



Literasi Media Sosial Di Era *Post Truth*

Oleh :

Regina Anggi Garbani¹, Rieka Yulita Widaswara², I Gede Bayu Wijaya³
Universitas Mataram¹, Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram^{2,3}
Email: reginaanggi15@gmail.com¹, riekawidaswara@gmail.com²,
bayuwijayagr@gmail.com³

Abstract

Social media is one of the new media which in addition to having a positive impact as technological advancement. The ease and speed of interacting and disseminating information is the main attraction of this service. In addition to having a positive impact, social media also has a negative impact as a medium for disseminating information. The negative side of technological progress through social media creates a new phenomenon in the midst of this digital era called post-truth. Post-truth as a new era is marked by the exclusion of truth and putting forward emotions. In simple terms, post-truth can be interpreted that people are looking for justification rather than the truth. This paper aims to find out how social media literacy is in the post-truth era. Social media literacy is a person's skill in finding, selecting, and applying information sources on social media. These skills are needed to remain able to carry out social media activities wisely and safely so that audiences are critical of the media as well as determine the information needed from the media. In addition, the government's efforts through the regulation of the ITE Law are an important way to combat post-truth on social media.

Keywords: Social media, Literature, Post Truth Era

I. Pendahuluan

Kecanggihan teknologi berbasis internet merupakan ciri dari era digital hal ini membuat sumber informasi menjadi serba cepat dan mudah. Era digital menyebabkan massifnya penggunaan media sosial sebagai salah satu dari media *online*. Hampir seluruh masyarakat berbagai lapisan memiliki aplikasi media sosial pada ponsel pintar yang mereka gunakan, di setiap telepon pintar terinstal beberapa aplikasi media sosial, bahkan bisa jadi dalam satu *platform* media sosial satu orang memiliki beberapa akun yang digunakan untuk berbagai kepentingan yang berbeda. Sebagai media komunikasi berbasis internet media sosial memiliki kelebihan menyampaikan informasi secara cepat dan *up to date*, pola komunikasi linier sebelumnya kemudian tergantikan dengan pola komunikasi *real time* yang mengutamakan kecepatan waktu. Everett M Rogers mengungkapkan penggunaan media berbasis internet merupakan suatu pengembangan era telekomunikasi



yang menjadikan suatu media baru (*new media*) dengan mengedepankan kecepatan, istilah media baru yaitu istilah yang digunakan dalam menggambarkan ciri khas media dari yang telah ada sebelumnya seperti televisi, radio, majalah dan koran yang diistilahkan sebagai media lama, namun istilah ini bukan berarti menghapuskan media lama dengan media baru namun istilah ini muncul dikarenakan ciri khas yang ada berdasarkan dari kecepatan dalam memperoleh informasi.

Media sosial sebagai bagian media baru atau *new media* memungkinkan para pengguna media dapat berinteraksi, berbagi dan berkomunikasi yang membentuk ikatan sosial secara *virtual* dalam masyarakat jejaring (*networking society*) yang ditandai dengan munculnya jurnalisme warga (*citizen journalism*), hal ini menunjukkan media sosial sebagai garda terdepan dalam komunikasi model baru sekaligus dapat berperan dalam membentuk opini publik. Media sosial kini menjadi salah satu sumber yang digenari khalayak luas untuk mencari berita atau informasi dikarenakan kemudahan akses yang di dapatkan melalui aplikasi media sosial. Perkembangan teknologi yang pesat memungkinkan setiap orang menjadi jurnalis dadakan dalam menyampaikan informasi melalui aplikasi media social yang dimilikinya. Penggunaan media sosial tidak lagi sekedar berperan sebagai alat dalam penyampaian pesan dan menerima informasi, tetapi juga berperan dalam mempengaruhi opini dan perilaku publik, mempengaruhi pengambilan keputusan suatu institusi, kelompok masyarakat serta juga berperan dalam pengembangan kesadaran kolektif dalam pembentukan opini publik. Melalui media sosial, berbagai informasi membanjiri ruang public secara tak terbatas, informasi yang deras tanpa batas tersebut memiliki dua sisi yang berbeda, media sosial satu sisi dapat bersifat positif apabila penggunaanya dilakukan secara benar seperti halnya mengedukasi masyarakat dan mengoptimalkan manfaat praktis media sosial, bagi peningkatan pembangunan bangsa, di lain sisi media sosial bisa menjadi penyebar *hoax*, kejahatan *cyber*, radikalisme, ujaran kebencian (*hate speech*) yang berujung konflik.

