



Analisis pengaruh *post truth* terhadap generasi Z dalam berkomunikasi

Dewi¹, Andi Alimuddin Unde², Aswar Hasan³

Published online: 28 Juli 2024

ABSTRAK

Dampak pandemi COVID-19 terhadap penggunaan internet di Indonesia telah signifikan, terutama dengan meningkatnya jumlah pengguna internet dan media sosial sebagai konten utama yang diakses oleh mayoritas pengguna. Perubahan perilaku dalam mencari informasi terjadi, di mana lebih banyak orang beralih menggunakan media sosial daripada media tradisional, yang berdampak pada cara orang memproses informasi menuju pemikiran instan dan penerimaan berdasarkan keyakinan dan emosi. Fenomena ini, yang dikenal sebagai *post-truth*, semakin populer di kalangan Generasi Z, yang tumbuh dalam lingkungan teknologi informasi yang maju. Pendidikan tentang literasi digital menjadi kunci dalam membentuk generasi yang cerdas dalam menggunakan media sosial, sementara analisis terhadap pengaruh *post-truth* terhadap cara komunikasi Generasi Z menjadi penting untuk membentuk masyarakat masa depan yang lebih bijak.

Kata kunci: *Post Truth*, Generasi Z, Komunikasi

PENDAHULUAN

Dampak pandemi Covid-19 terhadap penggunaan internet di Indonesia sangat signifikan. Jumlah pengguna internet mencapai 210,03 juta dari total penduduk 272,68 juta, dengan media sosial menjadi konten utama yang diakses oleh 89,15% pengguna internet. Perubahan perilaku dalam mencari informasi telah terjadi, dengan lebih banyak orang cenderung menggunakan media sosial daripada media tradisional seperti radio, televisi, dan koran. Ini juga berdampak pada cara orang memproses informasi, yang lebih condong kepada pemikiran instan dan penerimaan informasi berdasarkan keyakinan dan emosi, daripada fakta dan data. Akibatnya, muncul era *post-truth* di mana hoax menjadi masalah serius. Pemerintah pun melakukan langkah pemblokiran terhadap 565.449 konten hoax di media sosial pada tahun 2021 untuk mencegah ketakutan dan perpecahan di masyarakat (Fitrayadi, 2023).

Dalam era digital yang semakin canggih, komunikasi menjadi salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia. Generasi Z, yang lahir setelah tahun 1997, telah tumbuh dalam lingkungan yang sangat berbeda dengan generasi sebelumnya. Mereka telah dibesarkan dengan teknologi informasi yang sangat maju dan telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Dalam beberapa tahun terakhir, fenomena *post-truth* telah menjadi sangat populer, terutama di kalangan masyarakat Indonesia. *Post-truth* mengacu pada situasi di mana informasi yang tidak benar atau tidak akurat menjadi lebih populer dan dipercaya daripada informasi yang benar dan akurat (Qurniawati & Nurohman, 2018).

Pendidikan tentang internet, termasuk penggunaan media sosial, kini sangat vital untuk membentuk generasi yang cerdas. Literasi digital menjadi kunci dalam meningkatkan pemahaman masyarakat tentang media sosial dan internet secara keseluruhan, yang dapat membantu membentuk generasi yang lebih bijak dalam

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin

*) *corresponding author*

Dewi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin

Email: Dewisyamsuddin97@gmail.com

menggunakan media sosial (Meilinda et al.,2020).

Post-truth dapat berpengaruh pada cara generasi Z berkomunikasi. Mereka telah dibesarkan dengan informasi yang sangat luas dan cepat, sehingga mereka cenderung untuk mempercayai informasi yang mereka dapatkan dari media sosial dan internet, tanpa memperhatikan kebenaran atau akurasi informasi tersebut. Hal ini dapat berakibat pada munculnya berbagai masalah, seperti penyebaran hoaks dan propaganda politik yang dapat mempengaruhi keputusan politik dan sosial masyarakat (Hanum et al., 2022).

