

EFEKTIFITAS KOMUNIKASI SEBAGAI KATALISATOR BERKEMBANGNYA POST TRUTH CERDASKAN MILENIAL BERMEDIA SOSIAL DI KOTA MAKASSAR

*Communication Effectiveness as a Catalyst for the Development of Post Truth Clevering
Millennial Social Media in Makassar City*

Mitha Mayestika Kuen¹, Fyan Andinasari Kuen²

¹Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia Timur
Email: mithakuen@gmail.com

²Fakultasi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia Timur
Email: fyan.kuen@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords:

Communication
Effectiveness; Post-
Truth; Millennial;
Social media

Kata Kunci:

Efektifitas
Komunikasi, Post-
Truth, Millennial,
Media Sosial

How to cite:

Kuen, M. M., & Kuen,
F. A. (2020).
Efektifitas Komunikasi
Sebagai Katalisator
Berkembangnya Post
Truth Cerdaskan
Millennial Bermedia
Sosial di Kota
Makassar. Kareba:
Jurnal Ilmu
Komunikasi, 9(2),
361-381

ABSTRACT

The post truth era can be called the era of specific social shifts involving opinion makers and mainstream media. Competition of facts and hoaxes and lies to gain public trust. The mainstream media that was once considered one of the sources of truth is the current mainstream media must accept the fact that currently the barrier between lies and truth, non-fiction fiction fraud and honesty is very thin. In simple terms Post-truth can be interpreted that rather than looking for the community's truth, it is more justifying the information obtained. The improper use of social media is an implication of the presence of information technology which is a catalyst for the development of Post-truth, digital technology can produce its own reality, such as what has been scheduled in the agenda setting interest groups, so the separation between markers (signified) and markers (signifier) is the impact of this situation. The purpose of this study, is to obtain data related to how the effectiveness of Post-truth communication among Makassar City youth in social media has a more intellectual impact or has a negative impact. Quantitative descriptive research methods with a qualitative approach. socializing the habit of Self Censoring, which is not directly trusting information or news even if it is viral before proving it to find out that news is hoax, fake news, fake news, news according to facts or truth (post truth), so the results of this study are the effectiveness of communication as a catalyst The development of post truth brings positive things for millennial adolescents, especially in Makassar City.

Abstrak

Era post truth dapat disebut sebagai Zaman bergesernya sosial spesifik yang melibatkan para pembuat opini dan media arus utama. Persaingan fakta dan hoax serta kebohongan untuk mendapat kepercayaan khalayak. Media mainstream yang dulu yang dianggap sebagai salah satu sumber kebenaran adalah media mainstream saat ini harus menerima kenyataan bahwa saat ini pembatas antara kebohongan dan kebenaran, penipuan fiksi nonfiksi dan kejujuran sangat tipis. Secara sederhana Post-truth dapat diartikan bahwa daripada mencari kebenaran masyarakat lebih mebenarkan informasi yang didapat. Pemanfaatan media sosial yang tidak tepat merupakan implikasi kehadiran teknologi informasi merupakan faktor yang menjadi katalisator terhadap perkembangan Post-truth, teknologi

digital dapat menghasilkan realitas sendiri, seperti apa yang telah diagendakan pada agenda setting kelompok kepentingan, maka terpisahnya antara petanda (signified) dan penanda (signifier) merupakan dampak keadan ini. Tujuan penelitian ini, ialah untuk mendapatkan data terkait bagaimana efektivitas komunikasi Post-truth remaja Kota Makassar dalam bermedia sosial lebih berpengaruh mencerdaskan atau berdampak negatif. Metode penelitian Deskriptif Kuantitatif dengan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini, kalangan remaja pengguna Media Sosial di Kota Makassar cenderung telah memasyarakatkan kebiasaan Self Censoring yakni tidak langsung mempercayai suatu informasi atau berita sekalipun viral sebelum melakukan pembuktian untuk mengetahui berita tersebut hoax, berita palsu, berita bohong, berita sesuai fakta atau membenaran kebenaran (post truth), sehingga hasil dari penelitian ini adalah efektivitas komunikasi sebagai katalisator berkembangnya post truth membawa hal positif untuk remaja milenial khususnya di Kota Makassar.

PENDAHULUAN

Pada komunikasi model baru pengguna media sosial adalah yang utama, tidak lagi hanya berperan menyerap informasi serta menyampaikan pesan, tetapi lebih berperan dalam mempengaruhi persepsi dan perilaku publik, mempengaruhi pengambilan keputusan institusi, kelompok masyarakat dan turut andil dalam pengembangan kesadaran kolektif opini publik. (Anggraini, 2018)

Era post truth dapat disebut sebagai pergeseran sosial spesifik yang melibatkan media arus utama dan para pembuat opini. Persaingan fakta dan hoax serta kebohongan untuk mendapat kepercayaan khalayak. Dulu yang dianggap sebagai salah satu sumber kebenaran adalah media mainstream saat ini harus menerima kenyataan bahwa saat ini pembatas antara kebohongan dan kebenaran, penipuan fiksi nonfiksi dan kejujuran sangat tipis. Post-truth dapat diartikan secara sederhana, bahwa masyarakat dari pada mencari kebenaran masyarakat cenderung lebih memilih membenarkan informasi yang diterima. (Anggraini, 2018)

Pemanfaatan media sosial yang tidak tepat merupakan implikasi kehadiran teknologi informasi merupakan faktor yang menjadi katalisator terhadap perkembangan Post-truth, teknologi digital dapat menghasilkan realitas sendiri, seperti apa yang telah diagendakan pada agenda setting kelompok kepentingan, maka terpisahnya antara petanda (signified) dan penanda (signifier) merupakan dampak keadan ini. (Anggraini, 2018)

Sosialisasi dan pengetahuan mengenai internet khususnya cara penggunaan media sosial, sangat mempengaruhi dalam menciptakan penerus yang cerdas serta bijaksana dalam menggunakan media sosial. (PMD., 2018)

Literasi digital salah satu bentuk dalam memberikan edukasi di era moderensi saat ini. Penyebaran edukasi internet dan akan mempermudah akses dengan adanya budaya literasi digital. Internet dapat dimanfaatkan untuk memberikan pengetahuan baru yang merupakan asupan nutrisi pada otak melalui narasi, artikel dan ebook pada media sosial dan juga dapat menambah teman dengan berinteraksi di media sosial. Memahami media sosial dan internet dengan secara keseluruhan akan merengkuh kecerdasan. (PMD., 2018)

Untuk mencetak generasi yang memiliki rasa persatuan dan perdamaian dapat dengan langkah budaya literasi digital. Menjadi langkah nyata generasi milenial cerdas dan bijak menggunakan media sosial dengan menggalakan budaya literasi digital. (PMD., 2018)

Namun kemudahan dan kecanggihan yang ditawarkan di era sekarang tidak lepas dari dampak positif dan negatif bagi kehidupan. Media sosial tersebut juga memiliki efek yang perlu diteliti lebih lanjut. Diantaranya penggunaan media sosial semakin banyak dimasyarakat, teurtama pada kalangan remaja Kota Makassar.

Dampak yang terjadi pada remaja tersebut tentu tidak bisa diabaikan, salah satu pengaruh yang berdampak yakni perubahan sifat dan karakter seseorang dari penggunaan alat-alat modern khususnya media komunikasi seperti sosial media youtube, facebook, twitter, whatsapp.

Generasi Milenial merupakan istilah yang dikenal saat ini, diciptakan oleh pakar sejarah dan penulis Amerika, Neil Howe dan William Strauss dalam beberapa bukunya. Millennial generation atau generasi Y juga akrab disebut generation me atau echo boomers. (Ester, 2016)

Pengetahuan tinggi menggunakan platform dan terbiasa dengan dunia maya juga dapat memberikan titik lemah bagi para generasi milenial. Keamanan generasi internet yang menjadi dampak dari titik lemah tersebut.

Dari beberapa poin di atas yang menjadi fokus indentifikasi masalah peneliti yakni sebagai bagian yang tidak terpisahkan dalam pengembangan ilmu komunikasi literasi digital, maka perlu di teliti lebih lanjut efektifitas komunikasi post truth terhadap remaja milenial Kota Makassar ini akan mencerdaskan atau lebih kedampak negatif melalui media sosial yang sering digunakan.(Ester, 2016)

Semakin banyak jumlah remaja yang memakai streaming video kian tak terbendung. Ericsson mencatat, hingga 2011 silam hanya ada sekitar 7% remaja berusia 16 - 19 tahun yang mengakses video melalui Youtube. Waktu yang dihabiskan didepan layar mobile sehari tiga jam. Empat tahun setelahnya angka terus meningkat menjadi 20%. (Ester, 2016). Selain itu waktu menonton streaming tiga kali lipat meningkatnya. Bukti itu menegaskan generasi internet tidak akan bisa lepas dari kebiasaan menonton daring.

Bagi generasi milenial teknologi media sosial merupakan tempat andalan untuk mendapatkan seluruh informasi yang diinginkan. Bagi masyarakat saat ini media sosial merupakan sumber informasi dan berita yang paling utama juga sebagai platform berbagi pelaporan yang terjadi disekeliling mereka. Hal ini terbukti dengan laporan warga seperti teror bom dan peristiwa penting yang terjadi sepanjang 2016. Untuk mendapatkan info kejadian dan peristiwa serta laporan terkini atau informasi sebuah kejadian yang diandalkan masyarakat adalah media sosial. (Ester, 2016)

Pengetahui tinggi menggunakan platform dan terbiasa dengan dengan dunia maya juga dapat memberikan titik lemah bagi para generasi milenial. Keamanan generasi internet yang menjadi dampak dari titik lemah tersebut.

