

Antisipasi Post-Truth di Era Media Digital

Eddy Kusnadi¹, Rio Septian², Teguh Tri Susanto³, Yudha Febri Al Paksi⁴

^{1,2,3,4}Universitas Bina Sarana Informatika

e-mail: ¹eddy.edk@bsi.ac.id, ²rio.rse@bsi.ac.id ³teguh.tht@bsi.ac.id, ⁴yudha.yfe@bsi.ac.id

ABSTRAK

Abstract - Digitalisasi dalam segala aspek kehidupan merupakan hal yang tidak bisa ditolak. Digitalisasi juga merambah ke ranah media. Media digital hadir dalam berbagai bentuk dan karakter. Hal tersebut merubah pola interaksi masyarakat dan media terkait dengan penyampaian dan penerimaan informasi. Informasi di era digital tidak lagi dicari namun mencari audience nya. Hal tersebut mengakibatkan terjadinya banjir informasi. Terkait dengan itu dibutuhkan kemampuan masyarakat untuk mengakses, memilah dan memilih informasi serta kemampuan untuk memahami konteks dalam teks akan membantu masyarakat mengambil manfaat dari beragam informasi yang ada di media digital, bukan sebaliknya. Penelitian ini berupaya mengulas dampak media digital di era post-truth dan upaya antisipasinya. Literasi digital dan literasi media sangat diperlukan di era banjir informasi ini.

Kata Kunci: Media Digital, Post-truth, Literasi Media (Digital)

ABSTRACT

Digitalization in all aspects of life is something that cannot be denied. Digitalization has also penetrated the realm of the media. Digital media comes in many forms and characters. This changes the pattern of public and media interaction related to the delivery and reception of information. Information in the digital age is no longer sought after but is looking for its audience. This resulted in a flood of information. Related to that, it takes people's ability to access, sort and select information as well as the ability to understand the context in the text which will help the public take advantage of a variety of information in digital media, not vice versa. This study seeks to review the impact of media in the post-truth era and the efforts to anticipate it. Digital literacy and media literacy are very much needed in this era of information flood.

Key words: Digital Media, Post-truth, Media Literacy (Digital)

PENDAHULUAN

Menurut McLuhan dalam (Arindita, 2017) perubahan teknologi komunikasi akan menghasilkan perubahan yang mendasar baik dalam tatanan budaya maupun social masyarakat. Mc Luhan menambahkan bahwa perubahan teknologi secara tidak terhindarkan menyebabkan perubahan tertentu dalam cara orang berpikir, cara masyarakat dibangun dan bentuk budaya yang diciptakan masyarakat.

Seturut dengan perkembangan teknologi komunikasi, media juga berubah dalam bentuk, karakter, serta cara berinteraksi dengan masyarakat.

Penggunaan media digital online seperti *social media, blog, web* dan sebagainya telah banyak merubah pola hubungan media massa dan masyarakat (*audience*). Media massa tidak lagi di posisi superior seperti masa sebelumnya.

Kehadiran teknologi digital mampu mengubah posisi khalayak terhadap media. Khalayak tidak sekedar menjadi konsumen pasif, mereka mampu memberikan umpan balik secara langsung melalui beragam *platform* media hingga berperan aktif sebagai produsen informasi di media.

Keberadaan media dalam bentuk baru mampu mengubah budaya masyarakat baik yang bersifat konstruktif maupun destruktif. Di sisi positif, perkembangan media digital telah banyak dimanfaatkan secara produktif, baik dalam aspek ekonomi sebagai media transaksi, media promosi pariwisata, media berbagi ilmu pengetahuan dan teknologi dan lain sebagainya. Namun di sisi lain,

perkembangan media digital juga menampilkan sisi negatifnya terkait dengan format dan isi media yang kurang bertanggungjawab seperti *hoax* serta *pseudo*

journalism. Hal ini tentu perlu menjadi perhatian bersama.

McQuail dalam (Arindita, 2017) menyebutkan karakteristik media baru sebagai berikut:

1. Desentralisasi pesan
2. Peningkatan kapasitas penyampaian pesan
3. Peningkatan ketersediaan pilihan bagi audiens untuk ikut terlibat dalam proses komunikasi.
4. Peningkatan fleksibilitas untuk menentukan bentuk dan konten media melalui proses digitalisasi pesan.

