WhatsApp. Menurut mereka, ketika suatu konten telah dibagikan oleh banyak orang, muncul anggapan bahwa informasi tersebut benar sehingga mendorong mereka untuk ikut menonton.

Menurut Informan 3 (tiga) menyampaikan dalam wawancara:

"Biasanya teman saya yang kirim atau repost di Story. Karena banyak yang membagikan, saya pikir itu benar. Setelah dicek ternyata video hasil edit AI." (Informan 3)

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa mahasiswa mulai mengenali suatu konten sebagai deepfake setelah memperhatikan beberapa kejanggalan pada video atau gambar yang mereka lihat. Informan menyebutkan adanya gerakan bibir yang tidak sesuai dengan suara, ekspresi wajah yang terlihat kurang alami, kualitas gambar yang berubah-ubah, serta informasi yang tidak ditemukan pada media massa yang kredibel. Sebagian besar informan mengaku bahwa pengalaman tersebut membuat mereka lebih berhati-hati ketika menerima informasi di media sosial.

Menurut Informan empat (4) menyampaikan dalam wawancara:

"Sekarang saya tidak langsung percaya kalau lihat video yang terlalu sensasional. Saya biasanya lihat dulu akun yang mengunggah, baca komentar, terus cari berita pembeding supaya tahu itu benar atau tidak." (Informan 4)

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa cara mahasiswa mengetahui konten deepfake sangat dipengaruhi oleh pola penggunaan Instagram sehari-hari. Reels dan Explore menjadi sumber utama paparan deepfake karena menyajikan konten populer, sementara Story dan aplikasi pesan memperluas penyebarannya. Meski sempat mempercayai konten yang dilihat, sebagian besar informan kemudian memeriksa komentar, media berita, atau mesin pencari untuk memastikan kebenarannya. Temuan ini menunjukkan mulai tumbuhnya sikap kritis mahasiswa dalam menyikapi informasi di media sosial [13].

a. Respon awal mahasiswa menanggapi konten deepfake

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar menggunakan teknik sampling, diketahui bahwa setiap informan memiliki respon awal yang berbeda ketika menemukan konten yang diduga sebagai deepfake di media sosial Instagram. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan, pengalaman menggunakan media sosial, serta kemampuan masing-masing informan dalam mengenali ciri-ciri konten hasil manipulasi Artificial Intelligence (AI).

Sebagian besar informan mengaku bahwa reaksi pertama mereka adalah mempercayai konten tersebut, terutama apabila video atau gambar yang ditampilkan terlihat realistis dan berasal dari akun yang memiliki banyak pengikut. Mereka menganggap bahwa kualitas visual yang sangat baik membuat konten tersebut sulit dibedakan dengan konten asli. Kondisi ini menunjukkan bahwa pada tahap awal, mahasiswa masih berpotensi terpengaruh oleh tampilan visual sebelum melakukan proses verifikasi.

Menurut Informan satu (1) menyampaikan dalam wawancara:

"Waktu pertama kali melihat videonya saya langsung percaya karena kelihatannya asli sekali. Suara dan wajah orangnya juga sangat mirip. Saya baru sadar kalau itu editan setelah membaca komentar dari pengguna lain." (Informan 1)

Informan lain mengungkapkan bahwa dirinya merasa terkejut dan penasaran ketika melihat video yang menampilkan seorang tokoh publik menyampaikan pernyataan yang dianggap tidak biasa. Rasa penasaran tersebut mendorong informan untuk mencari informasi dari media lain guna memastikan kebenaran isi video.

Menurut Informan dua (2) menyampaikan dalam wawancara:

"Awalnya saya kaget karena merasa tidak mungkin orang itu berbicara seperti di video. Akhirnya saya cari berita di internet dan ternyata memang video itu hasil AI." (Informan 2)

Selain rasa percaya dan terkejut, beberapa informan menyatakan bahwa mereka mulai bersikap ragu terhadap konten yang beredar di Instagram. Keraguan tersebut muncul karena mereka semakin sering mendengar informasi mengenai perkembangan teknologi AI yang mampu menghasilkan video dan gambar yang sangat realistis. Oleh karena itu, mereka memilih untuk tidak langsung mempercayai isi konten sebelum memperoleh informasi dari sumber lain yang lebih kredibel.

Menurut Informan tiga (3) menyampaikan dalam wawancara:

"Sekarang saya kalau lihat video yang terlalu sensasional langsung ragu. Saya tidak langsung percaya karena sekarang banyak sekali video yang dibuat pakai AI." (Informan 3)

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa memilih untuk melakukan verifikasi sebagai respon awal ketika menemukan konten yang dianggap mencurigakan. Bentuk verifikasi yang dilakukan antara lain membaca komentar pengguna lain, memeriksa akun yang mengunggah konten, mencari informasi melalui mesin pencari, serta membandingkan dengan pemberitaan dari media massa yang terpercaya.

Menurut Informan empat (4) menyampaikan dalam wawancara:

"Biasanya saya lihat dulu siapa yang upload. Setelah itu saya baca komentar dan cari berita pembeding. Kalau tidak ada di media resmi, saya anggap informasinya belum tentu benar." (Informan 4)

Berdasarkan keseluruhan hasil wawancara, dapat diketahui bahwa respon awal mahasiswa terhadap konten deepfake cukup beragam. Sebagian informan mengaku sempat mempercayai konten karena tampilannya yang sangat meyakinkan, sebagian lainnya merasa terkejut dan penasaran, sementara informan yang telah memiliki pengetahuan mengenai perkembangan teknologi AI cenderung menunjukkan sikap lebih kritis dengan melakukan verifikasi sebelum mempercayai maupun menyebarkan informasi. Temuan ini menunjukkan bahwa pengalaman menggunakan media sosial dan kemampuan mengenali karakteristik konten digital berpengaruh terhadap cara mahasiswa merespons konten deepfake yang beredar di Instagram.

b. Faktor Penyebab Konten Deepfake Mudah Menyebar di kalangan mahasiswa

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar, diperoleh informasi bahwa terdapat beberapa faktor yang menyebabkan konten deepfake mudah menyebar di media sosial Instagram. Sebagian besar informan berpendapat bahwa penyebaran konten tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh kecanggihan teknologi Artificial Intelligence (AI), tetapi juga oleh perilaku pengguna media sosial yang cenderung menyebarkan informasi tanpa terlebih dahulu melakukan verifikasi.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa konten yang bersifat viral dan menarik perhatian merupakan faktor utama yang menyebabkan deepfake cepat menyebar. Informan mengungkapkan bahwa video atau gambar yang menampilkan tokoh terkenal, peristiwa kontroversial, maupun informasi yang mengundang rasa penasaran lebih sering dibagikan oleh pengguna Instagram. Akibatnya, konten tersebut dengan cepat menjangkau lebih banyak pengguna meskipun kebenarannya belum dapat dipastikan.