Sisi *negative* dari kemajuan teknologi melalui media sosial menciptakan fenomena baru di tengah era digital ini yang disebut dengan era *post truth*. Istilah *post truth* belakangan ini populer di dunia maya. Populernya *post truth* di Indonesia disebabkan oleh kuatnya penggunaan media sosial dalam kehidupan bermasyarakat.



Masyarakat dengan mudah dan bebasnya menyebarkan suatu informasi tanpa filter atau melakukan *crosscheck* data. Penyebaran didukung oleh masyarakat yang mempunyai kedekatan secara emosional dan pandangan yang sama terhadap sesuatu, yang terbangun secara virtual melalui media sosial dalam jaringan. Media sosial dan *post truth* merupakan dua hal yang saling berdampingan. *Post truth* akan lebih mudah disebarkan melalui media sosial, apabila tidak diantisipasi dengan literasi media yang baik akan mengakibatkan kuatnya unsur polarisasi di masyarakat, ditandai dengan semakin maraknya pemberitaan yang tendensius mengusung sentimen agama, ras dan kelompok kepentingan yang dapat menghancurkan pesatuan bangsa. Artikel bertujuan untuk mengetahui bagaimana literasi media sosial di era *post truth*?

II. Pembahasan

Media Sosial

Definisi media sosial yaitu medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, serta berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual, (Nasrullah,2014). Gohar F Khan dalam bukunya *Social Media for Government* mengungkapkan bahwa media sosial adalah sebuah *platform* berbasis internet yang mudah digunakan sehingga memungkinkan para pengguna untuk membuat dan berbagi konten (informasi, opini, dan minat) dalam konteks yang beragam (Informatif, Edukatif, Sindiran, Kritik dan sebagainya) kepada khalayak luas secara cepat. Sehingga, media sosial memiliki efek berantai sehingga proses transmisi yang terjadi tidak berhenti pada satu audiens pokok saja (*multiplier effect*).

Media sosial yang juga dikenal sebagai aplikasi jejaring sosial memiliki pengertian situs web yang menjadi sebuah wadah atau forum *online* untuk berinteraksi, berteman, berbagi informasi, mengobrol atau bertegur sapa. Beberapa media sosial yang populer yakni *Blog, Facebook, Twitter, Youtube, Flickr, Instagram, LinkedIn, MySpace, Path*, kaskus dan lain sebagainya. Situs-situs lembaga, instansi, organisasi, perusahaan, yayasan, dan situs pribadi (*personal website*) termasuk juga media sosial karena tujuannya yaitu “sosialisasi” suatu kebijakan, produk, jasa, aktivitas, program, dan (untuk



situs pribadi) berbagi pemikiran dan pengalaman serta membangun jaringan yang lebih luas, klien, mitra bisnis, konsumen, kenalan dan lain-lain.

Di sisi lain menurut (Aras,2016) jejaring sosial yaitu suatu struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individual maupun organisasi. Beberapa situs layanan jejaring sosial berbasis *website* menyediakan fasilitas yang serupa untuk pengguna agar dapat berinteraksi seperti *chat, messaging, email, video, chat suara, share file, blog*, dan lain sebagainya. Media sosial adalah media yang digunakan dalam beinteraksi sosial, teknik komunikasi yang sangat mudah diakses sebagai ciri khasnya. Media sosial merupakan situs yang paling sering di akses oleh khalayak luas sebagai pengguna internet. Pengguna internet pada umumnya mengakses media sosial untuk berkomunikasi dengan menggunakan aplikasi seperti, *Facebook, Twitter, Ask.fm* dan lain-lain (Triastuti, dkk. 2017).