Fleksibilitas yang dimiliki media digital di satu sisi menawarkan banyak peluang dan keuntungan dari sisi ekonomi, sosial dan budaya. Namun fleksibilitas media digital juga menuntut kemampuan lebih dari audiens untuk memilih dan memilih di antara sekian banyak pilihan informasi. Tidak ada lagi *gate keeper* dan editor seperti di media konvensional.

Banjir informasi di era digital menghadirkan sejumlah dampak. Permasalahan masyarakat sekarang bukan pada bagaimana memperoleh informasi, namun terbatasnya kemampuan dalam mengolah informasi secara baik. Kredibilitas media utama yang ditengarai membawa kepentingan elit dan pemilik, mendorong masyarakat untuk mencari sumber informasi alternatif. Namun medium alternatif seperti media sosial tidak selalu menghadirkan informasi yang benar.

Di Era post-truth jamak terjadi peningkatan peredaran berita bohong di masyarakat. Berita bohong berakibat, antara lain: maraknya pemberitaan yang hanya mengedepankan sensasi untuk menarik perhatian (*clickbait*), mendorong terjadinya *filter bubble* atau kondisi di mana algoritma mesin pencari dan media sosial cenderung menampilkan informasi yang sesuai dengan selera/pandangan pribadi pengguna. Fenomena ini harus menjadi perhatian bersama karena dampaknya tidak sekedar dalam skala kecil, namun bisa berkembang secara luas.

Keberadaan media dalam bentuk baru mampu mengubah budaya masyarakat baik yang bersifat konstruktif maupun destruktif. Di sisi positif, perkembangan media digital telah banyak dimanfaatkan secara produktif, baik dalam aspek ekonomi sebagai media transaksi, media promosi pariwisata, media berbagi ilmu pengetahuan dan teknologi dan lain sebagainya. Namun di sisi lain, perkembangan media digital juga menampilkan sisi negatifnya terkait dengan format dan isi media yang kurang bertanggungjawab seperti mendorong maraknya hoax serta *pseudo journalism*.

Hal ini menarik untuk ditelaah, bagaimana perkembangan media digital menghadirkan dua sisi

yang berbeda, perlu juga dikaji bagaimanaantisipasi dampak buruk dari media digital di era *post-truth*, Berikut teori pendukung dalam penelitian:

Media Baru dan Media Digital

Menurut Carey dalam (McQuail, 2011), media baru adalah media yang berbasis internet dengan menggunakan komputer dan telepon genggam canggih. Dua kekuatan utama perubahan awalnya adalah komunikasi satelit dan pemanfaatan komputer. Kunci untuk kekuatan komputer yang besar sebagai sebuah mesin komunikasi terletak pada proses digitalisasi yang memungkinkan segala bentuk informasi dibawa dengan efisien dan saling berbaur,

Menurut (Flew, 2008), media baru disebut juga *new media digital*. Media digital adalah media yang kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel optic broadband, satelit dan sistem gelombang mikro

Post-Truth

Menurut Manser dalam (Suharyanto, 2019), istilah *post-truth* jika dicermati dari sisi etimologi, berasal dari kosakata Bahasa Inggris. Dalam Oxford Dictionary, disebutkan *post* artinya *after* (setelah) dan *truth* artinya *quality or state of being true* (kualitas atau dalam keadaan benar atau kebenaran).

Haryatmoko dalam (Suharyanto, 2019) menjelaskan bahwa di era *post-truth* atau era paska-kebenaran penggunaan akal yang melandasi kebenaran dan pengamatan fakta sebagai basis pengukuran obyektifitas seolah tidak penting dalam mempengaruhi opini, pemikiran, maupun perilaku publik. Di era post-truth, orang mempengaruhi publik dengan cara menomorsatukan sensasionalitas dan menggerakkan emosionalitas (Haryatmoko, 2018).

Literasi Digital

Literasi digital menurut Potter dalam (Arindita, 2017) adalah ketertarikan sikap dan kemampuan individu dalam menggunakan teknologi digital dan alat komunikasi untuk mengakses, mengelola, sekaligus mengintegrasikan, menganalisis dan mengevaluasi informasi, membangun pengetahuan baru, membuat dan berkomunikasi dengan orang lain agar dapat berpartisipasi secara efektif dalam masyarakat.

Menurut Davis & Shaw dalam (Arindita, 2017), Literasi digital bermakna kemampuan untuk berhubungan dengan informasi hipertekstual dalam arti bacaan tak berurut berbantuan computer.