Sebanyak 20 persen generasi milenial tanpa rasa curiga sebagai kata sandi yang dapat mengancam keamanan akun daring pengguna. Kemudian Sebanyak 90 persen pengguna atau sebagian besar konsumen di Indonesia menggunakan koneksi wifi umum / publik. Namun, Diantara pengguna media sosial tersebut hanya 51% yang tahu cara menjaga keamanan jaringan. Sedangkan responden yang mampu menggabungkan mobile dan wifi menggunakan VPN reguler hanya 36 persen. Sementara, Untuk yang tidak dapat mengenali email terkena malware sekira 28 persen. (Ester, 2016) Milenial yang mengalihkan perhatian dari gawai, seperti tv, Hp, dan Tablet 27 kali setiap jamnya yaitu pada 80 jt generasi milenial yang lahir pada 1976 – 2001 menurut info grafis. Pada generasi sebelumnya hal ini

meningkat 17 kali perjam. Ketertarikan milenial dalam urusan perkerjaan tidak pada pembayaran yang besar tetapi lebih tertarik pada pekerjaan bermakna. Milenial menghabiskan waktu 18 jam perhari untuk hiburan, baik itu menikmati layanan ondemand, main game, atau hanya menonton tv. (Sumber: Pusat Data Republika) (Republika, 2016)

Hasil kajian tersebut akan menjadi referensi tersendiri mengenai komunikasi Era post-truth yang berkembang pada remaja milenial di Kota Makassar dalam bermedia sosial. Oleh karena itu Penulis mengangkat sebuah judul Penelitian yaitu: “Efektivitas Komunikasi Sebagai Katalisator Berkembangnya Post-Truth Cerdaskan Remaja Milenial Bermedia Sosial di Kota Makassar”.

Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian yang akan dilaksanakan ini adalah: Bagaimana Efektivitas Komunikasi Sebagai Katalisator Berkembangnya Post Truth Cerdaskan Remaja Milenial Bermedia Sosial di Kota Makassar?

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, ialah untuk mendapatkan data komprehensif terkait bagaimana efektivitas komunikasi Post-truth remaja Kota Makassar dalam bermedia sosial lebih berpengaruh mencerdaskan atau berdampak negatif, yang pada akhirnya dapat menjadi sebuah rujukan yang bersifat sustainable bagi penelitian yang merepresentasikan kemajuan atau perkembangan ilmu komunikasi literasi digital di Kota Makassar.

KAJIAN LITERATUR

Era Post-Truth

Politik pasca kebenaran (disebut juga politik pascafakta) adalah Mengutamakan emosi serta keluar dari inti kebijakan dalam perdebatan disebut juga dengan budaya politik. Selain itu, Hal yang menjadi isi pidato berulang ulang ditegaskan dengan tidak mendengarkan umpan balik yang berbobot. Kebiasaan menantang dan mencari titik lemah kebenaran berbeda dengan Pascakebenaran. Kebenaran ditempatkan diposisi kedua merupakan pasca kebenaran. Pasca kebenaran kemungkinan sudah lama ada dan merupakan bagian kehidupan politik meskipun dianggap sebagai masalah moderen, tetapi kurang diketahui sebelum ada internet. (Ochen, 2019)

Sederhananya manusia yang hidup dalam kebohongan dan menganggap kebohongan tidak lagi merupakan masalah yang besar adalah *Era Post-truth*. *Era Post -Truth* melahirkan Banalitas Kebohongan yang membuat manusia secara akal budi kesulitan untuk melihat jelas. (Kurniawan, 2018)

Dalam hal mencari dan merumuskan kebenaran manusia menkonstruksikan nalar pada *Era post-truth* sejatinya unik. Kebenaran yang sama dengan emosi sosial merupakan kebenaran sejati yang dimaksudkan dalam era *Post- truth*.

Berarti apabila sesuatu dianggap mampu mempengaruhi emosi publik, maka sesuatu itu dianggap kebenaran, tidak peduli informasi diperoleh dari mana dan bagaimana menyusun informasi itu sehingga informasi menjadi abu-abu atau malah berlawanan dengan apa yang sebenarnya/fakta.(Kurniawan, 2018)

Rekonstruksi Nalar Manusia pada Era *Post-Truth*

Kehadiran Internet membuat manusia tidak lagi mencari informasi tentang hal-hal yang berkaitan

dengan informasi tersebut tetapi sebaliknya informasi yang datang pada manusia. Untuk mendapatkan informasi ataupun pengetahuan yang update menjadi begitu mudah dan instan. (Habermas, 1979)

Cara pandang manusia terhadap internet, media sosial dan media online berkaitan dengan cara manusia merekonstruksi nalar kritisnya. Internet dirumuskan oleh banyak orang sebagai suatu realitas yang dibanyak pembahasan atau kajian disebut *hyper reality*. Media sosial online merupakan komunitas global bagi sebagian banyak orang dimana manusia dapat saling membenarkan persepsi dan berinteraksi satu sama lain hal ini merupakan akibat dari *hyper reality*.

Pada *Era Post-truth* bukan pekerjaan mudah rekonstruksi nalar manusia sebab berkaitan dengan kesadaran bersama dan kesadaran. Kemudahan merupakan racun yang ditawarkan internet sudah sangat kuat dalam kehidupan manusia saat ini. Bagi orang-orang yang peduli pada kebenaran sejati maka rekonstruksi nalar menjadi tugas tiap orang. Internet dan media sosial lainnya merupakan teknologi yang sifatnya membantu kehidupan manusia hal ini yang perlu dilihat pada manusia dalam penggunaan internet dan media sosial. Sehingga apapun informasi yang diberikan oleh teknologi juga harus dikritisi sehingga manusia bisa menikmati kebenaran. (Kurniawan, 2018)

Kerangka pemahaman literasi media yang mulai dikaji seiring kemunculan media konvensional mendapatkan tantangan media baru. Media lama seperti media cetak, televisi, radio telah mengharuskan kecakapan bagi para pengguna hal ini sangat berbeda dengan media baru. Gagasan literasi media baru diharapkan akan membuat para pengguna lebih kritis dalam mengonsumsi, memproduksi, dan menyebarkan pesan-pesan melalui media baru. Ini karena kegagalan atau kekeliruan dalam menggunakan media sosial akan menciptakan kondisi ketidakberdayaan (Vanwysberghe, 2011) sehingga literasi digital menjadi kompetensi yang dibutuhkan untuk menghadapi industri kreatif yang lebih kompetitif dan terwujudnya suatu masyarakat pengetahuan yang inklusif (Aguaded-Gómez, 2014) dan kecakapan untuk bertahan hidup (*survival skills*) (Ashley, S., Maksl, A., & Craft, 2017). Literasi digital juga sangat penting dalam kerangka demokrasi karena mendorong keterlibatan warga negara secara lebih bermakna. Paul Mihailidis berargumen bahwa “media literacy is the path towards more active and robust civic engagement in the 21st century” (Ashley, S., Maksl, A., & Craft, 2017) Jika kualitas demokrasi ditentukan oleh diantaranya informasi yang diterima masyarakat (*well-informed*) (Rianto, 2019)(McNair, 2003), maka kemampuan warga negara dalam menganalisis, menginterpretasi, dan menggunakan media akan memberikannya kapasitas yang lebih baik. (Rianto, 2019)

Karakteristik Media Sosial

Media sosial saat ini adalah tempat dimana seseorang dapat bersosialisasi dengan orang lain dan bukan hanya dijadikan sebagai sarana komunikasi (Antony, 2008) menjelaskan bahwa media sosial memiliki karakteristik seperti:

Partisipasi, media sosial merupakan penyebab adanya kontribusi dan feedback dari orang-orang yang memiliki keterkaitan mengungkannya, sehingga dapat mengaburkan batasan antara media dan audiensnya.

Keterbukaan, Pada media sosial banyak juga yang memberikan akses untuk feedback, dan keterlibatan melalui voting, share dan juga untuk mengomentari. Kadang-kadang batasan untuk mengakses dan menggunakan isi pesan (perlindungan password pada isi cenderung dianggap aneh)

Perbincangan, Media sosial sangat mungkin membuat adanya perbincangan ataupun pemakaian secara dua arah.

Komunitas, Media sosial juga memungkinkan penggunanya untuk dapat terbentuk dan tergabung pada komunitas-komunitas yang sesuai dengan karakteristik penggunanya. Media sosial dapat memfasilitasi pengguna agar dapat berkomunikasi secara efektif dan cepat dalam berbagi minat yang sama. Seperti hobi fotografi, ketertarikan pada dunia politik atau acara tv favorit.