Informan (1) menjelaskan:

"Kalau videonya menarik atau melibatkan artis dan pejabat, biasanya cepat sekali viral. Banyak orang langsung membagikan tanpa tahu apakah videonya asli atau editan." (Informan 1)

Pendapat yang sama disampaikan oleh informan lain yang menilai bahwa kebiasaan pengguna media sosial membagikan informasi secara spontan turut mempercepat penyebaran deepfake.

Informan (2) menjelaskan:

"Menurut saya orang sekarang lebih cepat menekan tombol share daripada mengecek dulu. Karena itu video yang ternyata palsu bisa cepat menyebar ke banyak orang." (Informan 2)

Selain faktor perilaku pengguna, beberapa informan mengungkapkan bahwa algoritma Instagram juga berperan dalam memperluas penyebaran konten deepfake. Mereka menjelaskan bahwa konten yang memperoleh banyak tanda suka, [ISSN 2598-9936 \(online\), https://ijins.umsida.ac.id](https://doi.org/10.21070/ijins.v27i4.2335), published by [Universitas Muhammadiyah Sidoarjo](https://www.umsida.ac.id)

komentar, dan jumlah penonton akan lebih sering direkomendasikan kepada pengguna lain melalui fitur Reels dan Explore.

informan (3) mengatakan:

"Kalau sudah banyak yang menonton dan memberi komentar, biasanya videonya terus muncul di Reels. Akhirnya semakin banyak orang yang melihat walaupun belum tentu benar "Masih banyak yang belum tahu apa itu deepfake. Jadi kalau lihat video yang kelihatan nyata, mereka menganggap itu memang benar terjadi"(Informan 3)

Informan lainnya menyatakan bahwa perkembangan teknologi AI membuat konten deepfake semakin sulit dikenali. Menurutinya, kualitas video dan suara yang semakin realistis menyebabkan banyak pengguna menganggap konten tersebut sebagai informasi yang benar.

Informan (4) mengatakan:

"Sekarang hasil AI sudah sangat bagus. Wajah, suara, sampai gerakannya hampir sama dengan aslinya, jadi orang mudah percaya kalau tidak telitidn banyak orang hanya lihat judul atau beberapa detik videonya, lalu langsung percaya dan kirim ke teman-temannya tanpa mencari tahu dulu apakah itu benar." (Informan 4)

Hasil wawancara menunjukkan bahwa rendahnya kebiasaan verifikasi menjadi salah satu faktor penyebaran deepfake. Sebagian pengguna hanya membaca judul atau melihat sebagian video sebelum membagikannya. Minimnya pemahaman tentang deepfake juga membuat mahasiswa sulit mengenali manipulasi AI dan berisiko menyebarkan informasi palsu tanpa sadar. Secara umum, penyebaran deepfake dipengaruhi daya tarik konten, kebiasaan berbagi, algoritma Instagram, perkembangan AI, dan rendahnya verifikasi, sehingga konten manipulatif dapat menyebar cepat dan memicu kesalahpahaman di media sosial.

B. Tingkat Literasi Media Mahasiswa dalam Menghadapi Deepfake

Literasi media mahasiswa Universitas AI Asyariah Mandar dianalisis berdasarkan lima kompetensi Renee Hobbs (2011), yaitu Access, Analyze, Evaluate, Create, dan Act. Kerangka ini digunakan untuk menilai kemampuan mahasiswa mengenali deepfake, memahami dampaknya, memeriksa kredibilitas informasi, serta menentukan tindakan yang tepat terhadap konten yang diduga hasil manipulasi AI [14].

1. Access (Mengakses Informasi)

Wawancara menunjukkan bahwa seluruh informan aktif menggunakan Instagram hampir setiap hari selama 1-5 jam untuk memperoleh informasi, mengikuti berita, mencari hiburan, dan berkomunikasi. Konten deepfake ditemukan melalui Reels, Explore, Story, serta unggahan akun lain. Sebagian informan mengenal istilah deepfake dari berita daring dan video edukasi tentang perkembangan AI.

Informan (1) mengatakan:

"Saya hampir setiap hari membuka Instagram. Biasanya informasi yang muncul di Reels atau Explore langsung saya lihat. Dari situ saya mulai mengetahui kalau ternyata ada video yang dibuat menggunakan AI."(Informan 1)

Informan (2) menjelaskan:

"Awalnya saya tidak tahu istilah deepfake. Setelah sering melihat berita tentang video AI di Instagram dan YouTube, saya baru paham kalau sekarang banyak video yang sebenarnya bukan asli."(Informan 2)

Informan (3) Mengatakan:

"Instagram menjadi media yang paling sering saya gunakan untuk mencari informasi. Hampir semua berita yang sedang viral pertama kali saya lihat dari Instagram."(Informan 3)

Hal serupa disampaikan oleh Informan (4):

"Saya bisa menggunakan Instagram untuk mencari berbagai informasi. Tetapi kalau informasinya berkaitan dengan berita atau sesuatu yang serius, saya tidak hanya melihat dari satu akun.(informan 4)"

Wawancara menunjukkan bahwa intensitas penggunaan Instagram memberi mahasiswa akses luas terhadap informasi digital, termasuk paparan konten deepfake.

2. Analyze (Menganalisis Informasi)

Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa tidak langsung mempercayai setiap informasi yang mereka temukan di Instagram. Ketika menemukan konten yang dianggap mencurigakan, mereka berusaha menganalisis isi informasi dengan memperhatikan sumber unggahan, isi video, kualitas gambar, serta komentar dari pengguna lain.

