

Kredibilitas Informasi di Era *Post-Truth* Dikalahkan Kecepatan Informasi: Pengabaian Undang Undang Informasi dan Transaksi Elektronik

Information Credibility in the Post-Truth Era Defeated Information Speed: Ignoring the Information and Electronic Transaction Law

Meilya Syifa Aghniya Rahman¹, Silvi Puspita Dewi¹, Liza Shafira Ningtyas¹, Friska Lestari Samosir¹, Angeliqe Ezra Herviani¹, *Zainal Abidin Achmad¹

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

E-mail: z.abidinachmad@upnjatim.ac.id

Abstract

Many people choose social media as a source of information that is considered the fastest and most up-to-date without knowing its credibility for sure. In the post-truth era, social media has shifted the power of logic and facts, and often the information on it is considered true. This study aims to gain an understanding of the credibility of information uploaded by the Twitter account @AREAJULID. By using a virtual ethnography approach. This qualitative research explores the existence of a phenomenon of attraction between the influence of information speed and information credibility. The results of the search on the @AREAJULID account show that many followers of the account have the assumption that the speed of content uploaded by @AREAJULID makes it a trusted source of information. They even disseminate the information by retweeting and sharing the link on other social media channels such as Facebook, TikTok and WhatsApp. The followers' actions ignore the existence of the Electronic Information and Transaction Law. The post-truth era makes the @AREAJULID account a credible source of information precisely because of the speed of uploading and not because of the truth of the information.

Keywords: *post-truth, virtual ethnography, information credibility*

Abstrak

Banyak orang memilih media sosial sebagai sumber informasi yang dianggap tercepat dan terbaru tanpa mengetahui kredibilitasnya secara pasti. Di era post-truth, media sosial telah menggeser kekuatan logika dan fakta, dan sering kali informasi di dalamnya dianggap benar. Studi ini bertujuan mendapatkan pemahaman tentang kredibilitas informasi yang diunggah oleh akun Twitter @AREAJULID. Dengan menggunakan pendekatan etnografi virtual. Penelitian kualitatif ini menelusuri keberadaan fenomena tarik menarik antara pengaruh kecepatan informasi dengan kredibilitas informasi. Hasil penelusuran pada akun @AREAJULID menunjukkan bahwa banyak *followers* akun tersebut memiliki anggapan bahwa kecepatan unggahan konten oleh @AREAJULID menjadikannya sebagai sumber informasi yang dipercaya. Bahkan mereka turut menyebarkan informasi tersebut dengan melakukan *retweet* dan berbagi tautannya pada kanal media sosial lain seperti di Facebook, TikTok dan WhatsApp. Tindakan para *followers* tersebut mengabaikan keberadaan Undang Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Era post-truth menjadikan akun @AREAJULID sebagai sumber informasi yang kredibel justru karena kecepatan unggahnya dan bukan karena kebenaran informasinya.

Kata kunci: *post-truth, etnografi virtual, kredibilitas informasi*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi komunikasi membawa manusia pada kemudahan memperoleh informasi, berkomunikasi jarak jauh, dan efisiensi waktu (Achmad, 2020). Seiring berjalannya waktu, internet menjadi kanal informasi yang hampir tidak dapat dikontrol. Hal ini yang membuat setiap informasi semakin mudah diakses oleh khalayak sehingga proses komunikasi dapat dilakukan dengan waktu yang relatif singkat. Terlebih dengan kehadiran platform jejaring sosial dan media sosial (We Are Social, 2022). Hadirnya media sosial mengubah paradigma komunikasi dalam masyarakat yang menjadi tidak terbatas pada ruang, jarak, dan waktu (Rochmana et al., 2022; Watie, 2016)