Analisis pengaruh *post-truth* terhadap generasi Z dalam komunikasi sangat penting dilakukan, karena generasi Z akan menjadi bagian dari masyarakat masa depan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *post-truth* terhadap generasi Z dalam komunikasi, serta mencari solusi untuk mengatasi masalah yang timbul dari fenomena *post-truth*.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang diterapkan dalam studi ini adalah kualitatif, yang bertujuan untuk memahami kejadian secara alami dengan menciptakan setting dan konteks. Pendekatan ini menggali dan menggambarkan pengalaman atau keterlibatan individu dalam suatu peristiwa. Studi kasus digunakan sebagai pendekatan, yang melibatkan investigasi terinci tentang suatu peristiwa atau aktivitas, dalam hal ini, fenomena era *post-truth* di media sosial.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara semi terstruktur, dan dokumentasi kepada informan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan khusus, seperti pengetahuan atau pemahaman informan terhadap topik penelitian. Kriteria informan meliputi generasi milenial aktif di media sosial, memiliki pengalaman dengan hoax di media sosial, dan tinggal di Kota Makassar.

Penelitian ini sesuai dengan topik "Analisis Pengaruh *Post-truth* terhadap Generasi Z dalam Berkomunikasi" adalah pada bagaimana fenomena *post-truth* memengaruhi cara generasi Z berkomunikasi di era media sosial. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, studi tersebut bertujuan untuk memahami peran komunikasi dalam penyebaran dan penerimaan informasi di media sosial, terutama di Kota Makassar. Data yang diperoleh dari wawancara mendalam dengan siswa/i SMP, SMA, SMK, dan mahasiswa/i di berbagai universitas di Kota Makassar akan memberikan pemahaman yang mendalam tentang interaksi generasi Z dengan informasi di media sosial, termasuk sejauh mana *post-truth* mempengaruhi cara mereka berkomunikasi. Triangulasi data juga akan memperkaya pemahaman kita tentang fenomena ini dengan membandingkan hasil penelitian dengan teori-teori sebelumnya dalam konteks analisis pengaruh *post-truth* terhadap perilaku komunikasi generasi Z.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Efektivitas Komunikasi dalam Bermedia Sosial

Komunikasi yang efektif melalui media sosial semakin marak karena mudahnya akses bagi setiap individu, tanpa memerlukan biaya besar atau perangkat mahal, dan bisa dilakukan sendiri tanpa bantuan karyawan. Pengguna dapat dengan bebas mengakses, mengedit, menambahkan, dan mengubah konten seperti tulisan, gambar, video, dan grafis. Hal ini menjadikan media sosial sebagai alat komunikasi yang efektif dalam era modern, memungkinkan penyebaran informasi

tanpa batas ruang dan waktu serta memfasilitasi pertemanan virtual lintas batas, asalkan dilakukan dengan benar, positif, dan berimbang. Penting bagi pengguna media sosial untuk memahami aturan, etika, dan hukum yang berlaku, termasuk Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) (Simarmata et al., 2019).

Media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan bagi kalangan remaja milenial, dengan ungkapan "Go modern or die" mencerminkan pentingnya adaptasi terhadap perkembangan teknologi dalam interaksi sosial dan komunikasi. Era modern memperkuat peran media sosial sebagai salah satu sarana utama komunikasi, pergaulan, dan sumber informasi yang tidak terikat oleh batasan ruang dan waktu. Oleh karena itu, saat ini adalah masa di mana teknologi menjadi kunci untuk terlibat dalam kehidupan sosial dan komunitas secara modern, memungkinkan individu untuk berkomunikasi dan mengakses informasi tanpa hambatan, di manapun mereka berada di dunia.

