

Truth, Post Truth, dan Dinamikanya di Indonesia: Sebuah Kajian Literatur**Herman Purba¹, Fitzgerald Kennedy Sitorus²**

^{1,2}Magister Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Pelita Harapan
Jl. Jend. Sudirman No.50, RT.1/RW.4, Karet Semanggi, Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta
Alamat e-mail: herman.purba@uph.edu

Abstrak

Kriteria kebenaran dalam era modernism merupakan kesesuaian antara apa yang dinyatakan dengan fakta atau realitas yang ada di lapangan. Kriteria kebenaran ini kemudian beralih seiring dengan perkembangan teknologi dan kehadiran internet. Kehadiran media sosial menghasilkan fenomena post-truth yang mana kebenaran saat ini dilihat dari sisi viral atau tidaknya informasi yang disampaikan, bukan merujuk pada fakta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan dinamika *truth, post-truth* di Indonesia dalam berbagai bidang kehidupan melalui kajian literatur dari penelitian dan artikel terdahulu. Kualitatif menjadi pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini dan didukung dengan metode *literature review*. *Literature review* dilakukan pada 16 artikel dalam rentang tahun 2014-2022 yang disadur dari situs pencari artikel ilmiah seperti Google Scholar dan SINTA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fenomena post-truth dapat dilihat dan telah berkembang di berbagai bidang kehidupan manusia mulai dari politik, kesehatan, kehidupan sosial dan beragama. Peran dari media massa sangat dibutuhkan untuk mengontrol derasnya informasi yang menyesatkan. Pemerintah juga aktif dalam meningkatkan literasi media dari masyarakat dan menyiapkan layanan dan kerja sama dengan komunitas untuk menekan laju penyebaran *post-truth*.

Kata Kunci: *Truth, Post-Truth, Literature Review, Literasi Media*

Abstract

The criterion of truth in the era of modernism is conformity between what is stated and the facts or reality on the ground. This criterion of truth then changes along with technological developments and the presence of the internet. The presence of social media produces a post-truth phenomenon in which truth is currently seen from the side of whether the information conveyed is viral or not, not referring to facts. The purpose of this research is to describe the dynamics of truth, and post-truth in Indonesia in various fields of life through a literature review of previous research and articles. Qualitative is the approach used in this study and is supported by the literature review method. Literature reviews were conducted on 16 articles in the 2014-2022 period which were adapted from scientific article search sites such as Google Scholar and SINTA. The results of the study show that the post-truth phenomenon can be seen and has developed in various fields of human life, starting from politics, health, social life, and religion. The role of the mass media is needed to control the flow of misleading information. The government is also active in increasing media literacy in the community and preparing services and collaboration with the community to reduce the rate of post-truth spread.

Keywords: *Truth, Post-Truth, Literature Review, Media Literacy*

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan proses pengiriman pesan antar individu ataupun dari sekumpulan individu dengan kumpulan yang lain. Proses pengiriman pesan ini dilakukan oleh *sender* melalui berbagai media yang dapat digunakan dan menghasilkan *feedback* atau efek tertentu dari *receiver* atau penerima pesan. Proses ini akan berlangsung secara terus menerus. Sehingga, tidak menutup kemungkinan individu yang sebelumnya bertindak sebagai *sender* akan beralih menjadi *receiver*, begitupun sebaliknya. Hal ini tentunya dapat berdampak pada munculnya pengetahuan baru berdasarkan informasi yang telah disampaikan melalui pesan-pesan tersebut.

Pengetahuan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam sistem kehidupan seorang individu. Pendapat dari Bakhtiar (2012) menunjukkan bahwa pengetahuan merupakan sebuah keputusan yang benar dan pasti. Sejatinya, manusia memiliki keinginan yang besar untuk menemukan pengetahuan dan kebenaran (*truth*) (Razy & Zakaria, 2021). Pengetahuan dan kebenaran juga mengalami perubahan seiring dengan era yang berkembang saat ini. Manusia yang terus berfikir untuk memenuhi kebutuhannya membuat pengetahuan menjadi lebih kompleks. Ilmu pengetahuan yang semakin berkembang dan didukung dengan kemajuan teknologi menjadikan apa yang disebut dengan kebenaran juga mengalami pergeseran menuju pasca-kebenaran (*post-truth*).

Berbicara mengenai truth dan post truth tidak dapat dilepaskan dari perkembangan era modernism dan post-modernism. Era Modernsim yang berlangsung pada awal abad ke-18 dipandang sebagai satu langkah untuk menyebarkan paham rasionalitas Barat dalam setiap bidang kehidupan manusia dan tingkah laku sosial (Retnawati, 2016). Best & Kellner (1991) juga berpandangan bahwa peran manusia dalam paham modernsim begitu penting dalam memproduksi kebenaran yang mutlak, dapat diterapkan secara umum, dan digunakan dalam jangka waktu yang lama. Lie (2008) menyebutkan bahwa dalam era modernism, perkembangan berbagai disiplin ilmu yang didukung dengan berbagai metode ilmiah dipercaya sebagai sesuatu yang paling ilmiah dan objektif, tidak terikat dengan takhayul dan mistis. Titus (1984) menyebutkan bahwa ilmu pengetahuan yang dikembangkan oleh manusia terbagi ke dalam 3 jenis, yakni: (1) pengetahuan biasa

(*common sense*); (2) pengetahuan ilmu (*science*) dan (3) pengetahuan filsafat. Turunan dari ketiganya dan disokong dengan pengetahuan yang berasal dari sumber yang benar menjadi dasar dalam melahirkan apa yang disebut dengan kebenaran (*truth*) (Razy & Zakaria, 2021). Oleh sebab itu, maka kebenaran (*truth*) yang berlangsung dalam era modernism dipandang sebagai satu hal yang mutlak untuk melihat sebuah realitas.