Literasi Media

Menurut Baran dalam (Arindita, 2017), literasi media dapat didefinisikan sebagai sebuah keterampilan

untuk menguasai dan menggunakan bentuk apa saja dari komunikasi bermedia secara efektif dan efisien.

METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis ulasan naratif (*narrative review*).

Menurut (Sugiyono, 2009), metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif. Menurut (Kriyantono, 2014) Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya.

Ulasan naratif merupakan jenis tinjauan yang berguna dalam mengumpulkan sejumlah literatur dalam bidang subjek tertentu dan mensintesisnya. Tujuannya adalah untuk memberikan pembaca latar belakang yang komprehensif, mengidentifikasi dan menggambarkan suatu masalah yang diminati saat ini, dan memahami pengetahuan atau menyoroti pentingnya penelitian baru tersebut (Demiris, Oliver, & Washington, 2019; Paré & Kitsiou, 2016).

Langkah-langkah dalam melakukan ulasan naratif yaitu melakukan pencarian, mengidentifikasi kata kunci, meninjau isi abstrak dan artikel, serta meringkas dan mensintesis temuan dari artikel dan mengintegrasikannya ke dalam tulisan (Demiris et al., 2019).

Kegiatan penelitian dilakukan dengan pencarian terhadap literatur-literatur dan berita mengenai

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media Sosial Kini

Menurut Van Dijck dalam (Sabrina, 2019) Hari ini, media sosial lebih berfungsi sebagai tempat pertemuan khalayak untuk bertukar berita, potongan-potongan informasi dan rekomendasi satu sama lain. Tersedianya tempat pertemuan dengan aktivitas konektif dengan kadar yang tinggi inilah yang membedakan media sosial dengan media konvensional lainnya.

Menurut Lewandowsky dalam (Sabrina, 2019) dalam fleksibilitas dan fraksi yang ditawarkan oleh media sosial memungkinkan masyarakat untuk memilih apa yang mereka favoritkan (*echo-chamber*) sehingga kebanyakan informasi yang mereka akses cocok dengan pandangan yang telah ada. Konsekuensinya, ada kemungkinan pembentukan keyakinan yang keliru ketika bukti relevan dipahami secara tidak tepat *Custom-deliver content* yang selaras dengan kesukaan dan perilaku pengguna, secara cepat

menciptakan realitas epistemik alternatif, atau banyak disebut sebagai "*filter bubbles*".

Media Digital di Era Post-truth

Dalam (Suharyanto, 2019) dipaparkan lima kebaruan yang menandai era *post-truth*:

1. Luasnya akses ke konten informasi berkat digitalisasi komunikasi.
2. Masyarakat bisa membuat informasi sendiri melalui medsos berkat demokratisasi media dan jurnalisme warga.
3. Masyarakat lebih rentan menerima informasi yang keliru karena berkembang komunitas-komunitas se-ideologi.
4. Teknologi telah merancukan kebenaran karena viral dianggap lebih penting daripada kualitas informasi dan etika, dan
5. Kebenaran tidak perlu lagi difalsifikasi atau dibantah, tetapi kebenaran menjadi nomor dua. Kelima kebaruan itu memberi peluang politisi yang haus kekuasaan untuk merekayasa agar prasangka negatif kelompok-kelompok masyarakat diintensifkan melalui manipulasi emosi mereka.

Era *post-truth* lebih mengancam dengan semakin berkembangnya penggunaan media digital. Di era digital, informasi mampu beredar secara cepat dan masif tanpa terverifikasi dengan baik. Akibatnya, peredaran berita bohong akan lebih sering beredar. *Post-truth* menghadirkan gelombang pengagungan popularitas yang vulgar dan penuh manipulatif.