Media sosial dapat diakses dengan mudah dan cepat hal ini membuat media konvensional tergantikan oleh media sosial. Yang perlu digaris bawahi adalah semenjak media sosial bermunculan dan berbagai jenis konten yang bisa diunggah, memunculkan konsep baru. Konsep tersebut memberikan kesempatan bagi khalayak agar bisa memproduksi sendiri berita dan membagikannya melalui media sosial atau *user-generated content* (UGC) (Gilmor,2004). Masyarakat pengguna media sosial menjadi pelaku utama atau aktor dalam kerja jurnalisme untuk membuat suatu informasi hingga menyebar luaskannya dengan bantuan perangkat telepon genggam serta kamera yang tertanam di perangkat tersebut dan koneksi media sosial, (Heinrich, Tuten dalam Nasrullah, 2017).

Post Truth

Secara etimologi *post truth* berasal dari kata bahasa Inggris. Dalam kamus *Oxford Dictionary* *post* artinya *after* yang kemudian dalam bahasa Indonesia diterjemahkan setelah. Sedangkan *truth* artinya *quality or state of being true* dalam terjemahan Indonesia menjadi kualitas atau dalam keadaan benar, kebenaran. *Truth* adalah kata benda dari kata sifat yakni *true*. Berdasarkan terjemahan tersebut *post truth* artinya setelah kebenaran atau pasca kebenaran, yang artinya fakta tidak terlalu berpengaruh dalam membentuk opini *public* dibandingkan emosi dan keyakinan personal. Dalam *era post truth* penggunaan



akal yang berdasarkan kebenaran dan sesuai fakta yang ada sebagai basis pengukuran obyektifitas seakan-akan tak penting dalam mempengaruhi opini, pemikiran, maupun perilaku publik. Dalam era ini digambarkan orang mempengaruhi publik dengan cara mengutamakan suatu sensasionalitas dan menggerakkan emosionalitas, (Haryatmoko,2018).

Istilah *post-truth* pertama kali diperkenalkan Steve Tesich, dramawan keturunan Amerika-Serbia. Tesich melalui esainya pada harian *The Nation* (1992) memaparkan kerisauannya yang mendalam terhadap fenomena *post-truth*, dengan maraknya upaya memainkan opini publik dengan mengesampingkan dan bahkan mendegradasi fakta dan data informasi yang objektif. Selanjutnya Ralph Keyes dalam bukunya *The Post Truth Era* (2004) mengatakan bahwa *post truth* adalah menyembunyikan kebenaran tanpa rasa bersalah, sebagai sesuatu seolah-olah benar padahal tidak sama sekali. Dikutip dalam artikel DJKN (2021) pada tahun 2016 *Oxford* menjadikan *post truth* sebagai *word of the year*, hal ini dikarenakan penggunaan istilah *post truth* meningkat 2000 persen dibandingkan tahun 2015, penggunaan istilah *post truth* Sebagian besar merujuk pada dua momen politik paling berpengaruh saat itu yaitu berita mengenai keluarnya Inggris Raya dari Uni Eropa (Brexit) dan terpilihnya Donald Trump sebagai Presiden Amerika Serikat.

Post truth era dikatakan sebagai suatu pergeseran sosial yang melibatkan media massa baik konvensional maupun digital dan pembuat opini. Pergeseran ini lalu disebabkan oleh pengaruh era digital yakni manusia terkoneksi dan tersambung satu sama lain dalam jaringan bernama internet. Berkembangnya *post truth* adalah kehadiran teknologi informasi yang berimplikasi tidak tepatnya penggunaan media sosial, teknologi digital telah mampu menciptakan realitas sendiri, sesuai dengan agenda *setting* kelompok kepentingan. Hal ini menyebabkan produksi informasi tidak lagi menjadi monopoli media arus utama, melainkan juga media sosial yang dikelola oleh kelompok kepentingan dan para pembuat opini. Media *mainstream* yang dulu dianggap salah satu sumber kebenaran harus menerima kenyataan terkena imbas semakin tipisnya pembatas antara kebenaran dan kebohongan, kejujuran dan penipuan, fiksi dan nonfiksi. Secara sederhana, *post truth* dapat diartikan bahwa masyarakat lebih mencari pembenaran dari pada kebenaran.