Truth dapat dipahami salah satunya melalui perspektif *Correspondance Theory of Truth* (COT). Teori ini umumnya digunakan oleh individu yang berpandangan realist. Russels memiliki pandangan dan menyatakan bahwa pendapat yang disampaikan akan dinilai benar jika memiliki korespondensi dengan fakta dan adanya objek yang dituju. Hal ini juga ditimpali oleh O'Connor yang menyebutkan:

“the correspondence theory of truth examines the simplest statements of empirical fact and establishes what we can mean when we say that such statement are true” (1975)

Kebenaran dinilai sebagai satu hal yang sesuai antara apa yang disampaikan dengan kondisi yang sebenarnya. Jadi, fakta memainkan peran penting untuk dapat menilai apakah pendapat itu dapat dinilai sebagai sebuah kebenaran (Padli, Darmastuti, & Warnagegara, 2021). Panca indera juga memainkan peranan penting untuk melihat satu kebenaran menurut teori ini. Aristoteles juga menyebutkan bahwa kebenaran pengetahuan seharusnya memiliki kesesuaian dengan kenyataan terkait apa yang ia tahu. Melalui teori ini, kita dapat melihat sebuah kriteria kebenaran yang menjadi pedoman sebelum memasuki era *post-truth*, di mana kebenaran merupakan kesesuaian antara apa yang dinyatakan dengan fakta atau realitas yang ada di lapangan.

Post-modernism kemudian berkembang melalui proses produksi realitas sosial yang secara terus-menerus direproduksi dan mengalami perubahan melalui penggunaan Bahasa dan simbolik lainnya. Littlejohn, Foss, & Oetzel (2017) menyebutkan bahwa *post-modernism* memandang realitas di tengah dunia dapat dipahami dalam potongan-potongan dan perspektif parsial, tergantung pada siapa yang tengah mengalaminya saat ini. Hal ini juga diamini oleh Abdullah (1994) yang menyebutkan segala hal yang bersifat baku dan mutlak akan ditentang serta nilai-nilai yang akan digunakan berasal dari berbagai macam sumber. Maka dari itu, sifat

kebenaran yang sebelumnya berlaku secara absolut perlahan sudah mulai ditinggalkan.

Post-modernisme yang semakin berkembang dan didukung dengan kehadiran teknologi digital berbasis internet membawa fenomena baru di tengah masyarakat saat ini. Teknologi ini menandai era baru dalam proses pertukaran pesan dari satu individu ke individu maupun dengan kelompok. Kehadiran ruang digital membuat manusia kini berperan sebagai warga negara global yang saling terhubung satu sama lain. Sehingga, saat ini masyarakat dapat memperoleh informasi dengan cepat dari mana, dari siapa, dan kapan saja.

Namun, perkembangan teknologi digital di tengah post-modernisme justru melahirkan sebuah fenomena baru yang disebut dengan *post-truth* (pasca kebenaran). Kata “post” dalam post truth merujuk pada ide yang ditentukan (dalam hal ini adalah kebenaran) dipandang telah berlebihan dan dapat dibuang dengan aman (Bufacchi, 2020). Sedangkan, ciri dari era *post-truth* adalah terbentuknya jaringan sosial dalam teknologi digital, media yang tidak membedakan informasi dan pengetahuan, dan masyarakat dapat menghasilkan dan mengedarkan informasi terlepas dari kebenarannya (Peters et al, 2018). Kriteria kebenaran menurut masyarakat *post-truth* sangat berbeda dengan era *truth* sebelumnya. Dalam era *post-truth*, kebenaran tidak lagi menjadi fokus utama yang dicari dalam setiap proses pertukaran informasi satu sama lain.

Fakta mengenai apa yang diketahui dengan realitas yang terjadi di tengah masyarakat tidak diperlukan lagi dalam era *post-truth*. Masyarakat lebih berfokus pada kecepatan dan menghasilkan sesuatu yang viral. Peters, McLaren, & Jandric (2020) menyebutkan bahwa informasi yang viral dibagikan dengan mudah melalui platform elektronik yang memungkinkan pengguna untuk menyebarkan berbagai hal, seperti meme, kepalsuan, dan gosip yang serba berlebihan, untuk dilihat banyak orang terlepas dari apapun nilai kebenarannya. Hal inilah yang menjadi ciri dan karakteristik dari era *post-truth*.

Salah satu *platform* digital yang paling banyak untuk menyebarkan “produk” dari *post-truth* adalah media sosial. Berbagai jenis media sosial digunakan untuk menyampaikan dan memperoleh informasi dengan cepat. Chiariotti et al (2022) menganalogikan hal tersebut dengan konsep “Age of Information” (AoI) di

mana arus komunikasi dan waktu pengiriman serta penerimaan pesan diperbarui secara *real time*. Sehingga, kecepatan menjadi fokus utama dari proses pertukaran informasi yang terjadi di tengah masyarakat melalui berbagai media digital saat ini. Peters et al (2018) juga menyebutkan bahwa informasi yang viral di media berhasil mengembangkan hubungan khusus antara cara berperilaku dalam jaringan digital dan peran yang dimainkan. Oleh karena itu, masyarakat tidak lagi mempertimbangkan adanya kesesuaian antara apa yang diketahui dengan realitas yang terjadi di lapangan.