Informan (1) menjelaskan:

"Kalau saya lihat videonya terlalu aneh atau terlalu heboh, biasanya saya tidak langsung percaya. Saya lihat dulu siapa yang mengunggah dan membaca komentar orang lain." (Informan 1)

Informan (2) mengatakan:

"Saya biasanya membandingkan video itu dengan berita di media online. Kalau tidak ada media resmi yang memberitakan, saya mulai curiga kalau itu mungkin hasil AI."(Informan 2)

Mahasiswa mengenali deepfake dengan memperhatikan gambar bibir, ekspresi wajah, dan sinkronisasi suara pada video.

Informan (3) menyatakan:

"Sekarang saya lebih teliti. Kadang gerakan bibirnya tidak pas dengan suaranya, jadi saya langsung curiga kalau videonya editan."(Informan 3)

Sedangkan Informan (4) mengungkapkan:

"Saya mencoba memahami isi videonya dulu sebelum percaya. Saya lihat apakah ada hubungan antara video dengan konteks yang dibicarakan dan apakah ada sumber lain yang membahas hal yang sama." (Informan 4)

Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa mampu menganalisis informasi sebelum mempercayai suatu konten.

3. Evaluate (Mengevaluasi Informasi)

Berdasarkan hasil wawancara, mahasiswa tidak hanya menganalisis konten, tetapi juga memverifikasi kebenaran informasi dengan membandingkannya melalui sumber terpercaya, seperti Google, portal berita resmi, dan akun media terverifikasi.

Informan (1) mengatakan:

"Kalau saya ragu, biasanya langsung cari di Google atau Kompas, CNN Indonesia, dan media resmi lainnya. Kalau tidak ada beritanya berarti saya anggap belum tentu benar."(Informan 1) Informan (2) menyampaikan:
"Saya selalu melihat apakah akun yang mengunggah memiliki identitas yang jelas atau tidak. Kalau akun anonim, saya biasanya tidak langsung percaya."(Informan 2)

Menurut informan (3):

"Saya lebih percaya kalau informasi itu diberitakan oleh media resmi daripada akun gosip."(Informan 3)

Informan (4) menyampaikan:

"Menurut saya yang paling penting adalah jangan langsung percaya hanya karena videonya terlihat nyata. Saya biasanya mencari informasi tambahan dan melihat apakah ada klarifikasi dari sumber yang lebih terpercaya."

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa mulai terbiasa mengevaluasi informasi sebelum mempercayai atau membagikannya.

4. Create (Memproduksi Konten)

Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa tidak membuat konten deepfake, melainkan menggunakan media sosial untuk berbagi aktivitas, informasi akademik, promosi usaha, dan hiburan. Mereka juga cenderung lebih berhati-hati sebelum membagikan ulang informasi dari media sosial.

informan (1) menjelaskan:

"Saya tidak pernah membuat video AI. Kalau membagikan informasi juga biasanya saya cek dulu supaya tidak menyebarkan berita yang salah."(Informan 1)

Informan (2) mengatakan:

"Kalau belum tahu benar atau tidak, saya lebih memilih tidak membagikannya."(Informan 2)

Informan (3) lainnya menambahkan:

"Sekarang saya lebih berhati-hati karena takut informasi yang saya bagikan ternyata hoaks."(Informan 3)

Informan (4) mengatakan:

"Kalau membuat konten, saya berusaha mencantumkan sumber. Apalagi kalau informasi tersebut berasal dari berita atau informasi yang sedang viral."

Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa mulai memiliki kesadaran mengenai tanggung jawab dalam menggunakan media sosial.

5. Act (Bertindak)

Berdasarkan hasil wawancara, Mahasiswa cenderung tidak langsung mempercayai atau membagikan konten deepfake, tetapi memilih mencari informasi tambahan, membaca komentar, atau mengabaikan konten yang diragukan.

Informan (1) mengatakan:

"Kalau saya tahu videonya hasil AI, saya langsung berhenti menonton dan tidak saya bagikan lagi."(Informan 1)

Informan (2) menjelaskan:

"Saya biasanya memberi tahu teman kalau video itu kemungkinan deepfake supaya mereka tidak ikut percaya."(Informan 2)

Informan (3) Menambahkan:

"Kalau kontennya benar-benar menyesatkan, saya biasanya laporkan ke Instagram."(Informan 3)

Informan (4) mengungkapkan:

"Saya biasanya tidak ikut menyebarkan kalau belum yakin. Kalau sudah jelas merupakan konten palsu, saya akan mengingatkan teman-teman supaya tidak mudah percaya dan tidak ikut menyebarkannya."

C. Pengaruh Penyebaran Konten Deepfake terhadap Pembentukan Opini Publik Mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar

1. Pengaruh konten deepfake terhadap Persepsi Mahasiswa

Wawancara menunjukkan bahwa konten deepfake di Instagram memengaruhi cara mahasiswa menilai informasi. Tampilan yang sangat realistis membuat sebagian informan awalnya menganggap konten tersebut benar dan kesulitan membedakannya dari konten asli hasil manipulasi AI.

Salah seorang informan menjelaskan:

"Kalau pertama kali melihat videonya, saya memang sempat percaya karena tampilannya seperti video asli. Wajah dan suaranya sangat mirip sehingga sulit dibedakan."(Informan 1)

Informan lain menyampaikan:

"Saya pernah melihat video seorang tokoh yang sedang memberikan pernyataan. Awalnya saya percaya, tetapi setelah mencari informasi dari media lain ternyata video itu hanya hasil edit AI."(Informan 2)

Pengalaman melihat deepfake membuat beberapa informan lebih waspada terhadap informasi media sosial dan menyadari bahwa konten yang tampak meyakinkan belum tentu benar.

Informan 3 mengatakan:

"Sekarang saya lebih berhati-hati. Kalau melihat video yang terlalu sensasional, saya tidak langsung percaya karena bisa saja itu hasil AI."(Informan 3)

Sementara itu, Informan 4 menyatakan:

"Menurut saya deepfake cukup berpengaruh terhadap persepsi karena kita bisa percaya sesuatu yang sebenarnya tidak pernah terjadi. Kalau videonya terlihat nyata, orang bisa langsung mengambil kesimpulan sebelum mencari tahu kebenarannya. Karena itu sekarang saya lebih berhati-hati dan biasanya mencari sumber lain sebelum percaya."