Media sosial merupakan bagian dari media baru karena memiliki karakteristik yang berbeda dari media konvensional, seperti radio, televisi, majalah, dan koran. Setiap media yang mengandung muatan internet akan digolongkan sebagai media baru karena memungkinkan penggunaannya untuk menjangkau berbagai hal yang dibutuhkan seluas-luasnya (Andayani & Achmad, 2020; David, 2012; Fuchs, 2010). Hadirnya *new media* ini memunculkan fenomena identitas sosial lain dari individu yang kenyataannya berbeda dengan di dunia nyata (Achmad et al., 2016; Fatimatuzzahro & Achmad, 2022; T. Flew, 2002). Individu yang terbuai dalam komunikasi di dunia maya dapat tenggelam dan terbawa arus pada gaya komunikasinya sehingga tidak jarang seakan menjadi sosok lain yang jauh berbeda dengan di dunia nyata (Piliang, 2004; Purwaningtyas & Alicya, 2020). Oleh karena itu, dunia virtual dapat menjadi tempat yang berbahaya apabila tidak digunakan secara bijak karena identitas sosial pengguna yang keasliannya tidak dapat dijamin. Hal ini dapat dibuktikan melalui maraknya kasus kriminal seperti penipuan, penggelapan dana, dan pemalsuan identitas, yang sangat sering ditemui pada media sosial (Gauntlett, 2000; Safitri et al., 2022). Khalayak juga perlu mempertimbangkan etika dalam berinteraksi secara virtual karena apabila tidak dibekali dengan kebijakan dapat membuat individu terjerumus ke dalam sanksi sosial (Achmad et al., 2018; Fensi, 2019).

Tidak dipungkiri jika di era digital media sosial membuat informasi jauh lebih riuh dan bising. Media sosial yang pada mulanya berfungsi sebagai tempat interaksi antara khalayak yang jauh di luar jangkauan, kini bertransformasi menjadi tempat saling berbagi informasi. Hal ini terjadi karena adanya konvergensi jaringan (Achmad et al., 2021; Cardoso et al., 2016). Kemunculan internet memberi inspirasi kepada praktisi media untuk menemukan cara yang lebih praktis agar suatu informasi dapat dijangkau oleh khalayak luas dengan memanfaatkan media *online*. Terry Flew (2014) mengemukakan bahwa konvergensi media merupakan hasil dari irisan 3 unsur *new media*, yakni jaringan komunikasi, teknologi informasi, dan konten

media. Adapun konsep dari konvergensi media ini mengusung pada penyatuan berbagai layanan informasi dalam satu peranti yang menjadi bagian dari digitalisasi dan arus informasi yang tidak lagi dapat dibendung. Konvergensi menyebabkan perubahan radikal dalam penanganan, penyediaan, dan distribusi dari seluruh bentuk informasi, baik visual, audio, dan data (Preston, 2001). Adanya konvergensi membuat media konvensional di seluruh dunia banyak mengalami gulung tikar sebab tidak mampu menyesuaikan dengan perubahan di tengah gempuran kemunculan internet, seperti The Washington Post yang merupakan media surat kabar tertua dan terbesar di Amerika yang gulung tikar sejak 2019. Hal ini terjadi karena beralihnya minat khalayak pada dunia digital daripada media cetak dalam mencari suatu informasi (Cardoso, 2008; Murniasih et al., 2021; Wilson & Peterson, 2002).

Kemajuan teknologi membuat berbagai jenis media sosial hadir di tengah khalayak guna memenuhi kebutuhan dalam era digital yang muncul seiring dengan berkembangnya zaman. Kini, setiap berita atau informasi dapat diperoleh dari media *online* secara cepat dan *real time* sesuai dengan waktu kejadian (Sehl et al., 2016). Hal inilah yang menyebabkan para praktisi media menyediakan akun resmi di berbagai media sosial, seperti Twitter, Instagram, YouTube, dan TikTok bagi perusahaan medianya untuk menjangkau khalayak luas. Selain harga yang terjangkau, media online dapat diakses dengan mudah melalui internet dan banyak bentuk media yang menyediakan suatu berita tanpa harus berlangganan terlebih dahulu (Fatimatuzzahro & Achmad, 2022).