Era post-truth pada dasarnya membawa dampak dan perkembangan negatif di tengah masyarakat. Beberapa ancaman yang hadir di tengah masyarakat dalam era post-truth ini adalah kecanduan masyarakat akan hoaks dan omong kosong yang tersebar di berbagai *platform* media sosial terutama terkait ideologi politik atau agama (Alimi, 2019). Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) Indonesia sendiri mencatatkan sebanyak 9546 hoax yang menyebar di beberapa situs media sosial, terhitung sejak Agustus 2018 sampai di awal tahun 2022 (Tempo, 2022). Kriteria kebenaran di era post-truth saat ini tidak lagi memperdulikan kebenaran faktual. Hal ini tentunya menjadi ancaman bagi kehidupan bermasyarakat jika tidak diperhatikan secara serius. Tanpa kita sadari, perkembangan post-truth di tengah kehidupan kita sudah menyentuh hampir seluruh bidang. Mulai dari bidang politik, situasi pandemi covid-19, hingga kehidupan sosial dan beragama sudah dipengaruhi oleh fenomena post-truth.

Penggunaan media sosial yang semakin masif juga menjadi salah satu penyebab hal tersebut dapat terjadi. Data yang ditampilkan oleh dataindonesia.id (2022) menunjukkan bahwa di awal tahun 2022 terjadi peningkatan pengguna media sosial di Indonesia dengan persentase 12,35% atau sebanyak 191 juta pengguna aktif. Namun di sisi yang lain, tingginya penggunaan media sosial tidak didukung dengan akses literasi yang mencukupi dan budaya membaca yang rendah di tengah masyarakat (Solihin et.al, 2019). Sepanjang media sosial dan internet masih terus digunakan oleh masyarakat (bahkan sudah seperti kebutuhan pokok), fenomena post-truth ini tidak dapat dihentikan. Hal ini dikarenakan media sosial akan menjadi kendaraan post-truth untuk dapat menyebarkan pemahaman dan pesan-pesan dengan cepat tanpa memperdulikan nilai-nilai kebenaran di dalamnya. Maka dari itu,

peneliti tertarik untuk melihat bagaimana dinamika dari fenomena post-truth di Indonesia dalam bidang komunikasi berdasarkan literatur-literatur penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya.

METODE

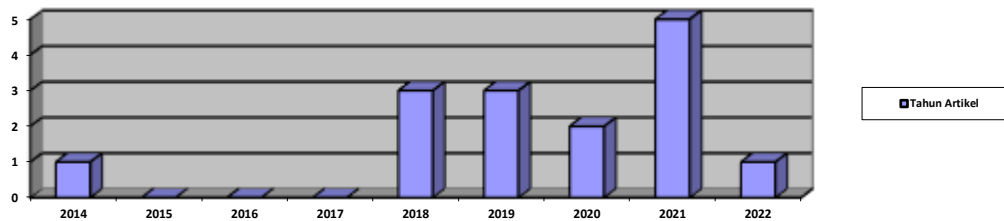
Kualitatif menjadi pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini dan didukung dengan pemilihan metode *literature review*. Creswell (2016) menyebutkan bahwa pendekatan kualitatif merupakan sebuah langkah untuk melakukan eksplorasi serta memberikan pemahaman yang mendalam mengenai permasalahan sosial atau kemanusiaan dan menerjemahkan kompleksitas suatu permasalahan. Pendekatan ini digunakan oleh peneliti karena penelitian yang dilakukan hendak memberikan gambaran terkait dinamika truth dan post-truth yang ada di Indonesia khususnya dalam bidang komunikasi.

Peneliti memilih untuk menggunakan metode literature review supaya dapat melihat bagaimana dinamika truth dan post-truth di Indonesia khususnya yang berkaitan dengan bidang komunikasi dan memberikan tanggapan berdasarkan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Metode literature review sendiri dijelaskan oleh Ramdhani, Ramdhani, & Amin (2014) menyebutkan bahwa dengan metode literature review, peneliti dapat melakukan survei pada berbagai bahan bacaan ilmiah yang sesuai dengan bidang penelitian untuk kemudian disampaikan dalam bentuk deskripsi, ringkasan, hingga tanggapan kritis. Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti akan menggunakan sumber data yang telah diperoleh melalui situs pencarian artikel ilmiah seperti Google Scholar dan Sinta.