Post truth juga sengaja dikembangkan dan menjadi alat propaganda dengan tujuan mengolah sentimen masyarakat sehingga bagi yang kurang kritis dalam menerima informasi akan dengan mudah terpengaruh yang diwujudkan dalam bentuk empati dan simpati terhadap agenda politik tertentu yang sedang diskenariokan. Publik lebih tertarik dan terpengaruh dengan berita dan hal-hal yang menyentuh perasaan, berkaitan dengan emosionalnya seperti membuat rasa gembira, sedih, kecewa, marah dan seterusnya. Publik lebih sensitive jika disentuh emosinya. Momentum era *post truth* karena jenuhnya limpahan pesan dan rayuan: semua berujung meminta untuk membeli, mengonsumsi, memilih, memberi pendapat, atau ambil bagian dan berperan di kehidupan sosial. Era *post truth* menjadi semakin kencang dalam dunia digital sekarang ini, meskipun kebohongan tentunya sudah ada sejak lama. Ada lima hal yang menunjukkan era *post truth* sebagai suatu kebohongan baru:

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.
5. Kebenaran tidak perlu lagi diklarifikasi atau dibantah, tetapi kebenaran menjadi nomor dua. Kelima kebaruan itu memberi peluang politisi yang haus kekuasaan untuk merekayasa agar prasangka negatif kelompok-kelompok emosi mereka, (Haryatmoko, 2019).

Post truth yang beredar di dunia internet sangat erat kaitannya dengan politik. karakteristik utama dari politik *post truth* adalah:

1. Mengaduk-aduk masyarakat dengan hal yang bersifat emosional.
2. Mengabaikan data dan fakta.
3. Mengutamakan dan memviralkan berita yang belum tentu kebenarannya atau palsu.
4. Mengkombinasikan gerakan populis dengan teori-teori konspirasi yang masih butuh di uji lagi kebenarannya.



5. Mobilisasi narasi fiktif tentang figure atau peristiwa tertentu.
6. Memoles ketidakjujuran dalam membangun opini untuk memperkuat posisi sosial figure, kelompok, atau kepentingan tertentu dalam masyarakat yang semakin terbiasa dalam peradaban televisi, *online*, *android*, dan media sosial, (Suharyanto, 2019).

Post Truth Di Media Sosial

Media sosial sebagai media baru selain memberi dampak positif sebagai suatu kemajuan teknologi pada saat ini kerap digunakan untuk menyebarkan konten-konten negatif, hasutan, ujaran kebencian dan juga berita palsu yang dikenal dengan sebutan hoax. Dalam dunia jurnalistik hoax dikenal dengan libel, yaitu berita bohong, tidak benar, sehingga menjurus pada kasus pencemaran nama baik. Hoax adalah suatu kata yang digunakan untuk menunjukkan pemberitaan palsu atau usaha untuk menipu atau mengakali pembaca untuk mempercayai sesuatu yang dibuat oleh sekelompok kepentingan tertentu. Pemberitaan yang tidak berdasarkan kenyataan atau kebenaran (nonfactual) untuk maksud dan tujuan tertentu. Tujuan hoax adalah sekadar lelucon, iseng, hingga membentuk opini publik. Pada intinya hoax itu berdampak negative, apalagi jika pengguna internet tidak kritis dan langsung membagikan berita yang dibaca kepada pengguna internet lainnya, (Judhita,2018).

Hoax biasanya dijadikan oleh pihak tertentu untuk menyulut kebencian, ketegangan, bahkan konflik. Post truth pada awalnya dimanfaatkan untuk kepentingan politik. Namun seiring berjalannya waktu post truth dipergunakan dalam segala lini isu dan agenda. Terdapat kemiripan antara posttruth dengan berita hoax. Baik post truth maupun hoax, biasanya akan dibungkus dengan tajuk berita yang hiperbola, tidak sesuai dengan data dan fakta, bahkan mungkin memakai data palsu yang tidak jelas kebenarannya. Media sosial adalah tempat berkembangnya posttruth, hal ini kemudian di dukung dengan budaya masyarakat yang menginginkan segala kemudahan dalam berinteraksi dengan menggunakan media sosial. Masyarakat kerap kali mendapatkan berita no-filter, bahkan terkadang masyarakat pun sebagai bagian dari penyebar hoax atau berita bohong yang belum tentu kebenarannya. Informasi ataupun berita yang di dapat di media sosial dijadikan suatu kebenaran yang kemudian menentukan dalam mengambil sikap dan menentukan perilaku sendiri.