Kecanggihan teknologi komunikasi tentu tidak selalu membawa dampak positif sebab interaksi yang dilakukan hanya sebatas virtual, sehingga seringkali individu bersikap tidak seperti dirinya di dunia nyata. Selain itu, beragamnya arus informasi yang disajikan memunculkan gejala di tengah publik yang akhirnya memberikan dampak terhadap cara berpikir masyarakat. Masyarakat akan cenderung mengabaikan kebenaran objektif demi membangun opini pribadinya atau yang disebut dengan era *post-truth* (Wahyono et al., 2017). Dalam hal ini, setiap individu harus memiliki kesadaran dan pandangan kritis dalam mengenali realitas media yang membedakannya dengan realitas sosial sehingga tidak bisa dikontrol oleh media (Rianto, 2019). Jika individu dibekali dengan literasi media yang baik, maka akan memberikan perspektif yang jelas mengenai batas antara dunia nyata dan media sehingga tidak mudah dimanipulasi (Potter, P., & Perry, 2011).

Kehadiran *post-truth* atau era pasca kebenaran ini sangat relevan dengan kondisi generasi muda yang tengah dimanjakan oleh kecanggihan teknologi. Berada di era digital yang serba cepat dengan kemudahan akses teknologi tanpa dibatasi ruang dan waktu rupanya tidak selalu berdampak positif. Generasi muda dituntut untuk lebih adaptif dan responsif, sayangnya

Rahman, et al.: “Kredibilitas Informasi di Era Post-Truth Dikalahkan Kecepatan Informasi: Pengabaian Undang Undang Informasi dan Transaksi Elektronik”

banyak yang tidak dibarengi dengan pembekalan mengenai cara menggunakan media sosial secara bijak (Febrianita, 2020; Wahyono et al., 2017). Kini kebanyakan orang memilih media sosial sebagai sumber berita dan mendapatkan informasi terbaru tanpa mengetahui secara pasti kredibilitas yang disajikan. Hal ini tentu berdampak pada maraknya berita hoaks sebagai akibat dari minimnya kesadaran pengecekan validasi suatu berita dan kurangnya literasi digital pada khalayak (Juditha, 2018; Qumairoh et al., 2022). Karakteristik *post-truth* yang diungkapkan oleh Jose Antonio Llorente menyebutkan bahwa tonggak dari munculnya fenomena *post-truth* ini berasal dari kepercayaan pribadi yang bagi banyak orang tidak terbantahkan kebenarannya sehingga menggeser kekuatan logika dan fakta yang menimbulkan asumsi dan menyebabkan kebingungan dalam opini publik (Llorente, 2017). Sementara Jose Antonio Zarzalejos, seorang jurnalis, mantan Direktur ABC dan El Correo, Spanyol, menegaskan bahwa *post-truth* tidak dapat disamakan dengan kebohongan. Namun, *post-truth* merupakan gambaran sebuah situasi ketika fakta-fakta objektif telah diabaikan dan kurang memiliki pengaruh dibandingkan dengan emosi dan kepercayaan public (Zarzalejos, 2017) .

Lebih lanjut, karakteristik dari *post-truth* adalah suatu hal yang bersifat emosional sehingga mampu mengaduk emosi khalayak, mengabaikan data dan fakta, mengutamakan keviralan walaupun belum mengetahui kebenarannya, diselingi dengan teori-teori konspirasi yang masih butuh diuji kebenarannya, adanya mobilisasi narasi fiktif tentang figur atau peristiwa tertentu, serta muncul ketidakjujuran dalam membangun opini untuk memperkuat posisi dan kepercayaan pribadinya (Ikhwan, 2017). Keberagaman saluran komunikasi membuat fenomena *post-truth* kuat timbul pada khalayak di seluruh dunia. Informasi atau berita yang kredibilitasnya belum diketahui pasti dapat dengan mudah disebarkan melalui media sosial karena adanya interaksi aktif khalayak sesama pengguna.