Terdapat 16 artikel dalam rentang tahun 2014-2022 yang akan menjadi sumber data yang dikaji dalam tulisan ini. Artikel penelitian diperoleh dengan menggunakan beberapa kata kunci seperti “*truth*”; “*post-truth*”; “*post-truth in communication*”; “*post-truth dan politik Indonesia*”; “*mass media and post-truth*”; “*post-truth di Indonesia*” dan “*social media and post-truth*”. Artikel yang dipilih dapat diakses secara gratis melalui kedua situs pencarian tersebut. Setelah melakukan pencarian artikel, peneliti kemudian melakukan seleksi terhadap artikel yang memang sesuai dengan tujuan penelitian untuk kemudian dilakukan sintesa data dari hasil penelitian-penelitian terdahulu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti melakukan analisa pada 16 artikel dalam rentang tahun 2014-2022. Dilihat dari tahun terbitnya, maka artikel-artikel tersebut dapat dikategorisasikan sebagai berikut:



Tabel 1. Kategorisasi Artikel Berdasarkan Tahun Terbit

Artikel yang dikaji dalam penelitian ini seluruhnya menggunakan pendekatan kualitatif. Berdasarkan artikel yang telah dipilih, maka peneliti kemudian berfokus pada 3 (tiga) isu atau topik utama yang akan menjadi pokok bahasan dalam artikel ini yaitu: melihat fenomena *post-truth* dan dinamika seperti apa yang terjadi di Indonesia, kehadiran media massa dan juga peran serta pemerintah dalam menghadapi fenomena yang terjadi di era *post-truth* saat ini. Artikel-artikel yang dipilih untuk dikaji dalam penelitian ini dinilai mampu untuk membantu peneliti dalam menggambarkan tiga pokok bahasan tersebut.

1. Fenomena *post-truth* dan dinamika yang terjadi di Indonesia

Fenomena *post-truth* (pasca-kebenaran) yang berkembang di berbagai negara saat ini tidak dapat dipisahkan dari dinamika politik yang terjadi di negara tersebut. Bahkan, negara besar seperti Amerika Serikat dengan sistem demokrasi yang telah berjalan ratusan tahun juga tidak dapat terhindar dari fenomena *post-truth* ini. Salah satu contohnya adalah cuitan dari mantan presiden Amerika Serikat, Donald Trump, di media sosial Twitter yang berbunyi “*The concept of global warning was created by and for the Chinese in order to make U.S. manufacturing non-competitive*”. Hal ini dinilai oleh Buffaci (2020) sebagai contoh dari apa yang dilakukan oleh *post-truth* yang tidak merujuk pada fakta, bertujuan untuk merusak infrastruktur teoritis, dan memanfaatkan celah untuk memaksimalkan pemahaman kolektif. Dalam contoh kasus ini, pesan yang disampaikan oleh Trump cenderung mengarah pada sisi emosional pembaca dibanding dengan mengungkapkan fakta

atau realitas yang sebenarnya. Trump memanfaatkan media sosial sebagai “kendaraannya” dalam menyampaikan pesan-pesan yang sebenarnya dapat memberikan dampak yang tidak baik bagi kehidupan bermasyarakat.

Tidak hanya di Amerika Serikat, fenomena *post-truth* juga dapat kita amati dalam dinamika politik di Indonesia. Fenomena post-truth dalam bidang politik Indonesia mulai terlihat dalam pemilihan presiden 2019 yang lalu. Wacana mengenai politik identitas dan ujaran kebencian mewarnai arus informasi yang beredar di berbagai media sosial saat itu. Kurniawan (2018) menyebutkan bahwa realitas *post-truth* dalam bidang politik, secara khusus yang berkaitan dengan politisasi agama, menghasilkan penilaian subjektif yang dikaitkan dengan nilai-nilai kepentingan politik tertentu serta diikuti dengan berbagai wacana populis dan informasi yang distorsif khususnya di media sosial. Bahkan, fenomena post-truth yang terjadi di Indonesia berkaitan dengan agama juga sudah menyentuh sisi dari ideologi negara. Parani et al (2018) menyebutkan bahwa fenomena *post-truth* yang berkembang di Indonesia berpotensi mengganggu nilai pluralitas dan tatanan yang telah terbangun saat ini dengan konten informasi di media sosial yang digunakan secara tidak bijak oleh sekelompok orang untuk menyebarkan berita bohong dan narasi-narasi kebencian untuk mencapai tujuan politik tertentu. Hal ini tentu membuat iklim demokrasi di Indonesia menjadi kurang kondusif, karena fokus utamanya ada pada nilai populis, ditujukan pada daya tarik pemilih mayoritas, dan berfokus pada kepentingan politik tertentu.

Idealnya, pesta politik di negara demokrasi lebih berfokus pada penyebaran informasi dan wacana yang berkaitan dengan fakta atau gagasan yang ditawarkan setiap calon yang berkontestasi kepada masyarakat. Namun, yang terjadi di Indonesia justru sebaliknya. Keberlangsungan post-truth semakin nyata dalam proses pemilihan umum tahun 2019 dengan wacana-wacana elit politik yang lebih berfokus pada nilai-nilai retorika dengan kehadiran istilah cebong dan kampret yang merekonstruksi persepsi masyarakat akan fakta alternatif (Jatmiko, 2019). Tujuannya tentu saja untuk mendapatkan perhatian dan dukungan dari kelompok-kelompok militan yang mampu mencuri perhatian masyarakat dengan menyebarkan opini pribadi dan isu-isu sensitif yang dinilai sebagai sebuah kebenaran untuk kemudian menjatuhkan lawan politiknya.