Berdasarkan hasil wawancara, deepfake dapat membentuk persepsi awal mahasiswa, tetapi penilaian tersebut dapat berubah setelah informasi diverifikasi melalui sumber terpercaya.

2. Pengaruh Terhadap Sikap

Hasil wawancara menunjukkan bahwa deepfake tidak hanya memengaruhi pemahaman mahasiswa terhadap informasi, tetapi juga mendorong mereka lebih berhati-hati sebelum mempercayai atau membagikannya di media sosial.

Salah seorang informan menjelaskan:

"Sekarang saya tidak langsung membagikan video yang saya lihat. Saya lebih memilih mengecek dulu apakah informasi itu benar atau tidak."(Informan 4)

Informan lainnya menyampaikan:

"Kalau melihat berita yang terlalu heboh, saya biasanya mencari berita pembandingan dulu. Takutnya kalau langsung percaya ternyata itu hanya video editan." (Informan 1)

Beberapa informan juga mengaku mulai lebih selektif dalam memilih akun yang mereka ikuti. Mereka lebih mempercayai informasi yang berasal dari akun resmi atau media massa yang telah memiliki reputasi baik.

Sebagaimana diungkapkan oleh salah seorang informan:

"Saya sekarang lebih percaya informasi dari media resmi dibanding akun yang tidak jelas sumbernya."(Informan 2)

Selain menjadi lebih selektif, beberapa mahasiswa mengaku sering mengingatkan teman-temannya agar tidak mudah mempercayai konten yang beredar di media sosial tanpa melakukan pengecekan terlebih dahulu.

"Kalau ada teman yang mengirim video yang meragukan, saya biasanya bilang supaya dicek dulu sebelum dipercaya atau dibagikan lagi."(Informan 3)

Sementara itu, Informan 4 menyatakan:

"Deepfake membuat saya sadar bahwa tidak semua yang kita lihat di Instagram itu benar. Jadi sekarang saya lebih memilih untuk tidak membagikan informasi kalau belum yakin. Kalau ada teman yang mengirim video yang mencurigakan, saya biasanya menyarankan untuk mengecek dulu sebelum percaya."

Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengalaman menemukan konten deepfake mendorong mahasiswa untuk membentuk sikap yang lebih kritis, selektif, dan bertanggung jawab dalam menggunakan media sosial [15].

3. Pengaruh Terhadap Pembentukan Opini

Wawancara menunjukkan bahwa deepfake dapat memengaruhi opini awal mahasiswa, terutama terkait tokoh public atau isu yang sedang ramai. Beberapa informan bahkan sempat menilai seseorang berdasarkan video yang ternyata merupakan deepfake.

Salah seorang informan mengatakan:

"Saya sempat berpikir tokoh itu benar-benar mengatakan hal tersebut. Setelah tahu videonya editan, pendapat saya langsung berubah."

(Informan 1)

Informan lain menyampaikan:

"Kalau videonya terlihat asli, orang pasti lebih mudah percaya. Menurut saya itu bisa memengaruhi cara orang menilai seseorang."(Informan 2)

Beberapa mahasiswa menilai bahwa penyebaran deepfake dapat menimbulkan kesalahpahaman jika informasi tidak diverifikasi terlebih dahulu.

Salah seorang informan menjelaskan:

"Kalau orang hanya melihat videonya tanpa mencari informasi lain, bisa saja mereka langsung mempunyai pendapat yang salah tentang suatu peristiwa."(Informan 3)

Sementara itu, Informan 4 menyatakan:

"Saya pernah melihat konten yang membuat saya berpikir negatif terhadap seseorang. Setelah saya mencari informasi lebih lanjut, ternyata video tersebut merupakan deepfake. Jadi menurut saya, kalau kita langsung percaya, opini kita bisa terbentuk berdasarkan sesuatu yang sebenarnya tidak pernah terjadi."

Hasil wawancara menunjukkan bahwa deepfake dapat membentuk opini publik dengan cepat melalui visual yang meyakinkan dan penyebaran luas di media sosial. Namun, mahasiswa yang terbiasa memverifikasi informasi cenderung lebih sulit terpengaruh oleh konten manipulatif.

4. Faktor yang Memengaruhi Pembentukan Opini

Berdasarkan hasil wawancara, kredibilitas sumber turut memengaruhi opini mahasiswa terhadap deepfake. Konten dari akun yang memiliki banyak pengikut atau dianggap terpercaya cenderung lebih mudah dipercaya.

Salah seorang informan menyampaikan:

"Kalau yang mengunggah akun media besar atau akun yang sudah terkenal, saya biasanya lebih percaya dibanding akun yang tidak dikenal."(Informan 1)

Faktor kedua adalah tampilan visual dan audio yang sangat realistis. Menurut informan, semakin baik kualitas manipulasi AI, semakin sulit pengguna mengenali bahwa konten tersebut merupakan deepfake.

"Kalau videonya dibuat dengan sangat rapi, orang pasti lebih mudah percaya karena hampir tidak ada perbedaannya dengan video asli." (Informan 2)

Faktor berikutnya adalah viralitas konten. Informan mengungkapkan bahwa konten yang banyak ditonton, dikomentari, dan dibagikan cenderung dianggap lebih meyakinkan oleh pengguna media sosial.

"Kalau videonya sudah jutaan penonton, biasanya orang menganggap itu benar. Padahal belum tentu informasinya sesuai fakta." (Informan 3)

Literasi media turut memengaruhi pembentukan opini mahasiswa. Informan yang terbiasa memverifikasi informasi cenderung tidak mudah terpengaruh deepfake, sedangkan mereka yang jarang melakukan verifikasi lebih mudah mempercayai informasi tanpa mengecek keasliannya.

Sebagaimana diungkapkan oleh salah seorang informan:

"Menurut saya yang paling penting itu kemampuan kita menyaring informasi. Kalau kita langsung percaya semua yang ada di media sosial, pasti mudah dipengaruhi." (Informan 4)

Berdasarkan keseluruhan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa pembentukan opini mahasiswa terhadap konten deepfake dipengaruhi oleh kombinasi beberapa faktor, yaitu kredibilitas akun yang mengunggah informasi, kualitas visual dan audio hasil manipulasi AI, tingkat viralitas konten, serta kemampuan literasi media yang dimiliki masing-masing mahasiswa. Semakin tinggi kemampuan literasi media, semakin kecil kemungkinan mahasiswa membentuk opini berdasarkan informasi yang belum terverifikasi. Sebaliknya, rendahnya literasi media meningkatkan risiko terbentuknya opini yang keliru akibat paparan konten deepfake di media sosial Instagram.