Fenomena *post-truth* yang mengancam kredibilitas suatu informasi dan berita salah satunya dapat ditemukan pada media sosial Twitter yang merupakan layanan jejaring sosial membawa dampak besar bagi penggunaannya. Twitter sendiri pertama kali diperkenalkan kepada publik pada tanggal 15 Juli 2006 di San Francisco, California, Amerika Serikat. Twitter menjadi aplikasi media sosial yang banyak diandalkan oleh khalayak sebagai sumber informasi cepat dari peristiwa yang terjadi di penjuru dunia. Hal ini terjadi karena media massa saat ini cenderung dikuasai oleh kepentingan pemilik media terhadap hiruk pikuk politiknya. Selain itu, adanya kemudahan dalam mengunggah setiap konten melalui cuitan yang hanya dilakukan seperti mengirim suatu pesan menjadi alasan lain Twitter menjadi jaringan sosial yang peka dalam memberi informasi terkini. Sesuai dengan namanya, Twitter dimanfaatkan penggunaannya untuk berbagi cuitan mengenai keseharian, *update* berita terkini, mengkritisi isu-isu yang

sedang ramai diperbincangkan, berbagi sebuah tips, hingga sebagai media hiburan dari tweet cerita pengguna yang menghibur. Tak jarang pengguna lebih suka menumpahkan keluh-kesahnya di Twitter sebab tidak ada orang lain yang akan menghakimi dirinya apabila cuitan tersebut bukan termasuk provokasi.



Gambar 1: Tangkapan layar akun Twitter @AREAJULID.

Dalam hal ini, keberadaan *post-truth* di media sosial Twitter ditemukan pada akun-akun yang berkonsep seolah menjadi media pemberitaan dengan membagikan informasi yang belum diketahui pasti kebenarannya. Namun, akun tersebut mengutamakan kecepatan dan keviralan dalam memberi informasi pada khalayak sehingga mengabaikan fakta yang terjadi. Salah satu akun pemberitaan di Twitter yang populer adalah @AREAJULID. Akun tersebut memiliki pengikut lebih dari 2,7 juta yang telah bergabung sejak November 2017. Selain itu, @AREAJULID telah memiliki tanda centang dari Twitter yang merupakan bukti validasi pada sebuah akun. Konsep pemberitaan pada akun ini dipegang oleh admin yang akan menyeleksi suatu informasi yang kemudian diunggah sebagai cuitan. Khalayak dapat mengirim pesan melalui akun secara langsung dengan *trigger warning* yang disediakan @AREAJULID, yakni Tea! (*spill the tea*), Dis! (*discuss*), dan Wdyt! (*asking for opinions*). Konten informasi yang disajikan biasanya seputar berita, penyuaran hak dan keadilan, peristiwa yang dialami warganet, kasus selebriti, isu-isu politik, hingga sebuah *reminder* yang dibagikan secara rutin. Adanya fenomena kecepatan dalam menyampaikan informasi pada akun tersebut tidak luput dari peran admin yang konsisten dan mampu memberitakan berita-berita terkini. Namun, akun ini juga membuka promosi jualan dengan *me-retweet* postingan mitra sehingga dapat mengganggu khalayak akibat konten spam.