Keterhubungan, Banyak media sosial berkembang pesat karena mempunyai suatu kemampuan yang bisa melayani keterhubungan antar pemakainya, melalui suatu fasilitas tautan (links) ke website, sumber informasi dan bagi pemakai lainnya. (Antony, 2008)

Fungsi Media Sosial, Terdapat beberapa fungsi dari media sosial, antara lain:

Untuk meluaskan interaksi sosial manusia dengan memakai internet dan teknologi web Melakukan transformasi praktik komunikasi satu arah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience (one to many) ke dalam praktik komunikasi dialogis antara banyak audience (many to many)

Sebagai dukungan demokratisasi pengetahuan dan juga informasi Melakukan transformasi Manusia merupakan pemakai isi pesan menjadi pesan itu sendiri (Puntoadi, 2011) mengemukakan, pemakaian media sosial mempunyai fungsi antara lain:

Membangun personal branding lewat sosial media merupakan tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena audience yang akan menentukan. Beberapa media sosial digunakan untuk orang berkomunikasi, berdiskusi dan dapat memberikan suatu status popularitas di media sosial

Media sosial juga memberikan peluang yang berfungsi lebih dekat dengan konsumen. Pada media sosial memeberikan pilihan konten yang lebih kepada pribadi/individual. Berbagai podusen /pemasar melalui media sosial dapat mengetahui apa yang disukai dan dilakukan konsumenn meraka sehingga dapat melakukan komunikasi secara personal dan medapat membuat ketertarikan yang lebih dalam. (Puntoadi, 2011)

Terkait dengan penelitian terlebih dahulu, yaitu Penelitian seperti ini pernah dilakukan sebelumnya seperti yang dijelaskan diatas namun dalam penelitian yang dilakukan ini berbeda dari penelitian tersebut. Penelitian tentang Efektivitas komunikasi yang pernah dilakukan yakni Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten (Oktaviani, 2019) oleh Institut Pertanian Bogor tahun 2019 Pada Penelitian tersebut yang dikaji adalah efektivitas komunikasi dalam penggunaan media sosial dalam melakukan promosi pengenalan daerah wisata. Berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan bahwa efektivitas komunikasi yang memanfaatkan media sosial bukan hanya sekedar alat promosi namun kecenderungan efektivitas komunikasi sebagai katalisator berkembangnya *post-truth* diantara remaja milenial yang berdampak besar mempengaruhi cara berpikir, berperilaku didunia maya dan di kenyataan.

Jenis-Jenis Media Sosial

Kotler dan Keller (Philip Kotler & Kevin & Keller, 2012) mengemukakan terdapat tiga platform utama dalam media sosial, yakni:

Online Communities And Forums

Ada berbagai bentuk dan ukuran komunitas online dan forum, yang mana banyak dibuat oleh pelanggan atau kelompok pelanggan tanpa ada bunga komersial ataupun afiliasi perusahaan. Beberapa komunitas online dan forum ini didukung oleh perusahaan yang anggotanya berkomunikasi dengan perusahaan dan satu sama lain dengan lewat posting, instant, messaging, dan juga chatting yang berdiskusi tentang minat khusus yang dapat berkaitan dengan produk perusahaan dan merek.

Social Networks

Kekuatan yang utama baik pada bisnis konsumen dan juga pemasaran bisnis ke bisnis yaitu sosial networks jaringan sosial. Diantaranya ialah messenger, twitter, facebook dan lain-lain. Platform media sosial yang berbeda itu memberikan penawaran yang berbeda untuk perusahaan.

Sedangkan menurut (Puntoadi, 2011), terdapat beberapa jenis atau macam media sosial, antara lain yakni:

Bookmarking

Bookmarking menawarkan peluang untuk menshare link dan tagh yang menjadi minat. Tujuannya supaya apa yang kita sukai dapat di nikmati setiap orang.

Content Sharing

Situs content sharing yang sering di kunjungi oleh banyak orang yaitu Youtube dan Flickr. Youtube dan Flickr adalah situs content sharing yang serinkali dikunjungi oleh banyak orang.

Social Network

Kegiatan yang memakai fitur yang disediakan oleh situs tertentu menjadil suatu hubungan, interaksi dengan sesama. Situs sosial networking itu antara lain LinkedIn, facebook dan My Space.

Dampak Media Sosial

Suatu media sosial pasti mempunyai suatu dampak baik secara positif ataupun negatif. Berikut adalah dampak dampak dari sosial media:

Dampak Positif Media Sosial

Dampak secara positif dari media sosial adalah:

1. Silaturahmi menjadi lebih erat
2. Memberikan ruang untuk berpesan positif. Sosial media sudah banyak dipakai oleh para tokoh agama, motivator, dan juga ulama.
3. Mendekatkan hubungan pertemanan
4. Mudah meperoleh informasi yang tepat dan akurat selalu ada
5. Sehingga Wawasan dan pengetahuan menjadi bertambah

Dampak Negatif Media Sosial

Dampak secara negatif dari media sosial adalah:

1. Penipuan, Pornografi, Prostitusi
2. Media untuk menyebarkan ideologi yang sangat efektif dan efisien
3. Anak dan remaja menjadi malas belajar untuk berkomunikasi pada dunia nyata.
4. Selain itu juga menjadi tempat bagi orang-orang yang tidak bertanggung jawab untuk melancarkan aksi kejahatan pada jejaring sosial.
5. Pada media sosial remaja dan anak dapat menggunakan bahasa apapun baik itu bahasa gaul ataupun bahasa baku dan bahasa sehari-hari mereka.

Efektifitas Komunikasi

Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap pendapat, atau perilaku baik secara lisan maupun tidak langsung melalui media (Effendy, 2009), dalam definisi tersebut tersimpul tujuan yakni memberi tahu, atau mengubah sikap (attitude), pendapat (opinion), atau perilaku (behavior). (Effendy, 2009) juga berpendapat bahwa proses komunikasi pada hakekatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Dalam benak manusia yang muncul pikiran bisa berbentuk opini, gagasan, informasi dan lain lain. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan dan sebagainya yang muncul dari lubuk hati. Agar komunikasi berlangsung secara efektif, perlu adanya strategi komunikasi yang memperhitungkan faktor pendukung dan penghambat komunikasi (Effendy, 2009)

Di Amerika Serikat post truth menjadi tantangan baru di era digital terutama sejak kampanye politik, fenomena post truth meluas dalam dunia politik. Post-truth muncul karena banyak faktor diantaranya adalah menurunnya kepercayaan terhadap ilmu pengetahuan, ketimpangan sosial dan ekonomi, menurunnya kapital sosial (Lewandowsky, S., & Ullrich KH Ecker, 2017) dan ketiadaan institusi yang memonopoli kebenaran (Kapolkas, 2019). Post-truth dicirikan oleh mengaburnya batas-batas antara kebohongan dan cerita kebenaran (Keyes, 2004; seperti dikutip Kapolkas, 2019: 12).

Kehadiran media baru terutama media sosial mempunyai pengaruh besar dalam menyebarkan posttruth karena karakteristiknya. Seperti dikemukakan Lewandowsky et.al (2017: 359) (Lewandowsky, S., & Ullrich KH Ecker, 2017), "One consequence of exposure to ideologically slanted media is the formation of inaccurate beliefs even when relevant evidence is understood correctly". Kapolkas mengemukakan bahwa era Paska-kebenaran dan Era Pengalaman (Experience Age) tidak dapat dilepaskan oleh lingkungan media. Tidak hanya perubahan Masyarakat sebagai mediator (pembawa pesan) yang dipengaruhi oleh keberadaan media, tetapi juga logika internal. Kemaha hadira, dan keberadaan mereka. Secara mendasar keberadaan media mempengaruhi praktek kehidupan sosial dan politik dalam hidup manusia hal ini yang disebut proses mediatisasi. Termasuk juga cara orang memanipulasi pikiran orang lain dengan berbohong dengan praktek disinformasi

Teori Agenda Setting

Agenda setting menurut **McCombs & Shaw** adalah "*mass media have the ability to transfer the*

salience of items on their news agendas to public agenda” (Emory.A, 2012). Pengertian ini menjelaskan bahwa media massa memang memiliki kekuatan untuk mempengaruhi bahkan membentuk pola pikir *audience* yang terkena terpaan informasinya.

McCombs dan Shaw menerangkan lebih lanjut bahwa media massa mempunyai kemampuan untuk membuat masyarakat menilai sesuatu yang penting berdasarkan apa yang disampaikan media, dengan kata lain *we judge as important what the media judge as important*.

Media memberi informasi segala sesuatu hal dan isu apa yang harus dipikirkan bukan mempengaruhi cara berpikir masyarakat dengan memberi informasi apa yang mereka pikirkan dan apa saja ide atau nilai mereka miliki. Penilaian sebagian besar masyarakat bahwa segala informasi yang diberikan oleh media massa merupakan hal yang layak menjadi isu bersama dan cakupan ranah publik.