D. Relevansi Teori

1. Relevansi Teori Uses and Gratifications terhadap Fenomena Penyebaran Konten Deepfake

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar merupakan pengguna aktif media sosial Instagram. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar informan menggunakan Instagram setiap hari untuk memperoleh informasi, hiburan, mengikuti isu terkini, dan berinteraksi. Intensitas tersebut meningkatkan paparan mahasiswa terhadap konten digital, termasuk deepfake yang banyak ditemukan melalui Reels, Explore, dan Story.

Temuan tersebut sejalan dengan Teori Uses and Gratifications yang dikemukakan oleh Blumler dan Katz, yang menjelaskan bahwa pengguna media merupakan individu yang aktif dalam memilih media sesuai dengan kebutuhan dan kepentingannya. Mahasiswa memilih Instagram karena mampu memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, dan komunikasi. Namun, di sisi lain, semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial, semakin besar pula peluang pengguna terpapar konten manipulatif seperti deepfake.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa konten deepfake lebih mudah menyebar karena memiliki unsur hiburan, sensasi, dan mampu menarik perhatian pengguna. Banyak informan mengaku pertama kali mengetahui konten deepfake melalui video yang sedang viral di Instagram. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa karakteristik media sosial yang mengutamakan kecepatan penyebaran informasi turut memperbesar peluang penyebaran konten hasil manipulasi Artificial Intelligence.

Dengan demikian, teori Uses and Gratifications relevan dalam menjelaskan bahwa mahasiswa sebagai pengguna aktif Instagram tidak hanya memanfaatkan media untuk memenuhi kebutuhan komunikasinya, tetapi juga memiliki risiko lebih besar terpapar informasi yang belum tentu benar akibat tingginya intensitas penggunaan media sosial.

2. Relevansi Teori Literasi Media W. James Potter terhadap Tingkat Literasi Media Mahasiswa

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar telah menunjukkan kemampuan dalam mengenali dan menyikapi konten deepfake yang beredar di Instagram. Sebagian besar informan tidak langsung mempercayai informasi yang diterima, melainkan melakukan pengecekan terhadap sumber informasi, membandingkan dengan media lain, membaca komentar pengguna, serta mencari klarifikasi melalui media massa yang dianggap kredibel.

Temuan tersebut sesuai dengan konsep literasi media yang dikemukakan oleh W. James Potter, yang menyatakan bahwa literasi media merupakan seperangkat perspektif yang digunakan seseorang untuk secara aktif mengakses, memahami, menganalisis, mengevaluasi, dan menggunakan informasi yang diperoleh dari media. Menurut Potter, individu yang memiliki literasi media yang baik akan menggunakan pengetahuan dan kemampuan berpikir kritis untuk menyaring berbagai informasi sebelum mengambil Keputusan [16].

Dalam penelitian ini terlihat bahwa mahasiswa yang memiliki pemahaman mengenai perkembangan Artificial Intelligence cenderung lebih kritis ketika menemukan konten deepfake. Mereka tidak mudah mempercayai informasi yang beredar dan lebih memilih melakukan verifikasi terlebih dahulu. Sebaliknya, beberapa informan yang memiliki pengetahuan terbatas mengenai deepfake mengaku sempat mempercayai konten tersebut karena tampilan visualnya terlihat sangat realistis.

Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan berpikir kritis, pengalaman menggunakan media, serta pengetahuan mengenai karakteristik media digital menjadi faktor penting dalam meningkatkan literasi media mahasiswa ketika menghadapi konten deepfake.

3. Relevansi Teori Literasi Media Renee Hobbs

Penelitian ini juga menggunakan konsep literasi media yang dikembangkan oleh Renee Hobbs, yang terdiri atas lima kompetensi utama, yaitu Access, Analyze, Evaluate, Create, dan Act.

Berdasarkan hasil penelitian, seluruh indikator tersebut dapat ditemukan dalam perilaku mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar. Pada aspek Access, mahasiswa memiliki akses yang sangat tinggi terhadap informasi melalui Instagram. Hampir seluruh informan menggunakan Instagram setiap hari sehingga mereka mudah menemukan berbagai bentuk konten digital, termasuk deepfake.

Pada aspek Analyze, mahasiswa menunjukkan kemampuan untuk mengenali adanya kejanggalan pada konten yang mereka lihat. Sebagian besar informan memperhatikan sumber informasi, kualitas video, gerakan bibir, suara, maupun komentar pengguna lain sebelum mempercayai suatu informasi.

Selanjutnya, pada aspek Evaluate, mahasiswa melakukan evaluasi terhadap informasi dengan membandingkan konten yang mereka lihat dengan pemberitaan dari media massa terpercaya maupun sumber resmi. Hal ini menunjukkan adanya kemampuan untuk menilai kredibilitas informasi sebelum menarik suatu kesimpulan.

Pada aspek Create, sebagian besar informan mengaku tidak pernah membuat ataupun menyebarkan konten deepfake. Mereka lebih berhati-hati ketika membagikan informasi kepada orang lain karena menyadari dampak negatif penyebaran informasi palsu.

Sementara itu, pada aspek Act, mahasiswa menunjukkan tindakan yang cukup positif ketika menemukan konten deepfake. Sebagian besar memilih tidak langsung membagikan informasi, melakukan klarifikasi, bahkan mengingatkan teman agar lebih berhati-hati terhadap informasi yang belum terbukti kebenarannya.

Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar telah memiliki kemampuan literasi media yang cukup baik sesuai dengan lima kompetensi literasi media menurut Renee Hobbs.

4. Relevansi Teori Pembentukan Opini Publik terhadap Pengaruh Konten Deepfake

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyebaran konten deepfake memiliki pengaruh terhadap pembentukan opini publik mahasiswa. Sebagian informan mengaku sempat mempercayai video atau gambar yang mereka lihat karena tampilannya sangat realistis. Konten yang melibatkan tokoh publik, isu politik, maupun peristiwa yang sedang viral lebih mudah memengaruhi persepsi awal mahasiswa sebelum mereka melakukan proses verifikasi.