Seiring berjalannya waktu, fenomena kecepatan dalam mendapatkan suatu berita pada akun-akun tersebut mulai dapat terbaca asal mulanya. Dalam wawancara *podcast* yang diunggah pada 4 Juli 2021 di *channel* YouTube milik Denny Sumargo dengan narasumbernya yaitu salah satu admin pada akun pemberitaan populer di media sosial, mengatakan bahwa salah satu kunci dari kecepatan pembagian informasi adalah dengan cara melakukan pemekaran akun induk. Kemudian dari hal tersebut setiap admin akan fokus dalam pemberitaan tertentu, lalu saling berbagi informasi. Dengan demikian, apabila ditinjau dari pernyataan tersebut akun Twitter @AREAJULID bisa saja memiliki sejumlah admin yang masing-masing fokus dalam pemberitaan tertentu sesuai bagiannya. Sebagai contoh, admin A fokus mencari berita seputar politik, admin B fokus mencari kasus selebriti, admin C fokus mencari fenomena menarik yang dialami warganet, dan seterusnya. Selain itu, dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi memungkinkan akun @AREAJULID memiliki admin yang tersebar di seluruh daerah untuk mempermudah jangkauan pencarian informasi. Dalam hal ini, setiap individu perlu dibekali dengan literasi digital dan kebijakan dalam bermedia sosial agar tidak mudah dimanipulasi dan dikontrol oleh media. Hal ini karena fenomena *post-truth* dapat dihentikan dari kesadaran khalayak masing-masing dalam mengkonsumsi berita dengan rutin melakukan disiplin verifikasi.

Metode

Studi ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan etnografi virtual. Pendekatan ini berupaya menggali kedalaman subjek atau fenomena yang terjadi di dunia virtual atau ruang virtual (Amiruddin, 2018; Christine Hine, 2000, 2004). Ruang virtual sebagai tempat hidup komunitas-komunitas virtual menjadi sarana komunikasi interaktif yang dipahami sebagai budaya virtual ataupun artefak budaya (Achmad et al., 2021). Etnografi virtual tidak sebatas penelitian tentang ilmu budaya, melainkan telah meluas dan dimanfaatkan oleh berbagai bidang ilmu, antara lain: sosiologi, komunikasi, kebijakan publik, ilmu hukum, ilmu bahasa dan pariwisata (Abidin et al., 2021; Christin Hine, 2018; Wahyuningtyas et al., 2021). Kelebihan pendekatan ini adalah peneliti secara partisipatif melakukan perekaman perilaku masyarakat dengan menggabungkan teknik pengamatan dan teknik wawancara secara offline dan online. Artinya peneliti berlaku sebagai partisipan dan melakukan aktivitas bersama para subjek di dunia nyata dan dunia virtual (Achmad & Ida, 2018; Angelone, 2018; Christine Hine, 2015; Markham, 1998).

Studi ini melakukan pengumpulan data melalui (1) wawancara virtual para informan dengan pesan pribadi di Twitter, (2) pengamatan dan penelusuran virtual terhadap aktivitas

yang dilakukan oleh akun @AREAJULID berupa unggahan konten, cuitan, dan komentar followers. Unit analisis pada studi ini adalah teks, berupa huruf, kata, simbol, foto, dan video pada unggahan konten di Twitter.

Hasil dan Pembahasan

Badai *post-truth* telah membawa perubahan bagi media massa karena fakta pemberitaan tidak lagi dihiraukan dengan adanya asumsi khalayak yang bersifat emosional. Akun Twitter @AREAJULID yang sukses mendapat *engagement* dari khalayak konsumen berita memiliki interaksi yang kuat dengan para pengikutnya. Selain dari banyaknya admin yang masing-masing fokus dalam topik pemberitaan yang dicari, apabila ditelusuri kecepatan pembagian informasi dari akun @AREAJULID juga terletak pada interaksi dengan pengikutnya. Dapat diketahui jika pengikut di akun Twitter @AREAJULID merupakan warganet yang aktif dan suka mengutarakan argumennya melalui kolom komentar sehingga tak jarang ada tambahan informasi terkait cuitan yang diunggah. Di sisi lain, hal tersebut akhirnya memudahkan timbulnya berita hoaks atau gosip karena informasi yang dibagikan tidak melalui proses disiplin verifikasi ataupun memang secara sengaja disebar. Oleh karena itu, khalayak harus pandai memilih sumber pemberitaan yang kredibel sehingga tidak mudah dimanipulasi.