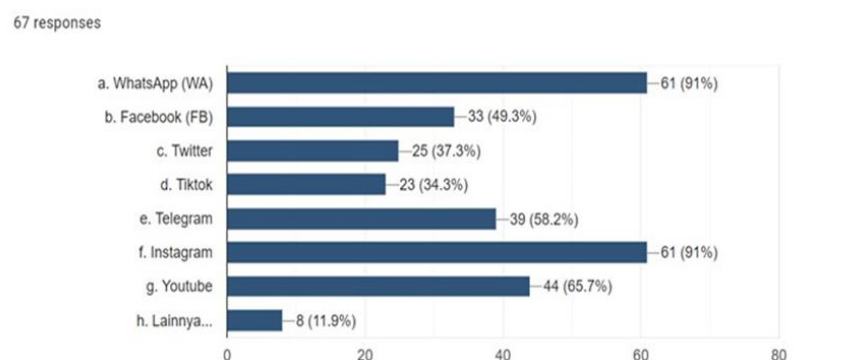
Keefektifan komunikasi di media sosial adalah aspek penting dalam komunikasi modern, terutama dalam konteks era *post-truth* dan dampaknya terhadap Generasi Z. Era *post-truth* ditandai dengan penyebaran informasi yang salah dan disinformasi, yang dapat secara signifikan memengaruhi bagaimana orang memersepsikan dan berinteraksi dengan informasi.

Penggunaan media sosial untuk komunikasi yang efektif telah banyak diteliti, dengan para peneliti menyoroti potensinya untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dalam berbagai konteks. Sebagai contoh, sebuah studi tentang penggunaan media sosial untuk komunikasi yang efektif dalam pemasaran menemukan bahwa media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan mempromosikan produk. Studi lain tentang penggunaan media sosial untuk komunikasi yang efektif dalam pendidikan menemukan bahwa media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk menyebarkan informasi dan melibatkan siswa dalam proses belajar. Demikian pula, sebuah studi tentang penggunaan media sosial untuk komunikasi yang efektif dalam politik menemukan bahwa media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk komunikasi politik, terutama dalam membentuk opini publik dan memengaruhi perilaku politik (Subagio et al., 2023).

Namun, keefektifan media sosial dalam komunikasi tidaklah tanpa tantangannya. Era *post-truth* telah menimbulkan kekhawatiran tentang akurasi dan keandalan informasi yang disebarkan melalui media sosial, dengan banyak pengguna menyatakan kekhawatiran tentang penyebaran informasi yang salah dan disinformasi.

Karakteristik Media Sosial

Ciri khas media sosial mencakup berbagai aspek seperti partisipasi, keterbukaan, perbincangan, komunitas, dan keterhubungan, yang menunjukkan perannya sebagai tempat untuk interaksi dan komunikasi antar individu.



Gambar 1. Grafik Media Sosial Favorite Remaja Milenial

Survei yang dilakukan menggunakan Google Form selama pandemi COVID-19 di Kota Makassar menyoroiti dominasi WhatsApp dan Instagram sebagai pilihan utama remaja untuk berkomunikasi, dengan mencapai persentase tertinggi sebesar 91%. Hal ini menunjukkan preferensi yang kuat terhadap platform-platform tersebut dalam konteks komunikasi sehari-hari.

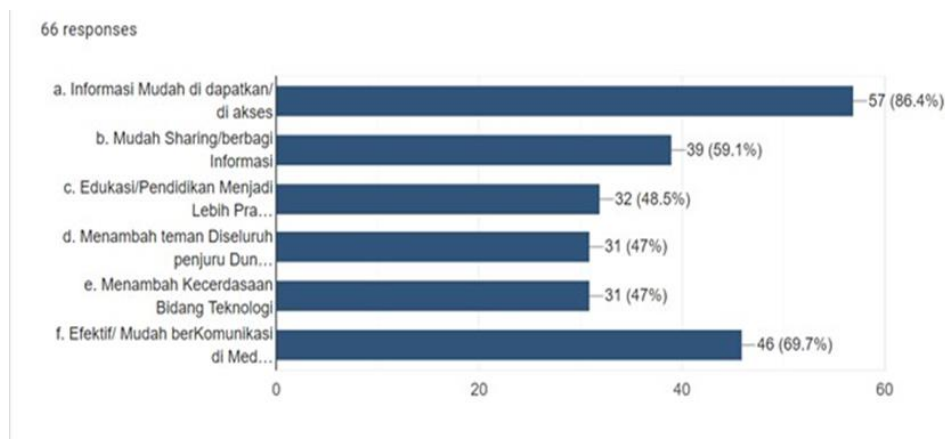
YouTube dan Telegram juga mendapatkan perhatian yang signifikan, dengan masing-masing mencapai persentase 65,7% dan 58,2%. Kedua platform ini menunjukkan bahwa tidak hanya pesan teks yang diminati, tetapi juga konten video dan komunikasi berbasis grup.