Perkembangan post-truth dalam bidang politik tentu disebabkan oleh beberapa faktor penting yang saling berkaitan. Rianto (2019) menyebutkan terdapat beberapa faktor yang menyebabkan post-truth semakin berkembang, seperti tingkat kepercayaan yang semakin rendah pada ilmu pengetahuan, adanya ketidakseimbangan antara ekonomi dan sosial, kapital sosial yang menurun, tidak adanya institusi yang memonopoli kebenaran, hingga akhirnya berhasil menghilangkan batas antara kebohongan dan cerita kebenaran. Revitalisasi Lapangan Banteng di tahun 2018 yang melibatkan mantan Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan juga menjadi salah contoh dari hadirnya post-truth di dunia perpolitikan Indonesia. Terdapat 2 video yang menjadi viral di tengah masyarakat saat ini. Pertama, yang berkaitan dengan ide Anies Baswedan menjadi gagasan dalam pelaksanaan revitalisasi. Namun, video yang lain justru berisi informasi yang berlawanan dengan informasi yang disampaikan melalui video sebelumnya. Hartono (2018) menilai hal ini sebagai kepingan dari fenomena pasca-kebenaran di tengah masyarakat yang menilai sebuah kebenaran atas dasar keyakinan pribadi hingga kesamaan doktrin atau paham yang dipercayai oleh individu dan kelompok. Kebenaran tidak lagi menjadi satu fokus utama yang dicari oleh masyarakat di era post truth. Masyarakat dapat menentukan kebenarannya sendiri berdasarkan sisi emosional dari apa yang dilihat melalui media sosial. Inilah yang menjadi salah satu kelemahan dari fenomena post-truth, di mana masyarakat tidak lagi melakukan validasi atas informasi yang diperoleh atau disebarluaskan kepada khalayak luas melalui platform media sosial.

Post-truth juga kerap berkembang di tengah kondisi sulit yang dialami oleh masyarakat. Salah satunya di masa pandemi Covid-19 saat ini. Fenomena post-truth dapat dilihat dengan jelas dengan maraknya informasi-informasi di media sosial yang menyesatkan terkait Covid-19. Pesan-pesan yang disampaikan melalui media sosial cenderung memainkan sisi emosional dan ketakutan masyarakat dalam menghadapi situasi yang tak terbayangkan sebelumnya. Temuan dari Shelton (2020) menyebutkan bahwa informasi yang berkaitan dengan Covid-19 cenderung berisi informasi yang salah dengan mengaitkan antara pandemi dan teori konspirasi yang kemudian membingungkan masyarakat dalam memahami dinamika yang sebenarnya terkait situasi pandemi Covid-19. Aminulloh & Artaria (2021) juga

menjelaskan dalam penelitiannya bahwa fenomena post-truth di Indonesia dalam masa pandemi Covid-19 juga dapat dilihat dari kekuatan *influencer* dengan jutaan pengikut di media sosial yang juga turut aktif dalam menyebarkan teori konspirasi terkait Covid-19. Sehingga semakin banyak masyarakat yang mempercayai keberadaan teori tersebut. Kekuatan *influencer* yang memiliki jutaan pengikut di media sosial tentunya memudahkan pesan atau narasi yang belum dapat dipastikan kebenarannya tersebar dari satu pengguna ke pengguna yang lain dan menjadi perbincangan yang viral di tengah masyarakat. Viralnya informasi menjadi salah satu karakteristik kebenaran di masa post-truth. Oleh karena itu, masyarakat tidak lagi melihat siapa yang menyampaikan informasi tersebut, seperti apa kredibilitasnya, dan melakukan pengecekan kembali terkait validasi informasi, karena dalam penilaian masyarakat, informasi yang viral dapat dipercaya sebagai sebuah kebenaran.

2. Mampukah media massa menandingi media sosial dalam mengatasi *post-truth*?

Post-truth yang berkembang di tengah masyarakat saat ini tidak dapat dilepaskan dari adanya peralihan media dari konvensional menuju digital. Digitalisasi media, yang ditandai dengan kehadiran media sosial, membuat arus informasi menjadi sangat cepat. Namun, derasnya arus informasi di media sosial ternyata memberikan dampak negatif terutama dari sisi kredibilitas informasi. Westerman, Spence, & Heide (2014) menyebutkan bahwa informasi yang dibagikan di media sosial tidak memiliki *gatekeeper* yang profesional untuk memeriksa konten, sehingga konsumen digunakan untuk menentukan apakah sumber dan informasi tersebut dapat dinilai kredibel atau tidak. Hal ini tentu menjadi tantangan tersendiri, di mana kebenaran dari informasi menjadi satu hal yang bersifat "subjektif". Apa yang saya anggap sebagai sebuah kebenaran, belum tentu dinilai sama oleh orang yang lain. Hal ini yang membuat post-truth semakin berkembang karena adanya kesesuaian antara apa yang dipahami oleh post-truth terkait kriteria dari kebenaran itu sendiri.