Berdasarkan pengamatan penulis, cuitan informasi atau pemberitaan yang diunggah oleh akun @AREAJULID tidak mengedepankan kredibilitas dari suatu fakta melainkan kecepatan pemberian informasi. Selain itu, terkadang ada unggahan yang mengandung provokasi dengan warganet sehingga membuat tidak nyaman. Fenomena ini dapat ditemukan salah satunya pada beberapa postingan berikut ini:



Gambar 2: Tangkapan layar postingan anonim di @AREAJULID.

Rahman, et al.: “Kredibilitas Informasi di Era Post-Truth Dikalahkan Kecepatan Informasi: Pengabaian Undang Undang Informasi dan Transaksi Elektronik”

Postingan tersebut diunggah pada 31 Maret 2022 yang menampilkan curhatan anonim seorang warganet. Tangkapan layar itu berisi curhatan seorang wanita tentang hubungan asmaranya dengan sang pacar. Sang wanita merasa dilema sebab sang pacar yang mendadak bangkrut dan kehilangan hartanya, tetapi di lain sisi ia mengetahui bahwa sang pacar sebenarnya sangat sayang kepadanya. Ia meminta tanggapan warganet supaya dirinya dapat bersikap realistis. Kemudian akun @AREAJULID mengunggah cuitan tersebut dengan *caption* “Dis! tinggalin aja mb, biar dia dapet yang lebih baik dari mb.” *Caption* unggahan tersebut mengandung provokasi dan mengajak warganet untuk memberikan pandangannya terhadap permasalahan yang sedang dialami. Postingan ini mengundang beragam reaksi dari khalayak, beberapa mengkritisi aksi wanita dalam tangkapan layar tersebut, sedangkan sedikit dari mereka yang merespons dengan positif. Kebanyakan warganet menyayangkan sikap sang wanita kepada pacarnya.



Gambar 3: Tangkapan layar komentar warganet di postingan gambar 2.

Dari kasus unggahan di atas, membuktikan bahwa warganet mudah terpancing dalam situasi yang belum jelas kebenaran lapangannya. Warganet yang melontarkan komentar menyakitkan tidak berpikir dua kali sehingga memperkeruh suasana. Lontaran tersebut terjadi karena adanya perilaku yang dinilai tidak sesuai dengan standar yang berlaku di masyarakat. Melihat begitu ramainya tanggapan pada postingan ini sampai tidak ada seorang pun yang mempertanyakan mengenai kebenaran informasinya. Sebaliknya, warganet justru fokus pada kasus wanita tersebut yang diangkat oleh akun @AREAJULID.



Gambar 4: Tangkapan layar postingan anonim di @AREAJULID.

Postingan lainnya dari @AREAJULID yang menunjukkan diragukannya kredibilitas dalam suatu informasi yakni diunggah pada 30 Januari 2022 yang berisi tangkapan layar perseteruan di ruang obrolan milik seorang pria bernama Satria dengan sang kakak kandung yang mendadak viral. Seperti dilihat dari gambar 3, dalam percakapan tersebut terlihat Satria yang kehilangan mainannya diduga karena dibawa oleh sang keponakan. Tangkapan layar tersebut sebenarnya pertama kali viral di Facebook yang disebarakan akun bernama Satria Sri Sultan II. Postingan ini kemudian dibanjiri komentar berisi pro dan kontra terhadap tindakan sang kakak yang membenarkan perilaku anaknya. Banyak warganet yang menyayangkan sikap kakaknya karena tidak mengajarkan hal yang benar kepada sang anak. Selain itu, *caption* unggahan @AREAJULID pada konten tersebut yang berisi, “Dis! Kenapa sih kita harus selalu ngalah ama anak kecil?” cenderung mengutarakan opini pribadi yang tentu hal tersebut salah dalam dunia jurnalistik.



Gambar 5: Postingan akun Facebook Satria.