Hasil penelitian Masyarakat Telematika (Mastel) tahun 2017 menunjukkan bahwa sebanyak 92,40 % berita hoaks diterima masyarakat melalui sosial media seperti facebook, twitter, instagram serta path. Sementara sebanyak 62,80 % diterima melalui aplikasi chatting seperti WhatsApp, Line, Telegram, dan sebanyak 34,90 % melalui situs web. Sementara jika dilihat dari jenis informasinya, peringkat pertama jenis hoaks yang diterima masyarakat terdiri dari sebanyak 91,80 % berupa hoaks masalah sosial dan politik, baik itu terkait Pilkada ataupun tentang Pemerintah. Kedua, adalah masalah SARA sebanyak 88,60 %, Kesehatan sebanyak 41,20 %, makanan dan minuman sebanyak 32,60 %, penipuan keuangan sebanyak 24,50 %, Iptek sebanyak 23,70 %, sisanya adalah jenis hoaks seperti berita duka, candaan, bencana alam, serta lalu lintas (Mastel, 2017). Pola peningkatan diseminasi berita hoaks semakin meledak oleh kepentingan kekuasaan; Pilpres dan Pileg serentak 2019.

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa *post-truth* hadir dalam berbagai bentuk dan cara sehingga membutuhkan perhatian dari berbagai pihak untuk menanggulangi dengan berbagai cara pula.

Dibutuhkan upaya antisipasi dan mitigasi terkait merebaknya *post-truth* melalui media digital. Tanpa adanya upaya yang baik dalam menangkal *post-truth*, banyak isu yang bisa dimanfaatkan oleh pihak tertentu untuk kemudian diledakkan melalui viral di media digital.

Banyak cara yang bisa dilakukan untuk membendung badai hoaks dalam *era post-truth* ini. Upaya bisa dilakukan dari sisi penyedia layanan (platform), pemerintah selaku regulator, maupun inisiatif dari lembaga-lembaga non pemerintah (keagamaan, ormas, akademisi, dll).

Upaya Literasi Digital di Era *Post-Truth*

Literasi digital sangat dibutuhkan di era digital seperti sekarang. Hal tersebut harus didukung dengan kompetensi teknologi, kognitif, dan social dalam penggunaan media digital. Kemampuan ini meliputi: kemampuan mengoperasikan perangkat media digital dan mampu mengakses secara efektif, mampu mengolah informasi dalam jumlah besar, mampu mengevaluasi validitas informasi.

Pengguna media digital juga harus belajar bagaimana berkomunikasi secara baik di dunia virtual, serta memahami etika yang berlaku di dunia virtual.

Literasi digital juga akan memberikan kemampuan untuk memahami konteks dalam sebuah teks sehingga bisa memahami informasi secara komprehensif.

Menurut Potter dalam (Sabrina, 2019), individu dengan tingkat literasi yang rendah akan cenderung mudah menerima makna pesan yang tampak, yang dibuat dan ditentukan oleh media. Dengan keterbatasan perspektif, ia memiliki struktur pengetahuan yang lebih kecil, dangkal, dan kurang terorganisir, sehingga tidak mampu digunakan untuk proses interpretasi makna pesan media. Akibatnya, individu tersebut akan sangat sulit untuk mengidentifikasi keakuratan informasi, menyortir kontroversi, menyadari konten satir, serta mengembangkan cara pandang yang lebih luas.

Selanjutnya, Potter dalam (Sabrina, 2019) menjelaskan bahwa pada individu dengan tingkat literasi media yang tinggi, ia akan secara aktif menggunakan serangkaian kemampuan interpretasi. Individu tersebut menempatkan pesan media pada konteks struktur pengetahuan yang terelaborasi dengan baik. Akhirnya, ia mampu menginterpretasi pesan apapun dari banyak dimensi yang berbeda, sehingga menyediakan lebih banyak pilihan makna. Ketika individu memiliki tingkat literasi tinggi, ia mengetahui bagaimana menyeleksi semua pilihan makna dan memiliki kuasa dan kontrol lebih untuk memilih salah satu yang paling akurat dari beberapa sudut pandang (kognitif, emosional, estetis, dan moral).

Peran literasi digital di era *post-truth* terletak pada peran kemampuan kognitif khalayak dalam proses verifikasi informasi. Bahkan, pada tingkatan yang lebih tinggi, literasi digital dapat membantu individu memberikan informasi alternatif atas informasi yang sudah terkonfirmasi kepaluannya.

Dari hasil penelitian Jonas De Keersmaeker dalam (Sabrina, 2019) menjelaskan bahwa derajat pembenaran yang dilakukan individu tergantung pada kemampuan kognitif mereka. Individu dengan kemampuan kognitif lebih rendah cenderung kurang responsif untuk mengoreksi informasi palsu dibandingkan mereka dengan kemampuan kognitif tinggi.