Media sosial yang sebelumnya difokuskan untuk memudahkan proses komunikasi justru berubah menjadi wadah berkumpulnya informasi yang tidak pasti. Suharyanto (2019) menilai bahwa saat ini sangat mungkin berita palsu yang beredar

di media sosial lebih banyak jika dibandingkan berita resmi yang telah terverifikasi, sehingga mampu mengganggu stabilitas politik dan kehidupan bermasyarakat. Hal ini disebabkan oleh pola komunikasi dalam media sosial yang memungkinkan siapa saja bertindak sebagai produsen sekaligus konsumen untuk menghasilkan atau mengonsumsi informasi yang beredar. Arifin & Fuad (2020) menilai bahwa kebebasan ini sering disalahgunakan untuk membentuk pesan-pesan yang berlawanan dari realitas melalui hoax dan informasi yang keliru, dengan berfokus pada sisi emosional dari audiens sebagai pelecut untuk menjadikan informasi yang dibagikan menjadi viral di tengah masyarakat. Oleh karena itu, perlu adanya institusi masyarakat yang berperan dalam mengelola informasi-informasi menyesatkan yang beredar di tengah masyarakat. Peran tersebut seharusnya dapat dilakukan oleh media massa, baik tradisional dan online, karena memiliki sistem validasi yang sangat ketat dengan *gatekeeper* yang profesional sebelum memberikan informasi kepada masyarakat.

Media massa dapat memainkan peranan penting dalam mengelola informasi bagi masyarakat di tengah derasnya arus hoaks saat ini. Taufik & Suryana (2022) juga menyebutkan bahwa di tengah fenomena *post-truth*, kehadiran media mainstream dibutuhkan untuk menjadi penyeimbang dalam penyebaran informasi yang dinilai kurang relevan dan tidak dapat dipertanggung jawabkan kepada khalayak. Selain itu, media massa juga dapat berperan untuk mengcounter berita-berita hoaks yang viral di tengah masyarakat dengan memeriksa fakta dan kebenaran dari informasi yang beredar.

Salah satu contoh menarik dari peran media massa dalam mengelola informasi di tengah era post-truth telah dilakukan oleh Tempo Media Group sebagai salah satu media massa yang kredibel di Indonesia. Penelitian yang dilakukan oleh Ayu et al (2021) menjelaskan bahwa Tempo Media Group, melalui akun instagram @tempo.cekfakta yang bekerjasama dengan International Fast-Checking Network (IFCN), turut serta dalam mengajak masyarakat untuk berpikir secara kritis dan mempertanyakan kebenaran ketika menerima informasi dari lingkungan sekitar. Hal ini menjadi menarik karena media massa mulai menggunakan media sosial (yang juga menjadi sarana penyebaran pesan negatif di era post-truth) untuk memberikan berita atau informasi yang ditujukan untuk mengcounter pesan-pesan menyimbang

yang beredar. Istilah "perang konten" menjadi hal yang tidak terelakkan. Media massa berusaha mengimbangi derasnya informasi hoaks dan pesan-pesan yang menyimpang di media sosial melalui konten-konten positif yang telah diframing dan juga disebarakan secara bersamaan. Media massa memiliki keuntungan dari nilai dan etika jurnalistik yang menjadi tanggung jawab dalam menyusun informasi yang berlandaskan pada fakta, realitas yang ada di lapangan, dan apa yang diketahui sesuai dengan kriteria kebenaran dalam era *truth* sebelumnya. Hal ini diharapkan mampu untuk membentuk kepercayaan masyarakat akan informasi yang disampaikan oleh media massa.

Media massa sebagai lembaga informasi harus bekerja ekstra keras dalam melawan derasnya informasi yang beredar dalam era *post-truth*. Informasi-informasi ini cenderung berisi persaingan antara fakta dengan *hoax* yang membingungkan masyarakat. Yogiswari & Suadnyana (2021) menilai bahwa informasi yang disampaikan melalui berita di media massa seharusnya mendapatkan tempat penting di tengah masyarakat sebagai referensi masyarakat dalam memperoleh informasi-informasi strategis yang dapat dipercaya kebenarannya. Namun, peran media massa untuk melawan *hoax* dan informasi yang menyimpang tidak dapat bisa berjalan sempurna tanpa dukungan dari masyarakat sebagai pengguna sekaligus produsen informasi (dalam media sosial). Salah satu teori yang dapat diaplikasikan dalam menganalisis informasi yang menyesatkan ada dalam Hermeneutika Gadamer, yakni *Aleanating Distanciation*. Handayani (2021) menyebutkan bahwa fokus utama dari teori ini adalah pengalaman individu yang digunakan untuk menggambarkan realitas. Teori ini dianggap mampu untuk membantu masyarakat dalam mengelola derasnya informasi dari berbagai sumber yang belum diketahui kebenarannya dengan melakukan analisa pada pengalaman pribadi maupun kelompok dan berbagai sumber lain yang dapat dipercaya. Kolaborasi antara media massa sebagai rujukan informasi yang terpercaya dengan kesadaran masyarakat dalam melakukan validasi menjadi satu langkah yang akan mampu menahan laju dari perkembangan *post-truth* di media sosial.

3. Peran Pemerintah dalam Mengatasi Hoaks dan Fenomena Post-Truth

Fenomena *post-truth* yang berkembang di tengah masyarakat juga sepatutnya mendapatkan perhatian serius dari pemerintah sebagai pemangku

kebijakan. Pemerintah dituntut untuk aktif dalam memberantas informasi hoaks dan menyesatkan yang mampu merusak tatanan kehidupan masyarakat saat ini. Pemerintah dapat mulai memperhatikan kondisi internal dalam birokrasi pemerintahan terlebih dahulu sebelum masuk pada ranah masyarakat yang lebih luas. Polii (2021) menyebutkan dalam penelitiannya bahwa kredibilitas pemerintah yang dibangun bersamaan dengan penggunaan teknologi digital yang saling terintegrasi di era post-truth harus memenuhi 3 unsur utama, yakni kejujuran, keadilan, dan netralitas. Hal ini menjadi penting karena berkaitan juga dengan informasi yang akan diterima oleh masyarakat.