Namun, tidak lama diketahui jika ternyata isi obrolan dan konflik tersebut hanya

Rahman, et al.: “Kredibilitas Informasi di Era Post-Truth Dikalahkan Kecepatan Informasi: Pengabaian Undang Undang Informasi dan Transaksi Elektronik”

settingan belaka. Hal ini diungkapkan langsung oleh Satria dalam akun Facebook pribadinya. Warganet akhirnya berbalik menghujat Satria yang telah mengarang cerita tersebut hingga *trending* Twitter di Indonesia. Kejadian di atas tentu tidak lepas dari adanya pengaruh kecepatan perolehan dan persebaran suatu informasi sehingga kredibilitasnya diragukan. Kondisi *post-truth* yang biasanya memiliki kedekatan emosional dengan target audiensnya membuat khalayak tidak melakukan pengecekan ulang suatu informasi. Hal ini juga tidak lepas dari kuasa audiens untuk memilih apa yang ingin ia konsumsi dari media massa. Khalayak juga memiliki kecenderungan untuk mempercayai apa yang ingin dipercayai saja tanpa melihat kemungkinan atau bukti pendukung lainnya. Biasanya pengemasan konten di media *online* dibumbui dengan kalimat provokatif dan tensi negatif yang menggugah emosi target audiens. Hal ini didukung dengan kemudahan warganet untuk membuka diskusi interaktif melalui kolom komentar. Dari sinilah pentingnya menghambat keberadaan era *post-truth* guna meminimalisir pelanggaran kode etik jurnalistik, hak privasi individu, serta persebaran berita hoaks terutama di kalangan pengguna media sosial.



Gambar 6: Tangkapan layar salah satu postingan berita di @AREAJULID.

Selain memuat informasi yang bersifat anonim, konten pada akun Twitter @AREAJULID juga menghadirkan pemberitaan yang sedang hangat diperbincangkan dengan tujuan untuk menyuarakan keadilan. Hal ini ditunjukkan pada salah satu postingannya di tanggal 30 Maret 2022 yang menampilkan berita tentang bebasnya Dekan FISIP Universitas Riau terkait kasus tuduhan pencabulan terhadap mahasiswinya. Dalam persidangan, hakim menyatakan bahwa dekan tersebut tidak bersalah karena tidak cukup bukti atas tuntutan terhadap perbuatannya. Namun, unggahan tersebut menempatkan diri sebagai oposisi dengan

mencibir Dekan yang tidak berhasil dijebloskan kedalam penjara oleh penuntutnya. Berdasarkan perspektif hukum, apabila pelaku tidak terbukti bersalah, maka berhak dibebaskan karena tidak melanggar aturan hukum. Demi menegakkan keadilan bagi mahasiswi korban pelecehan seksual tersebut, akun @AREAJULID secara tidak langsung menggiring opini pengikutnya untuk menuduh sesuatu yang belum terbukti kebenarannya.



Gambar 7: Tangkapan layar komentar warganet di postingan gambar 6.

Menanggapi kasus tersebut, warganet sepihak dengan sang korban pelecehan seksual karena menganggap pelaku tidak mendapat hukuman yang setimpal akibat adanya kekuasaan yang disalahgunakan. Banyak pengguna Twitter yang juga merasa keputusan tersebut tidak adil bagi korban. Ketidakpuasan ini diungkapkan dengan cacian, makian, bahkan tidak sedikit yang menuduh ada kecurangan yang telah dilakukan terduga pelaku sehingga kasus ini berbalik menguntungkan baginya. Kasus ini sebenarnya tidak luput dari peran penegak hukum dalam melindungi hak korbannya. Pengusutan yang dilakukan seharusnya dapat membawa bukti-bukti kuat sehingga keadilan dapat ditegakkan. Apabila dilihat dari pernyataan korban pelecehan seksual, terlihat bila ia mengalami trauma dari kejadian yang menimpanya. Hal ini dapat menjadi salah satu bukti yang layak dipertimbangan oleh penegak hukum sebelum memvonis kasus tersebut.