Temuan tersebut relevan dengan konsep Opini Publik yang menjelaskan bahwa opini seseorang terbentuk melalui proses penerimaan informasi, interpretasi, dan interaksi dengan lingkungan sosial. Dalam konteks media sosial, opini publik dapat berkembang dengan sangat cepat karena informasi menyebar secara luas melalui berbagai platform digital.

Penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram memiliki peran penting dalam membentuk persepsi mahasiswa terhadap suatu isu. Konten deepfake yang dikemas secara menarik dan didukung oleh algoritma media sosial mampu memengaruhi cara mahasiswa memandang suatu peristiwa. Namun, pengaruh tersebut tidak bersifat mutlak. Mahasiswa yang memiliki kemampuan literasi media yang baik cenderung melakukan verifikasi sehingga tidak mudah membentuk opini hanya berdasarkan satu sumber informasi.

Sebaliknya, mahasiswa yang kurang melakukan pengecekan terhadap informasi memiliki kecenderungan lebih besar untuk mempercayai isi konten dan membentuk opini berdasarkan informasi yang belum terverifikasi. Dengan demikian, literasi media berperan sebagai faktor yang memperkuat atau melemahkan pengaruh konten deepfake terhadap pembentukan opini publik mahasiswa [17].

E. Relevansi Perspektif Al-Qur'an terhadap Teori Literasi Media Renee Hobbs

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi media mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar dalam menghadapi konten deepfake pada media sosial Instagram dapat dianalisis melalui lima kompetensi literasi media menurut Renee Hobbs, yaitu Access, Analyze, Evaluate, Create, dan Act. Kelima kompetensi tersebut tidak hanya memiliki dasar teoritis dalam ilmu komunikasi modern, tetapi juga memiliki kesesuaian dengan nilai-nilai komunikasi Islam yang diajarkan dalam Al-Qur'an. Dengan demikian, teori literasi media Renee Hobbs dapat dipahami sebagai implementasi kontemporer dari prinsip-prinsip etika informasi yang telah diajarkan Al-Qur'an sejak lebih dari empat belas abad yang lalu.

1. Relevansi Konsep Access dengan Prinsip Mencari Informasi yang Benar dalam Islam

Menurut Renee Hobbs (2011), Access merupakan kemampuan seseorang untuk menemukan, mengakses, memilih, dan menggunakan informasi dari berbagai media secara efektif. Kompetensi ini tidak hanya berkaitan dengan kemampuan teknis menggunakan media digital, tetapi juga kemampuan memilih sumber informasi yang kredibel.

Berdasarkan hasil penelitian, mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar menggunakan Instagram sebagai salah satu sumber utama memperoleh informasi. Namun demikian, sebagian besar informan tidak hanya bergantung pada satu akun atau satu platform, melainkan melakukan pencarian informasi tambahan melalui media daring lain, portal berita resmi, maupun mesin pencari ketika menemukan konten yang dianggap mencurigakan atau berpotensi merupakan deepfake. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa telah memiliki kemampuan mengakses informasi secara selektif.

Dalam perspektif Al-Qur'an, perilaku tersebut relevan dengan QS. Al-Isra ayat 36 yang menegaskan larangan mengikuti sesuatu tanpa dasar pengetahuan yang benar.

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا

"Dan janganlah kamu mengikuti sesuatu yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya..." (QS. Al-Isra [17]: 36).

Ayat tersebut menegaskan bahwa informasi perlu diperoleh dari ilmu dan sumber yang terpercaya. Prinsip ini sejalan dengan kemampuan Access Hobbs yang mendorong umat Islam mencari informasi melalui sumber yang benar, bukan sekadar mempercayai informasi karena viral atau banyak dibagikan di media sosial.

2. Relevansi Konsep Analyze dengan Prinsip Tabayyun

Kompetensi Analyze menurut Renee Hobbs merujuk pada kemampuan memahami tujuan, pesan, teknik, dan struktur media, termasuk mengenali pembuat serta kepentingan di balik suatu informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar informan mampu mengenali deepfake melalui ketidaksinkronan gerak bibir, ekspresi wajah yang tidak alami, perbedaan suara, dan kejanggalan visual. Mahasiswa juga menelusuri pembuat serta tujuan konten sebelum mempercayai informasi.

Kemampuan tersebut memiliki relevansi yang sangat erat dengan konsep tabayyun dalam QS. Al-Hujurat ayat 6.

أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ لَدْغِيمٍ

"Jika datang kepadamu seseorang membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya..." (QS. Al-Hujurat [49]: 6).

Menurut M. Quraish Shihab, tabayyun mencakup pemeriksaan sumber, motif, kebenaran, dan dampak suatu informasi. Prinsip ini sejalan dengan konsep Analyze Hobbs sebagai penerapan tabayyun dalam komunikasi digital. Dalam menghadapi deepfake yang semakin realistis, kemampuan analisis dan berpikir kritis diperlukan agar pengguna tidak mudah menerima informasi sebagai

3. Relevansi Konsep Evaluate dengan Prinsip Berpikir Kritis dalam Al-Qur'an

Evaluate menurut Hobbs merupakan kemampuan menilai kredibilitas, akurasi, dan validitas informasi melalui bukti serta perbandingan sumber. Mahasiswa tidak langsung mempercayai informasi Instagram, tetapi memverifikasinya melalui media terpercaya, akun resmi, dan pemeriksa fakta. Sikap ini sejalan dengan QS. Al-Isra ayat 36 yang menekankan tanggung jawab dalam menerima informasi serta konsep tafakkur dalam Islam. Hal tersebut menunjukkan kesesuaian Evaluate Hobbs dengan ajaran Islam yang mendorong penggunaan akal secara kritis sebelum menerima informasi sebagai kebenaran [18].