Facebook, Twitter, dan TikTok, meskipun memiliki persentase penggunaan yang lebih rendah, tetap menjadi bagian penting dari ekosistem digital remaja. Facebook, dengan persentase 49,3%, masih mempertahankan posisinya sebagai salah satu platform yang banyak digunakan, meskipun mungkin telah kehilangan popularitasnya di antara generasi muda.

Twitter, dengan persentase 37,3%, mungkin lebih digunakan untuk mendapatkan informasi secara cepat dan terkin, serta berpartisipasi dalam percakapan global.

Sementara itu, TikTok, meskipun memiliki persentase penggunaan yang lebih rendah dalam survei Kota Makassar, berhasil mencapai posisi keenam dalam peringkat aplikasi seluler global berdasarkan jumlah pengguna aktif bulanan pada tahun 2019. Ini menunjukkan bahwa meskipun TikTok mungkin tidak mendominasi di tingkat lokal, secara global platform ini telah berhasil mengukir tempatnya sebagai salah satu aplikasi yang paling diminati oleh pengguna di berbagai belahan dunia.

Dalam konteks ini, meskipun TikTok mungkin masih berada di bawah WhatsApp, Facebook, WeChat, dan Instagram dalam survei kota tertentu seperti Kota Makassar, prestasi globalnya menegaskan bahwa platform ini memiliki dampak yang signifikan dalam dunia digital saat ini. Kemampuannya untuk mengungguli semua platform sosial lainnya menunjukkan bahwa TikTok telah berhasil menarik perhatian dan minat pengguna di seluruh dunia, serta memainkan peran yang semakin penting dalam budaya digital kontemporer.



Gambar 2. Efektivitas Komunikasi di Sosial Media

Selain mengakses informasi terbaru seputar pendidikan, seperti kegiatan belajar *online* dan metode penyelesaian tugas, banyak generasi milenial yang menghabiskan waktu berlama-lama di media sosial untuk memperoleh berita politik dan sejenisnya, mencapai 56,7%. Mereka juga tertarik dengan informasi terkini mengenai teknologi, yang mencapai 55,2%. Bahkan, sebagian dari mereka juga memanfaatkan media sosial untuk mendapatkan informasi tentang kejahatan seperti pencurian dan kriminalitas, yang mencapai 31,3%.

Data ini menunjukkan bahwa generasi milenial telah mencapai tahap "self-censoring", di mana mereka mampu menyaring informasi dan mengutamakan konten yang relevan saat menggunakan

media sosial. Hal ini menunjukkan kecerdasan mereka dalam memanfaatkan platform tersebut sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Lebih lanjut, penelitian tidak hanya berhenti pada penjelasan tersebut. Sebanyak 86,4% dari responden juga menyatakan bahwa salah satu alasan utama mereka menggunakan media sosial adalah untuk kemudahan dalam mendapatkan informasi terbaru. Ini menandakan kesadaran mereka akan pentingnya tetap terinformasi dengan perkembangan terkini. Selain itu, sebanyak 69,7% dari mereka menganggap media sosial efektif sebagai sarana untuk berinteraksi dan berkomunikasi secara virtual, menunjukkan peran penting platform ini dalam memfasilitasi hubungan sosial dan komunikasi di era digital saat ini.