Hoax merupakan bagian dari post truth yang ada di media sosial, hal ini dilakukan oleh kelompok kepentingan tertentu dengan menjadikan media sosial sebagai medium perantara komunikasi untuk menyebarkan kebohongan, menggiring masyarakat untuk saling benci hingga menimbulkan perilaku kekerasan.

Literasi Media Sosial Di Era *Post Truth*

Perkembangan sosial media dan fenomena post truth yang berkembang akhir-akhir ini, menjadikan media sosial sangat berperan mempercepat penyebaran informasi, semakin berlimpah ruahnya informasi yang berseliweran di ruang publik yang tidak selalu berdasarkan fakta, dan semakin tipis batas antara pembenaran dan kebenaran, menjadikan perlunya suatu kesiapan yang matang dari masyarakat dalam menggunakan media sosial.

Literasi media sosial adalah cara untuk mengurangi fenomena post truth yang ada. Literasi dalam KBBI artinya pengetahuan atau keterampilan dalam bidang atau aktivitas tertentu. Literasi media sosial atau yang lebih sering dikenal dengan literasi media adalah konsep penggunaan media dengan bijak sesuai kebutuhan, (Angelica,2016). Potter (2011) mengungkapkan pengertian literasi media sebagai seperangkat perpektif yang kita gunakan secara aktif saat mengakses media massa untuk menginterpretasikan pesan yang kita hadapi. Literasi media yaitu bagaimana khalayak atau masyarakat dapat mengambil kontrol atas isi media. Literasi media merupakan skill untuk menilai makna dalam setiap jenis pesan mengorganisasikan makna dari pesan itu sehingga berguna, dan kemudian membangun pesan untuk disampaikan kepada orang lain.

Senada dengan hal tersebut (Poerwaningtias,2013) juga mengungkapkan literasi media hadir sebagai senjata untuk masyarakat agar kritis terhadap isi media, sekaligus menentukan informasi yang dibutuhkan dari media. Literasi media akan membuat pengguna untuk kritis mempertanyakan apa yang ada di balik isi media yang diaksesnya. Literasi media ini bisa bersumber kepada dirinya sendiri untuk selalu menanyakan mengapa, kenapa dan bagaimana dan juga bisa bersumber dari keterbukaannya kepada orang lain dalam menggunakan media sosial melalui proses komunikasi interaktif yang seimbang dan saling memberi informasi.



Literasi media sosial adalah keterampilan seseorang dalam mencari, memilih dan memilah, kemudian mengaplikasikan sumber informasi di media sosial. Memiliki keterampilan media sosial akan menjadi lebih teliti dan kritis ketika menerima informasi hoaks. Secara sederhana literasi media sosial dijabarkan dalam lima konsep oleh Stacey Goodman (2014):

1. Seluruh media pesan dikonstruksi

Di media sosial banyak orang meng-*upload* gambar dengan tulisan atau yang dikenal dengan *meme*. Tulisan pada gambar tersebut merupakan perintah untuk kita dalam menerjemahkan gambar tersebut. Hal ini merupakan salah satu contoh bahwa pesan di media sosial merupakan sesuatu yang dapat dikonstruksi. Tidak jarang beberapa informasi hanya diberikan setengah, sehingga memberikan ambiguitas persepsi bagi kahlayak penerimanya.

2. Pesan media membentuk persepsi kita akan suatu realita

Contoh paling dekat dalam kasus ini adalah penggunaan media sosial pada saat pemilihan presiden pada tahun 2014 lalu. Media sosial berperan besar dalam membentuk opini publik terkait berita kedua kandidat presiden. Tak jarang suatu kejadian menjadi pusat perhatian masyarakat karena pada awalnya informasi tersebut dibagikan di media sosial secara berlebihan dan kemudian menjadi viral.