Vargo & Guo (2017) pernah melakukan penelitian dengan judul “*The Agenda-Setting Power of Fake News: A Big Data Analysis of The Online Media Landscape from 2014 to 2016*”. Studi ini meneliti tentang kekuatan pengaturan agenda (agenda setting) berita palsu di media online dari 2014 hingga 2016. Walaupun pada penelitian ini memberi informasi konten dari web berita palsu mengalami peningkatan, tetapi pada situs ini tidak menggunakan kekuatan agenda setting yang berlebihan. Sebaliknya, berita palsu memiliki jalinan hubungan yang rumit dengan media partisan online, baik dalam menanggapi maupun menetapkan agenda isu. Pada tahun 2016, media partisan tampaknya sangat rentan terhadap agenda palsu berita. (Vargo, n.d.) 2017)

Di Amerika Serikat post truth menjadi tantangan baru di era digital terutama sejak kampanye politik, fenomena post truth meluas dalam dunia politik. Menurunnya kepercayaan terhadap ilmu pengetahuan, ketimpangan sosial serta ekonomi serta menurunnya kapitas sosial merupakan faktor-faktor yang membuat munculnya *Post-truth* (lihat Lewandowsky et.al, 2017); dan ketiadaan institusi yang memonopoli kebenaran (Kapolkas, 2019: 11). Post-truth dicirikan oleh mengaburnya batas-batas antara kebohongan dan cerita kebenaran (Keyes, 2004; seperti dikutip Kapolkas, 2019: 12). Kehadiran media baru terutama media sosial mempunyai pengaruh besar dalam menyebarkan post-truth karena karakteristiknya. Seperti dikemukakan Lewandowsky et.al (2017: 359), “One consequence of exposure to ideologically slanted media is the formation of inaccurate beliefs even when relevant evidence is understood correctly”. Kapolkas mengemukakan bahwa era Paska-kebenaran dan Era Pengalaman (Experience Age) tidak dapat dilepaskan oleh lingkungan media. Tidak hanya perubahan Masyarakat sebagai mediator (pembawa pesan) yang dipengaruhi oleh keberadaan media, tetapi juga logika internal. Kemaha hadir, dan keberadaan mereka. Secara mendasar keberadaan media mempengaruhi praktek kehidupan sosial dan politik dalam hidup manusia hal ini yang disebut proses mediatisasi, yakni ketika keberadaan media pada akhirnya mempengaruhi secara mendasar praktik-praktik sosial dan politik kehidupan manusia. Termasuk juga cara orang memanipulasi pikiran orang lain dengan berbohong dengan praktek disinformasi.

Terkait dengan penelitian terlebih dahulu, yaitu Penelitian seperti ini pernah dilakukan sebelumnya seperti yang dijelaskan di atas namun dalam penelitian yang akan dilakukan ini berbeda dari penelitian tersebut. Penelitian tentang Efektivitas komunikasi yang pernah dilakukan yakni Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten (Oktaviani, 2019) oleh Institut Pertanian Bogor tahun 2019 Pada Penelitian tersebut yang dikaji adalah efektivitas komunikasi dalam penggunaan media sosial dalam melakukan promosi pengenalan daerah wisata. Berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan bahwa efektivitas komunikasi yang memanfaatkan media sosial bukan hanya sekedar alat promosi namun kecenderungan efektivitas

komunikasi sebagai katalisator berkembangnya *Post-truth* diantara remaja milenial yang berdampak besar mempengaruhi cara berpikir, berperilaku di dunia maya dan di kenyataan.

Studi ini akan menguji sejauh mana post-truth terjadi dalam ruang percakapan “virtual”. Meskipun hoaks atau kebohongan sebagai salah satu ciri penting *Post-truth* banyak beredar melalui media sosial seperti Facebook ataupun Twitter(Mastel, 2017).

Media menjadi sarana penyebaran informasi dan berpengaruh pada masyarakat karena media online memberi kemudahan dan efisiensi dalam penggunaannya. Tidak hanya cara menyampaikan informasi media online juga merubah cara masyarakat dalam mengkonsumsi informasi .(Juditha, 2018)



Gambar 1. Kerangka Penelitian

METODE

Metode yang digunakan pada penelitian ini yakni: deskriptif kuantitatif dengan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif, penelitian menggunakan teknik purposive sampling terdiri dari 67 informan dan 36 informan pendukung. teknik pengumpulan data adalah dibagi dua yakni bagian teknik pengumpulan data yaitu data primer dan sekunder serta studi pustaka, referensi buku, karya ilmiah, internet searching dan studi lapangan : observasi nonpartisan, wawancara mendalam, dokumentasi dan diskusi zoom bersama remaja kota Makassar.

Secara Deskriptif Kuantitatif dalam bentuk persen dijabarkan dari hasil kuisisioner *Post-truth* yang disebar dikalangan remaja kota Makassar.

Secara Kualitatif bertujuan untuk mengetahui atau menggambarkan kenyataan dari kejadian yang diteliti sehingga memudahkan penulis untuk mendapatkan data yang objektif dalam rangka mengetahui memahami efektivitas Komunikasi Sebagai katalisator berkembangnya *Post-truth* dalam bermedia sosial di Kota Makassar. Data kualitatif yang diperoleh melalui wawancara mendalam dengan menggunakan kuisisioner dan zoom disebarkan pada siswa/siswi SMP, SMA, SMK Dan serta beberapa mahasiswa/i Universitas Di kota Makassar. Dalam penelitian ini juga dilakukan triangulasi guna memperkaya hasil dari penelitian dengan cara mengkomparasikan hasil dari penelitian dengan konsep dan teori penelitian sebelumnya.

HASIL PENELITIAN

Efektivitas Komunikasi dalam Bermedia Sosial

Pesatnya perkembangan dan pemanfaatan media sosial sekarang ini disebabkan oleh beberapa faktor antara lain yang menonjol adalah faktor anggapan bahwa semua orang merasa seperti bisa "memiliki" media sendiri. Keadaan ini terjadi karena setiap pengguna (individu) dapat mengakses media sosial dengan fasilitas jaringan internet cepat, sedang dan yang lambat sekalipun, tanpa mengeluarkan biaya besar, tanpa penggunaan perangkat berbiaya mahal, dan dilakukan sendiri tanpa memerlukan karyawan. Pengguna media sosial dengan bebas dapat mengakses, mengedit, menambahkan, dan memodifikasi (baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model content lainnya).

Kenyataan itu menjadikan media sosial dalam era digital saat ini menjadi alat komunikasi yang efektif, penyebaran informasi tanpa batas ruang dan waktu, alat pertemanan lintas batas secara virtual dan lainnya selama dilakukan secara benar, positif dan berimbang, sehingga banyak rambu-rambu menyertai yang harus dipahami oleh semua pengguna media sosial, minimal untuk memprotek (melindungi) diri sendiri agar tidak melanggar aturan main, etika, dan peraturan (hukum) yang berlaku (UU ITE).

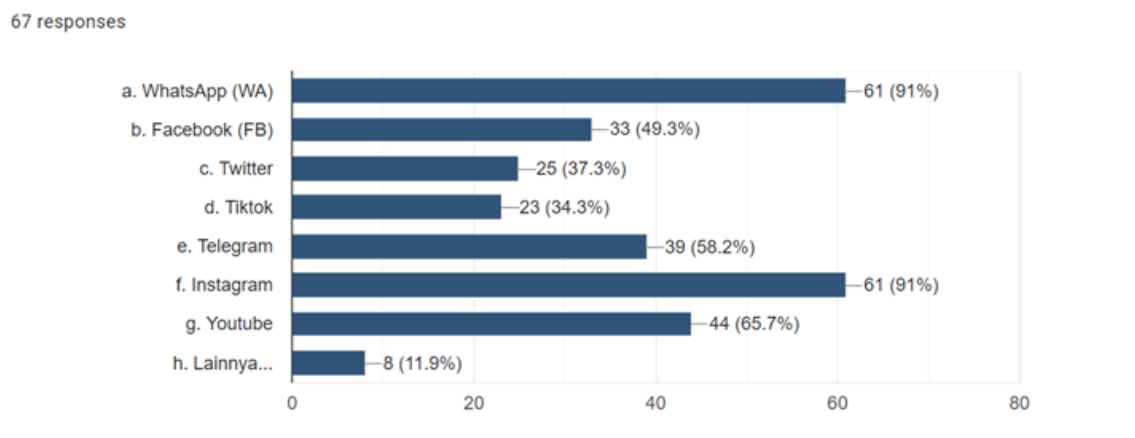
Karena sudah sangat membuminya pemanfaatan media sosial pada era digital bagi kalangan remaja milenial sehingga ada ungkapan "*Go digital or die*" atau anda ikut dengan perkembangan digital dalam bersosial kemasyarakatan (Media sosial) atau anda hilang dari peradaban modern sesuai perkembangan zaman. Dan saat ini adalah zamannya digitalisasi sehingga media sosial menjadi salah satu sarana untuk komunikasi dan pergaulan serta informasi tanpa sekat ruang dan waktu dimanapun anda berada di pelosok dunia.

Karakteristik Media Sosial

Media sosial saat ini adalah tempat dimana seseorang dapat bersosialisasi dengan orang lain dan bukan hanya dijadikan sebagai sarana komunikasi (Antony, 2008) menjelaskan bahwa media sosial memiliki karakteristik : Partisipasi, Keterbukaan, Perbincangan, Komunitas dan Keterhubungan, maka dari hasil kuisioner yang disebar dengan menggunakan google form selama bencana covid kepada informan yakni :

Media yang paling banyak digunakan untuk melakukan interaksi komunikasi melalui media sosial di kalangan Remaja Kota Makassar sebagai indikasi Terbesar terjadinya efektivitas Komunikasi sebagai katalisator berkembangnya Post-truth di kalangan remaja yakni aplikasi WhatsApp dan Instagram dengan persentasi 91%, menyusul Youtube 65,7%, Telegram (58,2%), FB (49,3%), Twitter 37,3% dan Tiktok 34,3%.