4. Relevansi Konsep Create dengan Prinsip Qaulan Sadidan

Menurut Hobbs, literasi media juga mencakup kemampuan Create, yaitu menghasilkan dan membagikan pesan secara kreatif, etis, dan bertanggung jawab. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa menyadari pentingnya membuat konten positif dan menghindari produksi maupun penyebaran deepfake. AI dinilai lebih tepat digunakan untuk tujuan edukatif dan produktif daripada menghasilkan konten manipulatif yang merugikan.

Pandangan tersebut sesuai dengan QS. Al-Ahzab ayat 70.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

"Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar." (QS. Al-Ahzab [33]: 70).

Konsep qaulan sadidan mengandung makna komunikasi yang benar, jujur, dan dapat dipertanggungjawabkan. Dalam konteks media digital, prinsip ini menuntut setiap pengguna media untuk memproduksi informasi yang sesuai fakta serta menghindari segala bentuk manipulasi visual maupun audio yang dapat menyesatkan masyarakat.

Dengan demikian, kompetensi Create menurut Hobbs memiliki landasan etis yang kuat dalam ajaran Islam mengenai kejujuran dan tanggung jawab komunikasi.

5. Relevansi Konsep Act dengan Tanggung Jawab Sosial dalam Islam

Kompetensi terakhir menurut Hobbs adalah Act, yaitu kemampuan menggunakan media untuk memberikan manfaat kepada masyarakat melalui tindakan yang bertanggung jawab.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memilih untuk tidak menyebarkan kembali konten yang belum terverifikasi serta mengingatkan teman-temannya agar lebih berhati-hati terhadap informasi yang beredar di Instagram. Bahkan beberapa informan menyatakan bahwa mereka melaporkan akun yang menyebarkan informasi palsu.

Perilaku tersebut memiliki relevansi dengan QS. An-Nur ayat 15 yang melarang seseorang menyampaikan informasi yang belum diketahui kebenarannya.

Dalam perspektif komunikasi Islam, setiap individu memikul tanggung jawab sosial (*mas'uliyah al-ijtima'iyah*) atas informasi yang disebarkan kepada masyarakat. Oleh sebab itu, indikator *Act* dalam teori Hobbs bukan hanya menggambarkan kemampuan teknis menggunakan media, tetapi juga mencerminkan nilai *amar ma'ruf nahi munkar* dalam ruang digital, yaitu mendorong penyebaran informasi yang benar serta mencegah tersebarnya informasi yang menyesatkan [19].

6. Sintesis Relevansi Teori dan Perspektif Al-Qur'an

Berdasarkan hasil penelitian, teori literasi media Renee Hobbs memiliki hubungan konseptual yang sangat kuat dengan nilai-nilai komunikasi dalam Al-Qur'an. Kompetensi *Access* mencerminkan anjuran Islam untuk memperoleh informasi dari sumber yang benar (QS. Al-Isra: 36). Kompetensi *Analyze* dan *Evaluate* merupakan implementasi dari prinsip *tabayyun* (QS. Al-Hujurat: 6) yang mengajarkan verifikasi dan berpikir kritis terhadap setiap informasi. Kompetensi *Create* sejalan dengan konsep *qaulan sadidan* (QS. Al-Ahzab: 70) yang menekankan komunikasi jujur dan benar, sedangkan *Act* mencerminkan tanggung jawab sosial dalam penyebaran informasi (QS. An-Nur: 15).

Temuan ini menunjukkan bahwa literasi media tidak hanya berkaitan dengan kompetensi digital, tetapi juga mencerminkan nilai Islam berupa kejujuran (*sidq*), verifikasi (*tabayyun*), berpikir kritis (*tafakkur*), dan tanggung jawab moral (*mas'uliyah*) dalam komunikasi. Integrasi antara teori Renee Hobbs dan perspektif Al-Qur'an memperlihatkan bahwa kemampuan literasi media mahasiswa dalam menghadapi *deepfake* tidak hanya penting untuk mengurangi dampak disinformasi, tetapi juga menjadi wujud pengamalan ajaran Islam dalam menghadapi tantangan komunikasi di era *Artificial Intelligence*. Bagian ini akan memberikan analisis teoritis yang lebih kuat dan menunjukkan kontribusi ilmiah bahwa teori literasi media modern memiliki titik temu dengan prinsip-prinsip komunikasi Islam. [20]

Integrasi teori Hobbs dan perspektif Al-Qur'an menunjukkan bahwa literasi media mencakup kompetensi sekaligus etika. *Access*, *Analyze*, *Evaluate*, *Create*, dan *Act* tercermin dalam sikap mahasiswa saat memeriksa, menilai, dan mempertimbangkan dampak informasi sebelum mempercayai atau menyebarkan *deepfake* di Instagram.

Kelima kompetensi tersebut sejalan dengan prinsip komunikasi Islam, yaitu kehati-hatian dalam memperoleh informasi, *tabayyun*, berpikir kritis, *qaulan sadidan*, dan tanggung jawab sosial. Perspektif Al-Qur'an memperkuat literasi media dengan menekankan verifikasi, tidak menyebarkan informasi yang belum terbukti, menjaga kehormatan orang lain, serta menggunakan teknologi secara positif. Temuan ini menegaskan bahwa literasi media merupakan kecakapan teknis, kognitif, dan etis yang selaras dengan nilai *sidq*, *tabayyun*, *tafakkur*, dan *mas'uliyah* dalam komunikasi digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Literasi Media Mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar dalam Menghadapi *Deepfake* pada Media Sosial Instagram”, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Pertama, penyebaran konten *deepfake* telah menjadi bagian dari pengalaman digital mahasiswa Universitas Al Asyariah Mandar. Konten tersebut paling banyak ditemukan melalui fitur *Reels*, *Explore*, dan *Story*, dengan bentuk yang dominan berupa video manipulasi berbasis *Artificial Intelligence* (AI), diikuti gambar, audio sintesis, dan *face swap*. Penyebarannya dipengaruhi oleh daya tarik dan viralitas konten, kebiasaan membagikan informasi tanpa verifikasi, sistem rekomendasi Instagram, perkembangan teknologi AI yang semakin realistis, serta keterbatasan pemahaman sebagian pengguna terhadap *deepfake*.