3. Berbeda audiens, berbeda pula cara memahami pesan yang sama

Salah satu fitur yang banyak digunakan di media sosial adalah “share”. Fitur ini memungkinkan pengguna berbagi suatu informasi kepada pengguna lainnya tanpa di *filter* terlebih dahulu. Mereka mungkin lupa bahwa tidak semua pengguna memiliki pengetahuan mengenai berita yang kita bagi. Hal ini dapat menyebabkan penafsiran ganda terhadap isi berita yang dibagikan, sehingga memicu adanya konflik.

4. Pesan media memiliki dampak komersial

Tak jarang ketika akan mengunduh suatu informasi pengguna diminta memasukkan akun media sosial atau email bahkan data diri lainnya. Hal ini terlihat sepele



tetapi sebenarnya informasi data diri dapat diperjual belikan, atau digunakan untuk tindakan penipuan lainnya.

5. Pesan media melekatkan sudut pandang

Ketika pengguna membuat status tentu yang diharapkan adalah pengguna lain dapat memahami apa yang ia rasakan melalui konten yang ia bagikan. Semisal, ketika pengguna mengunggah foto liburannya, ia ingin pengguna lain tahu bahwa ia menemukan tempat yang indah.

Konsep literasi media sosial di atas memberikan gambaran bahwa media sosial sangatlah berperan dalam membentuk opini seseorang. Besarnya dampak media sosial tersebut membuat seseorang harus mampu memilah dan memilih informasi mana yang merupakan fakta dan mana yang merupakan opini, dan juga melakukan filter terhadap informasi yang diterimanya sebelum meneruskan atau membagikannya Rheingold (Crook, 2012) mendiskusikan ada lima cara untuk dapat meliterasi media sosial:

1. Perhatian

Kemampuan untuk mengidentifikasi ketika dibutuhkan fokus perhatian dan mengenali suatu informasi. Perhatian dapat dicapai dengan memahami bagaimana pemikiran orang. Akan sulit untuk memfokuskan perhatian karena pikiran kita cenderung berjalan acak.

2. Partisipasi

Mengetahui kapan dan bagaimana partisipasi merupakan hal penting. Partisipasi memberikan pengguna pengalaman berbeda saat menjadi produktif. Partisipasi dalam media sosial dibedakan menjadi dua yaitu netizen aktif dan netizen pasif. Netizen aktif merupakan pengguna media sosial yang ikut memberikan post dan juga meneruskan atau membagikan informasi di media sosial. sedangkan pengguna pasif merupakan pengguna media sosial yang hanya membaca lini masa media sosial tanpa memberikan postingan ataupun meneruskan kembali postingan tersebut.

3. Kolaborasi

Pengguna dapat mencapai lebih dengan bekerja sama dibandingkan dengan bekerja sendirian. Melalui kolaborasi, redundansi dapat dihilangkan dan pekerjaan dapat didistribusikan. Adanya kolaborasi memungkinkan masyarakat berbagi sumber daya dan membangun ide lain sehingga kesalahpahaman dapat dihindari.



4. Kesadaran jaringan

Jaringan sosial saat ini diperluas dengan adanya teknologi. Saat ini masyarakat dapat menjadi anggota dari news group, komunitas virtual, situs gosip, forum dan organisasi lainnya.

5. Pemakaian secara kritis

Pemakaian secara kritis adalah evaluasi tentang apa dan siapa yang dapat dipercayai. Sebelum mempercayai, mengkomunikasikan, atau menggunakan dan membagikan kembali apa yang ditulis oleh orang lain, ada baiknya melakukan identifikasi. Cek klaim yang terdapat dalam informasi tersebut, lihatlah latar belakang penulis, sumber daya dan keakuratannya, (Ganggi,2018).

Disamping Upaya Yang Dilakukan Melalui Literasi Di Media Sosial Pemerintah Juga Berperan Penting Dalam Upaya Memerangi Post Truth Melalui Peraturan Perundang-Undangan Yang Dibuatnya. Undang-Undang ITE Yang Mengandung Sanksi Dan Hukuman Bagi Penyalahgunaan Informasi Digital Yang Mengganggu Ketertiban Umum, Serta Melindungi Warga Dalam Berinteraksi Di Media Sosial. Selain Itu Kominfo Juga Berperan Aktif Dengan Mengeluarkan Peraturan Menteri Komunikasi Dan Informatika No. 19 Tahun 2014 Tentang Penanganan Situs Bermuatan Negatif, (Syuhada,2017).