Selain itu, pemerintah juga diharapkan mampu untuk meningkatkan literasi media di tengah masyarakat. Ini bertujuan untuk membantu masyarakat dalam menghadapi derasnya arus informasi yang diterima dari berbagai *platform*, khususnya media sosial, yang tersedia saat ini. Alam (2018) menyampaikan bahwa melalui literasi media, masyarakat perlu untuk didorong dalam mempertanyakan kenapa dan bagaimana suatu pesan dapat dikirimkan. Hal ini akan berimbas pada peningkatan pengetahuan hingga kompetensi dari masyarakat dalam memilah dan memilih informasi yang diterima.

Saat ini, pemerintah Indonesia juga dengan gencar melakukan berbagai kegiatan untuk meningkatkan literasi media masyarakat. Gerakan Nasional Literasi Digital dan kerja sama dengan berbagai organisasi seperti Tular Nalar, Jawara Internet Sehat, Japelidi, menjadi bukti seriusnya pemerintah dalam membekali masyarakat untuk menghadapi informasi-informasi yang menyesatkan di media sosial. Selain itu, pemerintah Indonesia juga sudah menyediakan situs resmi yang dapat diakses oleh masyarakat untuk melakukan pengecekan informasi yang mengarah pada hoaks melalui situs <https://trustpositif.kominfo.go.id/>. Oleh karena itu, kompetensi dalam bidang literasi media sangat dibutuhkan untuk menekan laju dari perkembangan *post-truth* di tengah kehidupan bermasyarakat saat ini.

SIMPULAN

Perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi yang didukung dengan kehadiran internet telah membawa era baru dalam proses pertukaran informasi. Masyarakat saat ini memiliki kebebasan dalam menerima dan mengirimkan

informasi melalui berbagai *platform* yang tersedia. Namun, hal ini justru membuat pergeseran makna atau kriteria kebenaran yang berlaku di tengah masyarakat. Jika dalam era *truth* sebelumnya masyarakat menilai sebuah kebenaran berdasarkan kesesuaian antara fakta dan pernyataan, namun saat ini masyarakat memasuki era post-truth dengan menilai kebenaran dari viral atau tidaknya sebuah informasi.

Perkembangan era post-truth di tengah masyarakat dapat dilihat dalam berbagai bidang seperti politik, kesehatan, kehidupan sosial dan keagamaan. Beberapa contoh kasus yang terjadi dalam pemilihan presiden 2019 dan situasi pandemi Covid-19 hanyalah sebagian kecil dari dinamika post-truth yang ada di sekitar masyarakat Indonesia. Penyebab utama dari penyebaran post-truth yang dengan cepat merambah berbagai bidang kehidupan masyarakat adalah tingginya penggunaan media sosial saat ini. Media sosial dinilai sebagai sebuah kendaraan yang membentuk penyebaran post-truth. Media sosial mampu menyebarkan informasi dengan cepat namun tidak diikuti dengan proses penyaringan yang sesuai. Maka dari itu, peran dari media mainstream menjadi penyeimbang dalam penyebaran informasi yang dinilai kurang relevan dan tidak dapat dipertanggung jawabkan kepada khalayak.

Pemerintah juga terus berupaya untuk meningkatkan literasi media di tengah masyarakat. Tujuannya untuk membantu masyarakat dalam menghadapi derasnya arus informasi yang diterima dari berbagai *platform*, khususnya media sosial, yang tersedia saat ini. Sehingga, masyarakat dapat mengantisipasi penyebaran hoaks dan pesan-pesan menyimpang yang terus beredar serta menekan laju dari fenomena post-truth di tengah kehidupan bermasyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, S. (2018). *Post Truth dan Literasi Media*. Media Indonesia.
- Alimi, M. Y. (2019). Theorizing Internet, Religion, and Post truth An Article Review. *Komunitas: International Journal of Indonesian Society and Culture*, 11(2), 207-222. doi:10.15294/komunitas.v11i2.21860
- Aminulloh, A., Artaria, M. D., Fianto, L., & Setiamandani, E. D. (2021). Propaganda dan teori konspirasi: wacana masyarakat terhadap covid-19 di indonesia. *Jurnal Nomosleca*, 7(1), 97-106.
- Arifin, N. F., & Fuad, A. J. (2020). Dampak Post-Truth di Media Sosial. *Jurnal Intelektual: Jurnal Pendidikan dan Studi Keislaman*, 10(3), 376-388.