Kedua, tingkat literasi media mahasiswa tergolong cukup baik berdasarkan lima kompetensi Renee Hobbs, yaitu *Access*, *Analyze*, *Evaluate*, *Create*, dan *Act*. Mahasiswa memiliki akses informasi yang tinggi, mampu mengenali sejumlah indikasi manipulasi, melakukan verifikasi melalui berbagai sumber kredibel, berhati-hati dalam membuat dan membagikan konten, serta mengambil tindakan berupa klarifikasi, mengingatkan pengguna lain, dan melaporkan konten yang menyesatkan. Meskipun demikian, sebagian mahasiswa masih sempat mempercayai *deepfake* pada tahap awal karena kualitas visual dan audio yang realistis, sehingga kemampuan literasi media tetap perlu diperkuat.

Ketiga, konten *deepfake* dapat memengaruhi opini awal mahasiswa, terutama ketika informasi diterima tanpa proses klarifikasi. Pengaruh tersebut lebih mudah terjadi pada konten yang berkaitan dengan tokoh publik, isu politik, dan peristiwa viral. Namun, pengaruh *deepfake* dapat diminimalkan melalui kemampuan literasi media yang baik. Mahasiswa yang memiliki kemampuan verifikasi lebih baik cenderung membandingkan informasi dengan berbagai sumber terpercaya sehingga tidak mudah mempertahankan opini yang didasarkan pada informasi manipulatif. Dengan demikian, tingkat literasi media menjadi faktor penting dalam mengurangi risiko terbentuknya opini berdasarkan konten *deepfake* yang belum terverifikasi.

Tingginya penggunaan Instagram meningkatkan paparan mahasiswa terhadap informasi dan konten manipulatif, sehingga literasi media diperlukan untuk menyaring dan menggunakan informasi secara bertanggung jawab. Temuan ini mendukung teori *Uses and Gratifications* dan Literasi Media Renee Hobbs dalam menjelaskan pemanfaatan Instagram serta kemampuan mahasiswa menghadapi *deepfake*.

Secara praktis, perguruan tinggi perlu memperkuat literasi media melalui pembelajaran verifikasi sumber, pengenalan konten manipulatif, serta edukasi AI dan risiko *deepfake*. Upaya ini diharapkan meningkatkan sikap kritis mahasiswa dan mencegah penyebaran informasi yang belum terverifikasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Al Asyariah Mandar, dosen pembimbing, responden, dan semua pihak yang telah mendukung penelitian ini. Penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam meningkatkan pemahaman mahasiswa mengenai literasi media serta kemampuan mengenali dan menyikapi konten deepfake secara kritis di media sosial Instagram.

References

1. R. W. J. Atma, M. Z. Hafizi, and Z. Maulida, "Artificial intelligence misuse and digital ethics among university students," *Jurnal Pendidikan Indonesia*, vol. 4, no. 1, pp. 48–60, 2026.
2. A. L. Liswati, "Analisis yuridis terhadap pertanggungjawaban pidana pelaku pelecehan seksual berbasis AI (deepfake pornografi) di media sosial: Studi kasus mahasiswa Universitas Udayana Bali," *e-Journal APPISI*, 2025.
3. B. Stivens et al., "Pengaruh artificial intelligence terhadap tingkat kasus deepfake terhadap selebritas di Twitter," *Jurnal Device*, vol. 14, no. 1, pp. 80–81, 2024.
4. D. L. Putri, "Ramai kasus deepfake Taylor Swift, ahli ungkap cara terhindar dari AI pornografi," *Kompas.com*, 2024.
5. D. Afchar, V. Nozick, J. Yamagishi, and I. Echizen, "MesoNet: A compact facial video forgery detection network," in *Proc. IEEE Int. Workshop Inf. Forensics Security (WIFS)*, 2018, pp. 1–7, doi: 10.1109/WIFS.2018.8630761.
6. S. Agarwal, H. Farid, Y. Gu, M. He, K. Nagano, and H. Li, "Protecting world leaders against deep fakes," in *Proc. IEEE/CVF Conf. Comput. Vis. Pattern Recognit. Workshops*, 2019, pp. 38–45.
7. M. Albahar and J. Almalki, "Deepfakes: Threats and preventive measures adopted by Saudi universities," *International Journal of Information Technology*, vol. 11, no. 4, pp. 95–102, 2019.
8. Al-Khowarizmi and A. R. Lubis, *Artificial Intelligence*. Medan, Indonesia: UMSU Press, 2023.
9. A. Chadha, V. Kumar, S. Kashyap, and M. Gupta, "Deepfake: An overview," in *Artificial Intelligence and Machine Learning Applications*, P. K. Singh and S. T. Wierchoń, Eds. Springer, 2021.
10. L. Guarnera, O. Giudice, and S. Battiato, "Mastering deepfake detection: State-of-the-art approaches for distinguishing GAN and diffusion model images," *ACM Transactions on Multimedia Computing, Communications, and Applications*, 2024, doi: 10.1145/3652027.
11. D. Harris, "Deepfakes: False pornography is here and the law cannot protect you," *Duke Law & Technology Review*, vol. 17, pp. 99–128, 2018.
12. A. Hendrawan, *Teknologi Deepfake dan Implikasinya terhadap Opini Publik di Indonesia*. Bandung, Indonesia: Penerbit Informatika, 2021.
13. R. Hobbs, *Digital and Media Literacy: Connecting Culture and Classroom*. Thousand Oaks, CA, USA: Corwin Press, 2011.
14. A. Milano, "Konsep pencemaran nama baik melalui penyalahgunaan deepfake dalam konten politik bermuatan negatif," 2024.
15. A. Mutmainnah, "Problematisasi teknologi deepfake sebagai masa depan hoaks yang semakin meningkat: Solusi strategis ditinjau dari literasi digital," 2024.
16. R. Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung, Indonesia: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
17. R. Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, ed. revisi. Bandung, Indonesia: Simbiosis Rekatama Media, 2020.
18. J. Parrangan et al., *Pengantar Artificial Intelligence (AI)*. Edu Akademi, 2026.
19. S. Russell and P. Norvig, *Artificial Intelligence: A Modern Approach*, 4th ed. Pearson, 2021.
20. N. Samad, "Pengaruh literasi media sosial Twitter terhadap perilaku penyebaran hoaks dan hate speech pada mahasiswa UIN Alauddin Makassar," *Tesis*, UIN Alauddin Makassar, Makassar, Indonesia, 2020.