Penelitian ini menyoroti aspek penting dalam dinamika komunikasi di era digital, khususnya di platform media sosial. Dari hasil penelitian tersebut, terungkap bahwa mayoritas remaja milenial memiliki kesadaran yang cukup tinggi tentang pentingnya menyaring informasi sebelum membagikannya kepada orang lain.

Pendekatan ini menunjukkan bahwa mereka tidak secara sembrono menerima setiap informasi yang mereka terima di media sosial sebagai kebenaran mutlak. Sebaliknya, mereka menggunakan prinsip "saring dulu baru sharing", yang mengimplikasikan bahwa mereka melakukan evaluasi dan penelitian terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk menyebarkan informasi tersebut kepada khalayak mereka.

Hal ini menunjukkan bahwa remaja milenial telah mengembangkan strategi cerdas dalam mengelola informasi di era digital yang penuh dengan konten yang bervariasi dan seringkali tidak terverifikasi secara akurat. Dengan melakukan pendekatan ini, mereka tidak hanya membantu menyebarkan informasi yang lebih akurat dan terpercaya, tetapi juga dapat membantu mengurangi penyebaran informasi palsu atau hoax yang sering kali menjadi masalah di media sosial.

Kesadaran dan tindakan yang cerdas ini juga mencerminkan peran penting pendidikan dan kesadaran digital dalam membentuk perilaku *online* yang positif dan bertanggung jawab. Dengan adanya pendidikan yang tepat tentang bagaimana memahami, mengevaluasi, dan menyebarkan informasi secara bijaksana di media sosial, generasi muda dapat menjadi agen perubahan yang mempromosikan budaya komunikasi yang lebih sehat dan efektif di ranah digital.

KESIMPULAN

Dampak pandemi COVID-19 terhadap penggunaan internet di Indonesia sangat signifikan, dengan peningkatan jumlah pengguna internet dan media sosial menjadi konten utama yang diakses oleh mayoritas pengguna. Perubahan perilaku dalam mencari informasi terjadi, di mana lebih banyak orang beralih menggunakan media sosial daripada media tradisional, mempengaruhi cara orang memproses informasi menuju pemikiran instan dan penerimaan berdasarkan keyakinan dan emosi. Fenomena ini, dikenal sebagai *post-truth*, telah menjadi populer di kalangan Generasi Z, yang tumbuh dalam lingkungan teknologi informasi yang maju. Pendidikan tentang literasi digital menjadi kunci dalam membentuk generasi yang cerdas dalam menggunakan media sosial, sementara analisis terhadap pengaruh *post-truth* terhadap cara komunikasi Generasi Z menjadi penting untuk membentuk masyarakat masa depan yang lebih bijak.

DAFTAR PUSTAKA

- Subagio, E. K. S., Bahfiarti, T., & Fatimah, J. M. (2023). Komunikasi Sosial "Kawan Inspirasi Kendari" di Sulawesi Tenggara. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*, 8(4), 725-732.
- Simarmata, J., Iqbal, M., Hasibuan, M. S., Limbong, T., & Albra, W. (2019). Hoaks dan media sosial: saring sebelum sharing. *Yayasan Kita Menulis*.
- Hanum, A. N. A., Utami, D., & Suwarso, W. A. (2022). Disonansi Kognitif Masyarakat Kalimantan Barat Akibat Banjir Informasi Covid-19. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 39-57.
- Meilinda, N., Malinda, F., & Aisyah, S. M. (2020). Literasi digital pada remaja digital (Sosialisasi pemanfaatan media sosial bagi pelajar Sekolah Menengah Atas). *Jurnal Abdimas Mandiri*, 4(1).
- Qurniawati, R. S., & Nurohman, Y. A. (2018). *eWOM pada generasi Z di sosial media*. *Jurnal Manajemen DayaSaing*, 20(2), 70-80.
- Fitrayadi, D. S. (2023). Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Civic Disposition Warganet Pada Kalangan Generasi Z. *Civic-Culture: Jurnal Ilmu Pendidikan PKN dan Sosial Budaya*, 7(2), 734-751.