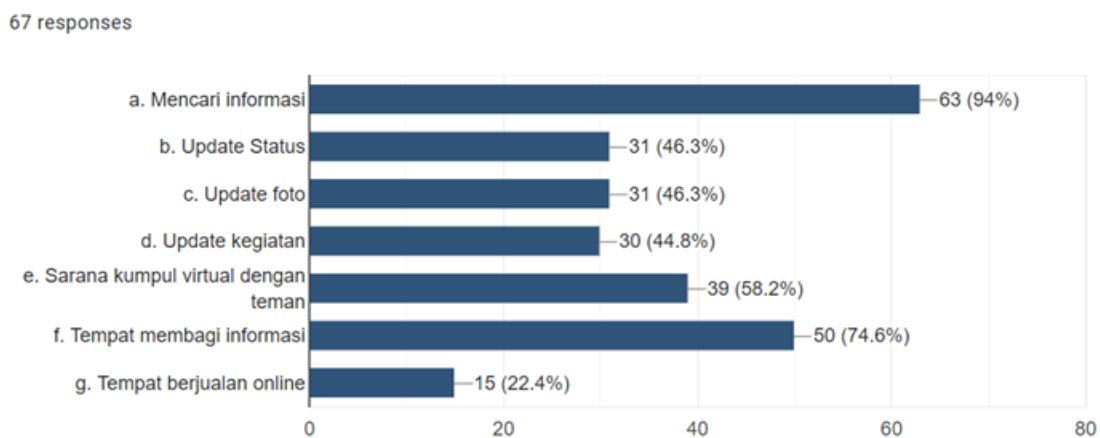
Tiktok terendah dalam penelitian namun data dunia mencatat TikTok naik ke posisi keenam dalam peringkat aplikasi seluler global oleh pengguna aktif bulanan untuk tahun 2019. Untuk konteksnya, Tiktok masih di belakang WhatsApp, Facebook, WeChat dan Instagram, tetapi sudah di depan semua platform sosial lainnya. (Kemp, 2020)



Gambar 2. Grafik Media Sosial Favorite Remaja Milenial

Hal ini juga dibuktikan pada peneliti-peneliti terdahulu yang mengungkapkan bahwa media sosial yang banyak digunakan untuk melakukan interaksi dan mudah dimasuki oleh ragam Posth-truth terutama hoax yakni melalui media sosial dan lainnya, Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Mastel, 2017) menyebutkan bahwa saluran yang banyak digunakan dalam penyebaran *hoax* adalah situs web, sebesar 34,90%, aplikasi *chatting* (Whatsapp, Line, Telegram) sebesar 62,80%, dan melalui media sosial (Facebook, Twitter, Instagram, dan Path) yang merupakan media terbanyak digunakan yaitu mencapai 92,40%. Sementara itu, data yang dipaparkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika menyebut ada sebanyak 800 ribu situs di Indonesia yang terindikasi sebagai penyebar *hoax* dan ujaran kebencian (Pratama, 2017).

Penggunaan media sosial tersebut di kalangan remaja milenial mencapai 94% digunakan untuk pencarian informasi, selain itu 74,6% sebagai wadah untuk berbagi informasi. Di media sosial juga sebanyak 58,2% responden menjadikannya sebagai sarana kumpul virtual antarteman, serta sebanyak 46,3% menyatakan media sosial sebagai wadah untuk update foto dan status. Di samping itu tercatat sebanyak 44,8% menggunakan media sosial untuk update kegiatan mereka. Sedangkan 22,4% menggunakannya untuk berjualan online.

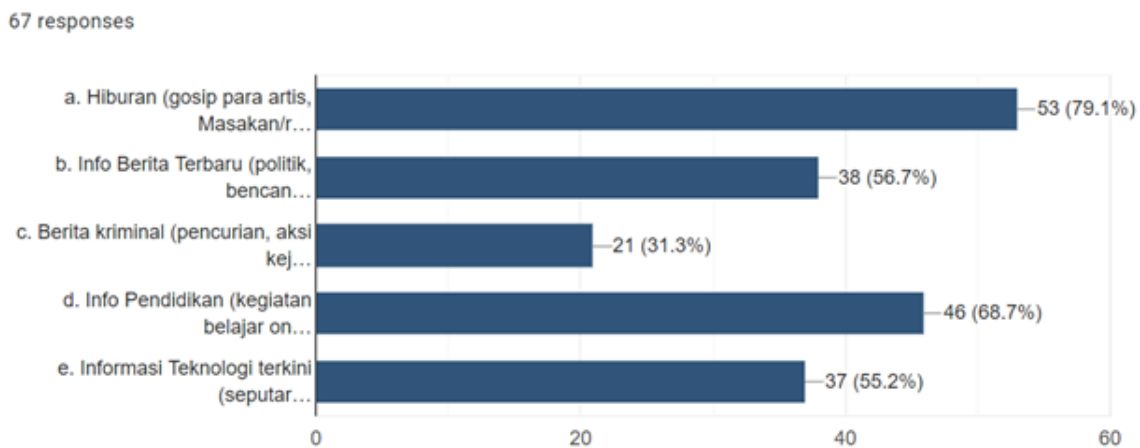


Gambar 3. Grafik Penggunaan Media Sosial di kalangan Remaja Milenial

Lama penggunaan media sosial di kalangan remaja bisa mencapai 10-20x sehari atau mencapai 47,7% dan ada pula yang menggunakan media sosialnya sepanjang waktu 24 jam update setiap hari, walaupun jumlahnya tidak banyak hanya 12,3%.

Waktu yang lama bagi sebagian remaja membuka media sosial karena beberapa faktor, antara lain karena unsur hiburan seperti informasi tentang gosip terbaru di kalangan artis, menjelajah dan menemukan tempat makan baru, menjelajah dan menemukan berbagai tempat jalan-jalan (obyek wisata) traveling sebagai informasi referensi pengetahuan dan peluang untuk sekali waktu melakukan traveling, meng-update tempat-tempat hang out (tempat kumpul baru) yang lagi trend. Yang menarik di sini, Komik mendapat rating mencapai 79,1% sebagai alasan membuka media sosial dan berhasil menembus peringkat teratas.

Penelitian diatas juga didukung oleh hasil data dari *WearSocial* yang menyatakan : per Januari 2017, terungkap bahwa orang Indonesia bisa menatap layar gadget kurang lebih 9 jam sehari, aktivitas kicauan dari akun Twitter yang berdomisili di ibu kota Indonesia ini paling padat melebihi Tokyo dan New York (*Hasil riset SemioCast, sebuah lembaga independen di Paris*). (Goebels, 2018) Rata-rata pengguna internet sekarang menghabiskan 6 jam dan 43 menit untuk online setiap hari. Terlebih lagi, pengguna internet dunia akan menghabiskan 1,25 miliar tahun secara kumulatif online pada tahun 2020, dengan lebih dari sepertiga waktu dihabiskan untuk menggunakan media sosial. (Kemp, 2020)



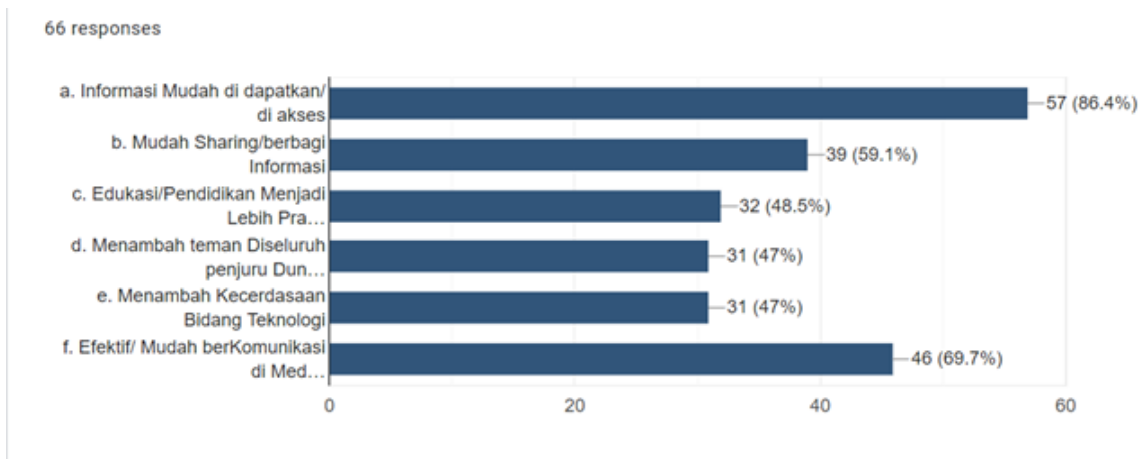
Gambar 4. Grafik Informasi Yang Paling Digemari Remaja Milenial

Selain itu, alasan lain membuka media sosial berlama lama adalah meng-update Informasi terkait Pendidikan (kegiatan belajar online terbaru, metode penyelesaian tugas) mencapai 68,7%, sedangkan untuk penggunaan mendapatkan informasi seputar berita politik dan sejenisnya mencapai 56,7%, kemudian informasi teknologi terkini 55,2% serta informasi berita pencurian, kriminal dan aksi kejahatan lain 31,3% menjadi pendukung alasan untuk membuka media sosial.

Terkait informasi di atas dapat disimpulkan bahwa untuk penggunaan media sosial di kalangan remaja milenial sudah memasuki tahap “self scolding” yaitu suatu keadaan dimana kalangan remaja sudah mampu mem-filter (menyaring) sendiri informasi apa saja yang menjadi prioritas saat bermedia sosial. Kenyataan ini sekaligus memperlihatkan bahwa kalangan remaja milenial cerdas dalam bermedsos sesuai kebutuhannya.