- Atabik, A. (2014). Teori kebenaran perspektif filsafat ilmu: Sebuah Kerangka Untuk Memahami Konstruksi Pengetahuan Agama. *Fikrah*, 2(1), 253-271.
- Ayu, A. S., Haryono, N., Arzil, A. P., & Sri Hastjarjo. (2022). Post-truth and hoaxes: Instagram's fact checking of content on vaccines in Indonesia. *KnE Social Sciences*, 610-622. <https://doi.org/10.18502/kss.v7i5.10582>
- Batens, D. (1973). Nicholas rescher's coherence theory of truth. *Logique et Analyse*, 393-411.
- Best, S., & Kellner, D. (1991). *Postmodern theory: Critical interrogations*. Hampshire & London: Macmillan Education Ltd.
- Bufacchi, V. (2020). Truth, lies and tweets: A Consensus Theory of Post-Truth. *Philosophy and Social Criticism*, 20(10), 1-15. <https://doi.org/10.1177/0191453719896382>
- Creswell, J. W. (2016). *Research design: Pendekatan metode kualitatif, kuantitatif dan campuran* (4 ed.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Handayani, N. N. (2021). Fenomena hoax di media sosial dalam pandangan hermeneutika. *Prosiding Seminar Nasional Filsafat "Hoax dalam Perspektif Filsafat"*, (pp. 100-111).
- Hartono, D. (2018). Era post-truth: melawan hoax dengan fact checking. *Prosiding Seminar Nasional Prodi Ilmu Pemerintahan 2018* (pp. 70-82). Serang: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Hosseinpour, G. (2021). Strawson and the performative theory of truth. *Research in Logic, Institute for Humanities and Cultural Studies (IHCS)*, 12(2), 85-107. <https://doi.org/10.30465/ljsj.2021.36481.1364>
- Jatmiko, M. I. (2019). Post truth, media sosial, dan misinformasi: pergolakan wacana politik pemilihan presiden Indonesia tahun 2019. *Jurnal Tabligh*, 20(1), 21-39.
- Kurniawan, B. (2018). Politisasi agama di tahun politik: politik pasca-kebenaran di Indonesia dan ancaman bagi demokrasi. *Jurnal Sosiologi Agama*, 12(1), 133-154. <https://doi.org/10.14421/jsa.2018/121-07.133-154>
- Lie, H. D. (2009). Abad pertengahan, modernisme & postmodernisme. *Jurnal Teologi Stulos*, 8(1), 1-7.
- O'Connor, D. J. (1975). *The Correspondence Theory of Truth* (1st ed.). London: Routledge. doi:10.4324/9781003226833
- Padli, M. S., & Mustofa, M. L. (2021). Kebenaran dalam perspektif filsafat serta aktualisasinya dalam menyaring berita. *Jurnal Filsafat Indonesia*, 4(1), 78-88. <https://doi.org/10.23887/jfi.v4i1.31892>
- Parani, R., Pramesuari, A., Maldiva, D. M., & Felicia, E. (2018). Mempertanyakan kembali bhinneka tunggal ika di era post truth melalui media sosial. *Lontar*, 6(2), 59-69.

- Peters, M. A., McLaren, P., & Jandrić, P. (2020). A viral theory of post-truth. *Educational Philosophy and Theory*, 1-9. doi:10.1080/00131857.2020.1750090
- Peters, M. A., Rider, S., mHyvoenen, M., & Besley, T. (2018). *Post-truth, fake news: Viral modernity & higher education*. Berlin: Springer.
- Polii, A. M. (2021). Membangun kredibilitas pemerintah melalui digitalisasi pemerintahan di era post-truth (studi pengembangan command center pemerintah provinsi sulawesi utara). *Jurnal Ilmu Pemerintahan Suara Khatulistiwa (JIPSK)*, 6(1), 81-91.
- Ramdhani, A., Ramdhani, M. A., & Amin, A. S. (2014). Writing a literature review research paper: a step-by-step approach. *International Journal of Basic and Applied Science*, 3(1), 47-56.
- Razy, M. R., & Zakaria, M. M. (2021). Truth & post truth dewasa ini. *Sosfilkom*, 15(2), 19-35.
- Retnawati, B. B. (2016). Perubahan pandangan modernism dan postmodernism dalam konsep konsumsi dan konsumen. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 11(2), 117-130.
- Rianto, P. (2019). Literasi digital dan etika media sosial di era post-truth. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 24-35.
- Shelton, T. (2020). A post-truth pandemic? *Big Data & Society*, 1-6. <https://doi.org/10.1177/2053951720965612>
- Solihin, L., Utama, B., Pratiwi, I., & Novirina. (2019). *Indeks aktivitas literasi membaca 34 provinsi*. Jakarta: Pusat Penelitian Kebijakan Pendidikan dan Kebudayaan, Badan Penelitian dan Pengembangan, RI.
- Suharyanto, C. E. (2019). Analisis Berita Hoaks Di Era Post-Truth: Sebuah Review. *Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi*, 10(2), 37-49.
- Taufik, C. M., & Suryana, N. (2022). *Media, kebenaran, dan post-truth* (1 ed.). BANDUNG: WIDINA BHAKTI PERSADA.
- Titus, H. (1984). *Persoalan-Persoalan Filsafat*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Waal, C. d. (1999). Eleven challenges to the pragmatic theory of truth. *Fall*, 35(4), 784-766.
- Wera, M. (2020). Meretas makna post-truth: analisis kontekstual hoaks emosi sosial, dan populisme agama. *Societas dei: jurnal agama dan masyarakat*, 7(1), 3-34. <https://doi.org/10.33550/sd.v7i1.141>
- Westerman, D., Spence, P. R., & Heide, B. V. (2014). Social Media as Information Source: Recency of Updates and Credibility of Information. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19, 171-183.
- Yogiswari, K. S., & Suadnyana, I. (2019). Hoax di Era Post-Truth dan Pentingnya Literasi Media. *Seminar Nasional Filsafat (SENAFI) I*, (pp. 173-182).