Melalui Literasi Media Sosial Diharapkan Akan Terbangun Budaya Bijak Bermedia Sosial, Meningkatkan Kemampuan Berpikir Kritis Yang Dilengkapi Karakter Yang Kuat Dengan Kemampuan Menetapkan Skala Prioritas, Dan Berpikir Jauh Kedepan Yang Akan Sangat Membantu Dalam Menghindari Terkurasnya Energi Untuk Menanggapi Hal-Hal Yang Tidak Prinsip, Sekaligus Merupakan Amunisi Utama Yang Dapat Digunakan Untuk Menyikapi Fenomena Post Truth.

III. Penutup

Media sosial sudah sangat melekat dengan kehidupan masyarakat saat ini menandakan bahwa kebutuhan akan informasi sangatlah pesat. Kemudahan dan kecepatan akses informasi secara yang di dapatkan melalui aplikasi media sosial yang ada



dalam smartphone menjadikan media sosial populer di berbagai lapisan masyarakat. Namun kemudahan dan kecepatan informasi yang didapatkan melalui media sosial membuat informasi yang didapatkan belum tentu kebenarannya. Media sosial juga menjadi salah satu medium penyampaian informasi bagi post truth atau kebohongan. Informasi kebohongan yang dibentuk dalam post truth bertujuan untuk membentuk opini publik yang salah untuk kepentingan tertentu. Literasi media sosial merupakan keterampilan seseorang dalam mencari, memilih, dan mengaplikasikan sumber informasi di media sosial. Keterampilan ini diperlukan untuk tetap dapat melakukan aktivitas bermedia sosial dengan bijak dan aman agar khalayak kritis terhadap media sekaligus menentukan informasi yang dibutuhkan dari media. Selain itu upaya pemerintah melalui peraturan Undang-undan ITE juga menjadi salah satu cara penting dalam memerangi post truth di media sosial.

Daftar Pustaka

- Angeliqa, F. 2016. *Habitus Remaja dalam Literasi Media Online*. The 3rd Indonesia Media Research Awards & Summit (IMRAS). Jakarta: Serikat Perusahaan Pers.
- Aras, M. 2016. *Media Sosial dan Pemelukada di Indonesia*. The 3rd Indonesia Media Research Awards & Summit (IMRAS). Jakarta: Serikat Perusahaan Pers.
- Goodman, S. 2014. *Social Media Literacy: The Five Key Concepts*.
- Haryatmoko. 2019. *Mencari Kebijakan di Era Post Truth: Menghadapi Hoaks, Emosi Sosial, dan Populisme Agama*. Majalah Basis, Nomor 05-06, Tahun ke-68.
- Keyes, R. 2004. *The Post truth era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life*. New York: St. Marti's Press.
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Poerwaningtias, I.dkk. 2013. *Model-Model Gerakan Literasi Media Dan Pemantauan Media Di Indonesia*. Yogyakarta: Pusat Kajian Media dan Budaya Populer dan Yayasan TIFA.
- Potter, W.J. 2011. *Media Literacy. Fifth Edition. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: Sage Publication*.



- Ganggi, RIP. 2018. *Materi Pokok dalam Literasi Media Sosial sebagai salah Satu Upaya Mewujudkan Masyarakat yang Kritis dalam Bermedia Sosial*. Anuva.
- Nasrullah, R. 2015. *Media Sosial*. Jakarta, Simbiosis Rekatamedia.
- Suardana, I.K.P. 2020. Resolution of Journalistic Ethics on Media Disruption Era. *Media Bina Ilmiah* 14 (8), 3015-3026.
- Suharyanto, CE. 2019. *Analisis Berita Hoaks Di Era Post Truth: Sebuah Review*. *Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi*.
- Syuhada, K. D. 2018. *Etika Media di Era "Post-Truth."* *Jurnal Komunikasi Indonesia*
- Tesich, S. 1992. *The Government of Lies*. The Nation.
- Triastuti, E. dkk. 2017. *Kajian Dampak Penggunaan Media Sosial Bagi Anak dan Remaja*. Jakarta: Puskakom.