Penelitian tidak hanya sampai di sini saja, untuk membuktikan bahwa kalangan remaja milenial

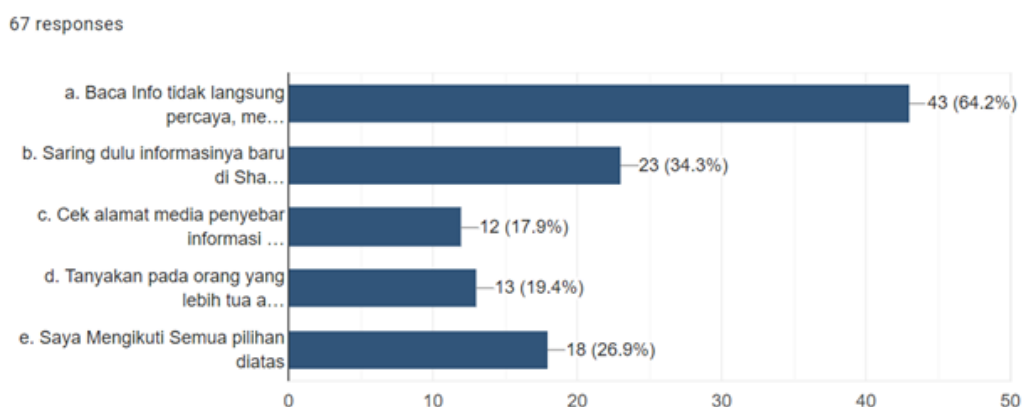
ini sudah cerdas dalam bermedia sosial mereka pun memberikan jawaban sebanyak 86,4% bahwa media sosial digunakan karena mudah mendapatkan informasi, artinya meng-update informasi terkini sesuai waktunya harus senantiasa dilakukan untuk mengetahui perkembangan terkini. Selain itu, sebanyak 69,7% responden menjawab bahwa media sosial juga efektif sebagai media untuk interaksi komunikasi virtual.



Gambar 5. Efektivitas Komunikasi di Sosial Media

Penelitian ini juga membuktikan bahwa sebanyak 64.6% kalangan remaja milenial menggunakan media sosial secara berhati-hati dalam menyebarkan informasi, dengan cara membiasakan diri “saring” dulu baru “sharing” (berbagi / sebar). Artinya sebagian besar Self Sencoring dalam diri remaja milenial ini berfungsi smart (cerdas), sebab informasi yang diterima tidak langsung diyakini sebagai suatu kebenaran, mereka masih menyaring dengan caranya, setelah itu barulah menyebarkan (sharing) untuk kalangannya.

Hal ini Dipertegas oleh Global Web Index yang menyatakan : Orang-orang juga semakin tidak percaya pada hal-hal yang mereka lihat dan dengar di internet. 56 persen orang dewasa berusia 18+ di seluruh dunia yang [disurvei](#) oleh The Reuters Institute for the Study of Journalism mengatakan bahwa mereka "prihatin" tentang apa yang nyata atau palsu di internet, naik dari 54 persen pada studi tahun sebelumnya.(Kemp, 2020)



Gambar 6. Grafik Self Censoring Remaja Milenial

Melalui penelitian ini, berhasil mengungkap fakta lain bahwa sebanyak 13,8% kalangan remaja masih

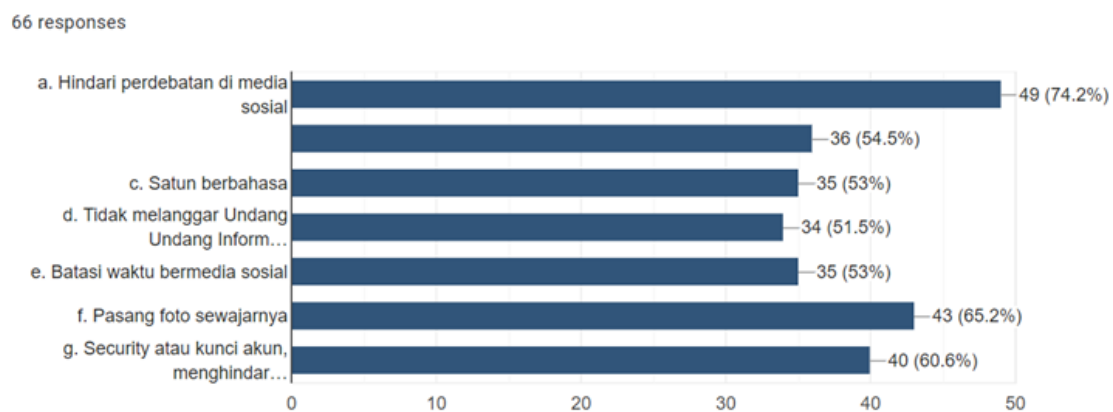
menjumpai teman di media sosial yang membenarkan berita tanpa cek terlebih dahulu kebenarannya dan menyikapi dengan berkomentar serta langsung menyebarkan.

Langkah-langkah nyata dengan “saring baru sharing” fact checking sebagai instrumen utama melawan post-truth perlu terus ditingkatkan dikalangan warganet, (Goebels, 2018)

Bagi kalangan remaja milenial yang sudah menerapkan “saring” dan “share” salah satu cara membuktikan bahwa informasi yang mereka dapat adalah informasi bohong atau tidak, sebanyak 64,2% menyatakan melakukan “Fact Cheking” (memeriksa kebenaran) suatu berita sebelum disebar dengan kata lain remaja milenial sudah bisa saring dulu baru sharing dengan mengecek alamat media penyebar informasi, kapan kejadian, dimana itu terjadi, siapa yang berbicara (apakah layak dipercaya atau tidak), mengapa kejadian terjadi, apa penyebabnya bahkan menanyakan perihal informasi tersebut kepada orang tua atau yang lebih dewasa dengan asumsi orang tua dan orang yang lebih dewasa lebih mengetahui kebenaran informasi / berita tersebut. Hal ini dilakukan terutama terhadap informasi atau berita di media sosial yang judulnya bombastis, vulgar, sadis, menghasut dan isinya biasanya narasumber tidak jelas, kejadiannya tidak jelas dan di kalimat terakhir dari informasi itu minta diviralkan.

Kedewasaan bermedia sosial di kalangan remaja milenial juga terlihat melalui jawaban responden yakni sebanyak 74,2% remaja milenial pengguna media sosial cenderung menghindari perdebatan di media sosial dan sebanyak 60,6% melakukan privacy akun atau security atau kunci akun sebagai bentuk menghindari akun di hack dan dipergunakan salah oleh orang lain.

Mengasah dan meningkatkan kemampuan literasi dalam memahami gempuran *Post-truth* merupakan kunci dalam mengatasi *Post-truth*. Rendahnya kemampuan literasi menyebabkan banyak berita bohong dipersepsikan menjadi benar. Sangat disayangkan di era digital saat ini sebenarnya banyak cara untuk mengetahui kebenaran..(Wibawarta, n.d.) 2019)

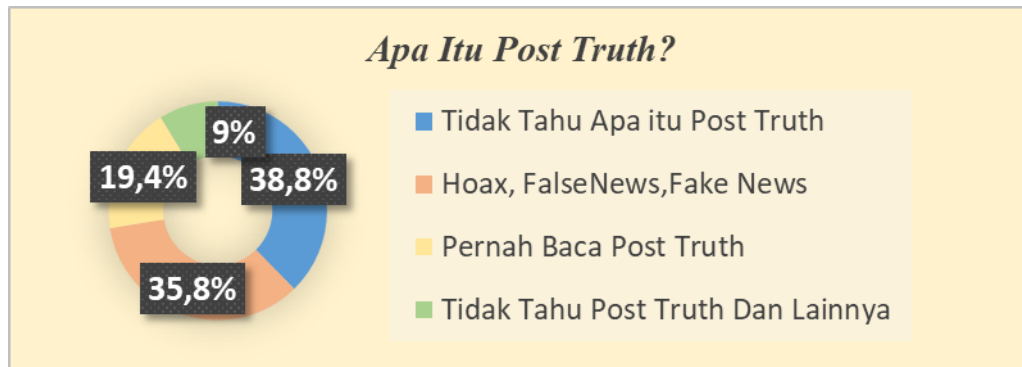


Gambar 7. Grafik Tingkat Penangan Masalah di Media Sosial

Selain itu, sebanyak 65,2% memasang foto sewajarnya di media sosial, tidak membagi informasi pribadi, serta santun berbahasa dan yang terpenting tidak melanggar Undang-undang ITE serta tetap membatasi waktu dalam bermedia sosial.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa sebanyak 38,8% responden tidak mengetahui istilah “post truth” yakni pembenaran kebenaran, namun saat mengetahui bahwa hoax, false news dan fake news merupakan bagian yang termasuk dalam post truth maka sebanyak 35,8% remaja milenial itu tahu

betul istilah tersebut dan baru sebanyak 19,4% pernah membaca istilah post truth, dan sebanyak 9% lainnya sama sekali belum mengetahui istilah post truth, hoax dan lainnya.



Gambar 8. Diagram Pemahaman Apa Itu Post Truth?