Pada era *post-truth*, peran literasi digital dalam konteks media sosial menjadi lebih penting. kontrol konten media sosial sulit dilakukan secara total oleh pemilik media, pemerintah, maupun pihak terkait lainnya. Literasi digital merupakan alternatif solusinya. Dengan melakukan literasi digital, pengendalian diri terhadap penggunaan media sosial dapat dilakukan dengan lebih baik. Literasi digital memungkinkan masyarakat menguasai pemrosesan berbagai informasi di media digital secara arif dan tidak mudah terbawa arus tren yang belum tentu benar dan baik.

Selain upaya tersebut, strategi personal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan

ArtSilverblatt dalam (Arindita, 2017), mengidentifikasi delapan elemen yang menjadi karakteristik literasi media sebagai berikut:

1. Pemikiran kritis yang memungkinkan audiens membangun penilaian yang independen mengenai konten media.
2. Pemahaman yang terjadi dalam proses komunikasi massa.
3. Kesadaran akan dampak media bagi individu dan masyarakat.
4. Strategi untuk menganalisa dan mendiskusikan pesan-pesan media.
5. Pemahaman bahwa konten media memberikan insight untuk kebudayaan masyarakat.
6. Kemampuan untuk dapat menikmati, memahami dan menghargai konten media.
7. Pengembangan kemampuan memproduksi konten media secara efektif dan bertanggungjawab.
8. Pemahaman mengenai tanggungjawab moral dan etika praktisi media

literasi digital, bisa menerapkan pemikiran Potter dalam (Sabrina, 2019) Yaitu:

1. Mengembangkan kesadaran akurat akan paparan informasi dengan memilah sumber yang kredibel.
2. Terus memperkaya diri dengan ilmu agar struktur pengetahuan yang kita bangun menjadi lebih kuat.

3. Membandingkan informasi yang sama dari satu platform media ke media lainnya agar bisa mendapatkan banyak sudut pandang.
4. Berkaca pada opini pribadi, apakah opini tersebut sudah cukup rasional dengan segala sumber informasi yang kita punya.
5. Menumbuhkan budaya verifikasi dan aktif mengoreksi informasi palsu yang beredar.

- Sabrina. (2019). Literasi Digital Sebagai Upaya Preventif Menanggulangi *Hoax*. *Journal of Communication Studies*. Vol. 5 No. 2
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D*. Alfabetae.
- Suharyanto (2019) *Analisis Berita Hoaks di Era Post-Truth: Sebuah Review*. *Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi* Volume: 10 No. 2

KESIMPULAN

Pesatnya penggunaan media digital mengubah pola konsumsi informasi pada masyarakat. Informasi yang sebelumnya dicari kini berubah mencari audience-nya. Hal tersebut berakibat banjir informasi yang jika tidak diimbangi dengan kemampuan mengolah informasi dengan baik justru berakibat buruk bagi masyarakat, Mengingat tidak semua informasi yang beredar telah terverifikasi dengan baik. Hal tersebut dimungkinkan karena tidak ada lagi gate keeper bagi informasi yang beredar. Perlu adanya upaya intensif baik dari pemerintah, pengelola media maupun masyarakat umum untuk mengupayakan literasi media dan literasi digital secara terus-menerus. Agar dampak negatif dari pesatnya penggunaan media digital mampu membawa msyarakat ke arah yang lebih produktif.

REFERENSI

- Arindita at.all (2019). *Media & Masyarakat Kini*. UAI Press
- Demiris, G., Oliver, D. P., & Washington, K. T. (2019). Defining and analyzing the problem. In *Behavioral Intervention Research in Hospice and Palliative Care* (pp. 27–39). London: Academic Press. doi:10.1016/B978-0-12-814449-7.00003-X
- Flew, T. 2008. *New Media : an introduction*. New York: Oxford University Pers.
- Ida, R. (2014). *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*. Prenadamedia Group.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenadamedia Group.
- Littlejohn, S. W. (2018). *Teori Komunikasi*. Salemba Humanika.
- Lubis, A. Y. (2014). *Postmoderinsme Teori dan Metode*. PT Rajagrafindo Persada.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa* McQuail, Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika
- Nurhadi, Z. (2017). *Teori Komunikasi Kontemporer*. PT Balebat Dedikasi Prima.
- Ronda, M. (2018). *Tafsir Kontemporer Ilmu Komunikasi: Tinjauan teoritis, Epistemologi, Aksiologi*. Indigo Media.