Pada daerah penelitian di Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan ini, remaja milenial di kota ini sebanyak 53,7% menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi kegiatan sekolah dan perguruan tinggi atau hampir sama besarnya dengan penyebaran informasi terkait kegemaran (hobby) yakni sebanyak 50,7%. Sedangkan penyebaran informasi terkait kejadian atau update berita terkini mencapai sebanyak 49,3%, dan sebanyak 41,8% untuk penyebaran informasi keagamaan, selebihnya sebanyak 25,4% menyebarkan informasi terkait jualan online.

Kehadiran teknologi informasi yang berimplikasi pada pemanfaatan media yang tidak tepat, teknologi digital mampu membuat realitas sendiri, sesuai dengan agenda setting kelompok merupakan faktor katalisator berkembangnya *Post-truth*. (Goebels, 2018) 2018).

Dalam mencetak generasi yang cerdas dan bijak menggunakan media sosial yang menjadi poros adalah penetrasi edukasi atau bagaimana penggunaan media sosial yang benar.

Dalam penelitian ini, saat pertanyaan disebar apakah responden sering menemukan berita hoax ?, maka seluruh responden menjawab ya, dari 36 informan pendukung yang diwawancarai 100% menyatakan sering menemukan berita hoax. Serta menjelaskan bagaimana cara menghindari dan mengatasi informasi hoaks yang diperoleh tersebut.

Beragam penanganan berita hoax yang terurai dari jawaban responden hasil wawancara, mereka menjawab mengatasi atau menghindari hoaks dilakukan dengan cara menyaring informasi, memilih dan memilah berita, tidak mudah percaya, mencari kebenarannya terlebih dahulu, mencari bukti kuat, memeriksa kembali informasi, mencari kebenaran faktanya, mengembangkan rasa penasaran untuk menaraitau kebenaran berita itu, dan ada pula dengan cara menelisik sumber berita dan medianya. Selain itu, cara lainnya adalah dengan tidak mudah ikut menyebarkan, atau mengabaikan saja berita tersebut karena faktor keraguan terhadap kebenarannya.

Dari hasil wawancara koreponden terdapat keberagaman jawaban responden seperti antara lain responden Muh. Fardan Siswa SMK 3 Makassar yang menjawab bahwa untuk menghindari berita Hoax dilakukan dengan cara, "Tidak menelan mentah mentah informasi yang diterima". Dalam hal ini, responden melakukan tindakan menyaring informasi yang ada, lalu mencari informasi yang lebih terpercaya, akurat dan aktual.

Selain itu Cara lain yang dilakukan adalah dengan menelisik fakta kebenaran yang mendukung apakah informasi tersebut benar benar terjadi atau tidak. ini diungkapkan oleh Nurul Adila Yusman Siswi SMA Negeri 2 Makassar.

Responden Amanah Tasliyah siswi SMA Negeri 11 juga menguraikan bahwa cara membedakan berita hoax dan kejadian, salah satunya yaitu melihat dari media yang menyebarkan, apakah media tersebut adalah media resmi atau media yang memang pernah ketahuan membuat informasi yang ambigu/tidak jelas asal beritanya.

Responden lain, Andi Tenriawaru siswa SMK Darussalam Makassar berpendapat, untuk menghindari berita hoax, dia terus memupuk kepekaan dengan cara, “mengembangkan rasa penasaran setiap saat terhadap informasi dan berita yang beredar, dan tidak langsung menyebarkan (meneruskan) suatu berita tanpa mengecek kebenarannya terlebih dahulu.”

Jawaban berbeda dari pertanyaan yang sama tentang cara menghindari berita hoax juga diutarakan responden Ahmad Fadli Ilham yang juga siswa SMA Negeri 3 Makassar yang menyatakan bahwa “menghindari berita hoax dengan cara tidak langsung mempercayai berita tersebut, serta menahan diri untuk tidak ikut menyebar luaskan berita yang meragukan kebenarannya tersebut”.

Responden lain, Nurul Adila Yusma siswi SMA Negeri 2 Makassar mengatakan, “akan mencari serta menguji kebenaran tentang berita tersebut, lalu jika terbukti berita itu hoax, maka saya akan mengabaikan postingan/informasi tersebut”.

Pendapat lain diutarakan responden Sitti Fatimah Assahra yang juga siswi SMA Negeri 11 Makassar yang menyatakan, "jangan mudah percaya pada berita-berita yang di update dan harus mencerna baik-baik informasi apa yang di sampaikan pada berita itu".

Hampir senada dengan Sitti, responden Nuraryanti siswi SMP Negeri 7 Makassar mengatakan, "jangan mudah percaya terhadap informasi atau berita yang beredar".

Salah seorang responden lainnya yakni Mahasiswi Siti Nur Amaliyah Andiaty dari Perguruan Tinggi Poltekes Muhammadiyah Makassar menyatakan jawaban senada dengan responden lain bahwa "iya, cara saya untuk menghindari informasi hoax tersebut yaitu dengan tidak ikut menyebarkan". Sedangkan responden lain, Tabita Aulia Ramadhanti yang juga Mahasiswi Unhas (Universitas Hasanuddin) Makassar saat berpendapat tentang upaya menghindari berita hoax tersebut dengan tegas menyatakan, "Ya, dengan menyaring informasi".

Responden lain, Rifda Zuhra Fauziah Mahasiswi UNM (Universitas Negeri Makassar) menyatakan, "mencari kebenarannya terlebih dahulu," sebelum mempercayai informasi tersebut.

Peneliti juga memberikan pertanyaan tentang keuntungan menggunakan Media Sosial (Medsos) di era digital sekarang ini, dan seluruh responden 100% menjawab bahwa mereka menggunakan Media Sosial untuk memperoleh informasi terkini dan meningkatkan wawasan, serta menambah teman, menjalin silaturahmi kepada keluarga yang jauh. Di samping itu, memanfaatkan Media Sosial untuk bisnis online, untuk hobi dan lainnya.

Dalam penelitian ini Responden menguraikan antara lain responden Amanatullah Fuji Admila Mahasiswa Poltekkes Muhammadiyah Makassar menyatakan, "keuntungan menggunakan Media

Sosial sangat banyak, salah satunya kita bisa bersilahturahmi dengan kerabat secara tidak langsung dan dapat menambah wawasan".

Responden lain, Suprianto Mahasiswa UIT (Universitas Indonesia Timur) mengatakan bahwa keuntungan menggunakan Media Sosial karena "serapan informasi lebih lengkap".

Pendapat berbeda dikemukakan responden Ika Kartikawana Jufri Mahasiswi UNM (universitas Negeri Makassar) yang menguraikan bahwa "ada banyak keuntungan yang bisa didapatkan bermedia sosial, terkhusus dalam bisnis online".

Jawaban lain diuraikan responden Fadhila dari SMK Darussalam Makassar, "Bagi saya, keuntungan menggunakan Media Sosial karena memudahkan pekerjaan sekolah selama belajar online, serta memudahkan kita mendapatkan informasi dan dapat menyelesaikan pekerjaan".

Responden lain, Rafli Adrian siswa SMK Darussalam Makassar mengatakan, "melalui Media Sosial lebih mudah mendapatkan informasi, lebih kreatif dan lebih menambah wawasan".

Sedangkan responden Musrifa siswi SMK Darussalam Makassar menguatkan pendapat para responden lainnya bahwa "banyak informasi yang saya dapatkan, apalagi twitter, sangat banyak berguna membagikan seputar pendidikan dan informasi lainnya".

Pendapat lain dari responden Muh Sezar Nadhar siswa SMK Darussalam Makassar bahwa "banyak mendapatkan berita berita dengan cara mudah dan juga dapat berteman dengan banyak orang di seluruh dunia".

Responden Miyuki Muramatsu dari SMK Darussalam Makassar, mengatakan "banyak mendapat informasi, karena dengan menggunakan Media Sosial kita lebih mudah menemukan informasi terkini".

Ada juga jawaban yang mengaitkan dengan situasi terkini yang melanda dunia yakni Pandemi Covid-19 yakni responden Aziza Nabilla siswi SMK Darussalam Makassar yang menyatakan "mendapatkan banyak informasi, mudah dalam berkomunikasi, apalagi sekarang Pandemi Corona harus di rumah. Jadi Lebih sering bermedia sosial".

Sedangkan responden lainnya dari siswi SMA Negeri 2 Makassar, Nurul Adila Yusma mengatakan, "mendapatkan informasi lebih luas, mendapat banyak teman. Yang saya peroleh dari bermedia sosial sangat banyak, yaitu saya dapat mengakses berita terbaru ataupun kejadian kejadian dari belahan bumi lain dan juga banyak belajar bahasa asing, lalu dapat memperoleh ilmu baru yang belum saya ketahui, termasuk salah satu contohnya yaitu tentang hal ini (post truth)."

Masih dari sekolah yang sama dengan Nurul, responden Jillsy Marion menyatakan "mendapatkan informasi lebih luas, mendapat banyak teman dari Media Sosial".

Sedangkan bagi responden Jaisy Nurhasanah siswi SMA Negeri 3 Makassar menyatakan bahwa melalui Media Sosial maka wawasan bertambah.

Responden Amanah Tasliyah siswi SMA Negeri 11 Makassar juga menanggapi keuntungan penggunaan Media Sosial dengan menguraikan bahwa "dapat mengetahui informasi terkini dengan cepat, mampu membantu menyelesaikan tugas, berkomunikasi dengan teman dan keluarga dengan

mudah, dapat menikmati update berbagai informasi seperti berita tentang anime, drama yang coming soon".

Muhammad Akram yang juga responden dari SMK 3 Makassar secara tegas mengatakan "mendapatkan informasi dengan sangat cepat dari Media Sosial".

Selain itu, responden Muh Mufli siswa SMPN 7 Makassar berkomentar singkat bahwa dari Media Sosial dirinya dapat mengetahui informasi terbaru.

Dalam penelitian ini, saat peneliti menggali lebih mendalam pemanfaatan Media Sosial secara kompleks dengan segala untung ruginya melalui pertanyaan Pernahkan responden bermasalah di Media Sosial?, apa penyebabnya?, dan bagaimana pemecahan masalahnya?. Maka sebagian besar responden 72% menjawab tidak pernah bermasalah di Media Sosial, namun sebagian lainnya mengalami permasalahan beragam di Medsos tetapi dapat menyelesaikan masalah tersebut.

Beberapa responden yang pernah bermasalah di Media Sosial namun mampu menyelesaikannya secara cepat dan bijaksana antara lain, responden Muh Fardan yang menyatakan "Bodyshame terhadap postingan saya, dan saya hanya menghapus komentar dari orang tersebut. Maka selesailah permasalahan".

Responden Aulia Fitra Ramadhani siswi SMK Darussalam Makassar mengakui "pernah, ketika saya dan teman saya sedang bermasalah. pemecahan masalahnya yaitu saya bertemu dengan orang itu dan menyelesaikan masalahnya, bukan pertemanannya".

Pengakuan yang lebih teknis disampaikan responden Fitri Komaria siswi SMAN 11 Makassar, bahwa bermasalah di Media Sosial "pernah, akun saya pernah terblokir dan di-hack oleh orang yang tidak diketahui, pemecahannya dengan cara mengganti password akun jika itu di-hack dan jika terblokir akun tersebut tinggal dihapus".

Sedangkan masalah dari responden Muh Ihwan siswa SMAN 11 Makassar yang menguraikan bahwa "Akun instagram saya pernah dihack dan dibajak oleh oknum tidak dikenal tapi saya tidak begitu peduli dan membuat akun yang baru lagi".

Sedangkan responden A Syafira Nurul mahasiswi UNM mengakui bahwa "pernah. seseorang mengirimkan saya foto yang tidak senonoh. Cara mengatasinya, saya tinggal memblokir akun tersebut, tidak perlu membalasnya".

Mirip permasalahan dengan Ihwan, responden Khaulud Awaliyah Mahasiswi UNM juga mengakui "akun instgram saya ada yang hack, cara mengatasinya saya buka youtube dan cari tau bagaimana akun saya bisa kembali normal dan cara itu efektif sebab akun saya kembali normal. alhamdulillah akun saya kembali dapat digunakan".

KESIMPULAN

Dalam penelitian ini, kalangan remaja pengguna Media Sosial di Kota Makassar cenderung telah memasyarakatkan kebiasaan *Self Censoring* yakni tidak langsung mempercayai suatu informasi atau berita sekalipun viral sebelum melakukan pembuktian untuk mengetahui berita tersebut hoax, berita palsu, berita bohong, berita sesuai fakta atau pembenaran kebenaran (*post-truth*), artinya melalui

kesadaran sendiri dilakukan seleksi, memilih dan memilah berita untuk dikonsumsi, disebar (*share*) atau tidak disebar karena diragukan kebenarannya, sehingga hasil dari penelitian ini adalah efektifitas komunikasi sebagai katalisator berkembangnya *post-truth* membawa hal positif untuk remaja milenial khususnya di Kota Makassar, karena dengan perkembangan *Post-Truth* yang seharusnya dapat mencemaskan generasi muda yang mudah terprovokasi dengan berita hoax dan lainnya justru dapat ditangkal dengan *Self Censoring* atau dengan kata lain remaja justru terasah untuk menilai mana yang berita benar dan mana yang *Hoax, Fake News dan False News*, serta banyaknya imbauan yang mengarahkan remaja untuk selalu saring dulu baru *share* juga merupakan pendorong mencerdaskan remaja milenial dengan lebih berhati-hati dalam menyebarkan informasi yang diterima.

Kontribusi Penelitian Ini kiranya terletak pada: untuk melihat fenomena *post-truth* di media sosial, serta efektifitas komunikasi yang terjadi dikalangan remaja melalui media sosial akan mempengaruhi remaja dalam pergaulan, terprovokasi untuk menyebarluaskan perkembangan *post-truth* atau menjadikan generasi milenial menjadi lebih selektif dengan menjadi pribadi yang kuat dengan *Self Censoring*, Melalui literasi digital diharapkan akan terbangun budaya bijak bermedsos, 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* agar tidak kontraproduktif terhadap cita-cita merajut kebinekaan Indonesia dan membangun sinergitas meningkatkan daya saing bangsa Indonesia menuju masa depan yang lebih baik.

REFERENSI

- Aguaded-Gómez, I. T.-M. (2014). Media competence in adult citizens in andalusia,spain. *Information, Communication & Society, Routledge Taylor and Francis, Pp. 1-21*.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2014.985244>.
- Anggraini, A. D. (2018). *Yuk, Cerdas Bermedia Sosial*. <http://www.indonesiabaik.id/>
- Antony, M. (2008). *What is Social Media?*
[https://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What is Social Media_iCrossing_ebook.pdf](https://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf)
- Ashley, S., Maksl, A., & Craft, S. (2017). News Media Literacy and Political Engagement: What's the Connection? *Journal of Media Literacy Education, 9*(1), 79-98.
<https://doi.org/https://doi.org/10.23860/JMLE-2017-9-1-6>
- Effendy, O. U. (2009). *Komunikasi; Teori Dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Emory,A, G. (2012). *A First Look At Communication Theory*. McGraw-Hill.
- Ester. (2016). *Mengenal Generasi Milennial*. <https://www.kominfo.go.id/>
- Goebels, P. J. (2018). *Media Sosial, Post Truth dan Literasi Digital*. <https://www.ksp.go.id/media-sosial-post-truth-dan-literasi-digital.html>
- Habermas, J. (1979). *Communication and the Evolution of Society, trans Thomas McCarthy*. Beacon Press.
- Juditha, C. (2018). Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya. *Jurnal Pekommas, 31-44*.
<https://media.neliti.com/media/publications/261723-hoax-communication-interactivity-in-soci-2ad5c1d9.pdf>

- Kapolkas, I. (2019). *A Political Theory of Posttruth* Springer Nature. McMillan Palgrave.
- Kemp, S. (2020). *DIGITAL 2020: 3,8 MILIAR ORANG MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL*. <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media%0A>
- Kurniawan, T. (2018). *Membunuh Hoaks: Rekonstruksi Nalar Manusia Era Post-Truth*. <https://geotimes.co.id/%0A>
- Lewandowsky, S., & Ullrich KH Ecker, d. J. (2017). Beyond Misinformation: Understanding and Coping With the “Post-truth”Era. *Journal of Aplied Research in Memory and Cognition* 9, 353–369. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008>
- Mastel. (2017). *Hasil Survey MASTEL Tentang Wabah HOAX Nasional*. <http://mastel.id/infografis-hasil-survey-masteltentang-wabah-hoax-nasional/>
- Ochen. (2019). *Menghakimi Politik Pasca Kebenaran*. <http://www.teropongsenayan.com/>
- Oktaviani, W. F. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan IPB*. <http://ejurnal.mercubuana-yogya.ac.id/index.php/ilkom/article/download/175/160>.
- Philip Kotler & Kevin, & Keller, L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). © Pearson Education, Inc., publishing as Prentice Hall, One Lake Street, Upper Saddle River. http://eprints.stiperdharmawacana.ac.id/24/1/%5BPhillip_Kotler%5D_Marketing_Management_14th_Edition%28BookFi%29.pdf
- PMD. (2018). *Relawan Literasi Digital : Cerdaskan Milenial Bermedia Sosial*. <https://jalandamai.net/>
- Pratama, A. B. (2017). *Ada 800 Ribu Situs Penyebar Hoax*. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20161229>
- Puntoadi, D. (2011). *Dalam Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. PT Elex Komputindo.
- Republika. (2016, December 26). *Mengenal Literasi Millennial*. <https://republika.co.id/berita/koran/inovasi/16/12/26/ois64613-mengenal-generasi-millennial>
- Rianto, P. (2019). LITERASI DIGITAL DAN ETIKA MEDIA SOSIAL. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 24–35. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/interaksi.8.2.24-35>
- Vanwysberghe, H. B. (2011). *Mapping Social Media Literacy*. IBBT- Interdisciplinary Institute for Broadband Technology & Research group for Media and ICT: Ghent. <https://biblio.ugent.be/publication/3047212/file/3047219>.
- Vargo, C. &. (n.d.). Networks, Big Data, and Intermedia Agenda Setting: Analysis of Traditional, Partisan, and Emerging Online U.S. News. *Journalism and Mass Communication Quarterly*. <https://doi.org/doi:10.1177/1077699016679976>.
- Wibawarta, B. (n.d.). *Saring Informasi di Era Post-Truth*. <https://www.beritasatu.com/anselmus-bata/nasional/551367/saring-informasi-di-era-posttruth>