Rahman, et al.: “Kredibilitas Informasi di Era Post-Truth Dikalahkan Kecepatan Informasi: Pengabaian Undang Undang Informasi dan Transaksi Elektronik”



Gambar 8: Tangkapan layar di postingan @AREAJULID kasus musisi.

Tidak hanya persebaran informasinya yang cepat, akun @AREAJULID juga kerap kali digunakan sebagai media perundungan bagi warganet terkait sebuah kasus yang sedang viral. Hal ini salah satunya terlihat pada gambar 8 yang postingannya diunggah pada tanggal 28 April 2022, memuat tangkapan layar *headline* pemberitaan atas konflik yang terjadi di antara Tri Suaka dan Zinidin Zindan dengan Composer Erwin Agam. Kasus ini berujung pelaporan kepada pihak yang berwajib dan gugatan 10 miliar membayangi Tri Suaka dan Zinidin Zindan. Ini bukan kasus pertama yang mereka hadapi karena sebelumnya mereka juga terlibat kontroversi dengan artis lain, bahkan mereka juga pernah memandang rendah warganet dengan perkataannya yang menyinggung. Adanya gugatan ini rasanya seperti kemenangan bagi beberapa warganet. Sumber berita yang diunggah oleh akun @AREAJULID kredibilitasnya sangat dipertanyakan sebab bukan merupakan media yang terverifikasi oleh dewan pers. Selain itu, postingan tersebut diikuti dengan *caption* yang memancing kegaduhan yakni, “Dis! Mana ni yang ngatain netizen beban keluarga? Masalah lu banyak banget noohh, kasihan keluarga lu mikirin punya anak kek elu”. Penggunaan *trigger warning* “Dis!” yang berarti *discuss* atau diskusi di sini justru disalahgunakan sebagai ajakan untuk merundung orang lain. Belum lagi sumber informasi dari berita ini yang tidak kredibel.



Gambar 9: Tangkapan layar komentar warganet di postingan gambar 8.

Dari unggahan postingan kasus musisi tersebut, menuai komentar tajam warganet yang turut menghujat Tri Suaka dan Zinidin Zidan. Warganet seolah tidak peduli dengan kebenaran informasinya sehingga menelan bulat-bulat apa yang disajikan oleh akun @AREAJULID. Hal ini juga mengaburkan fakta bahwa musisi tersebut telah berkarya menghasilkan sejumlah lagu yang layak untuk diapresiasi. Warganet di Indonesia cenderung mudah menghakimi sesuatu yang kebenarannya masih belum dapat dipastikan. Standar nilai sosial yang dimiliki seolah harus berlaku bagi setiap orang. Melihat adanya fenomena tersebut, *mindset* dari warganet hendaknya diperbaiki agar lebih bijak dalam bertindak di media sosial. Dalam hal ini, ujaran kebencian yang dilontarkan tentu dapat mengganggu kondisi psikologis korbannya walaupun hal tersebut masuk ke dalam sanksi sosial.

Salah satu contoh lain dari kurangnya disiplin verifikasi pada setiap informasi yang akan diunggah oleh akun @AREAJULID yakni:



Gambar 10: Tangkapan layar di postingan @AREAJULID.

Pada postingan di atas, kejadian tersebut sebenarnya telah viral di berbagai media sosial sejak awal bulan Juni tahun 2022, seperti di TikTok, Instagram, dan Twitter. Hal ini karena perilaku wanita pada video tersebut sangat jauh mencerminkan kesopanan dan kepedulian. Gambar tangkapan layar di atas berasal dari konten video TikTok yang berisi kejadian seorang *office boy* yang sedang membersihkan sepatu dari seorang wanita yang sedang duduk di kursi dan diambil secara diam-diam. Dari unggahan konten TikTok tersebut, akhirnya menyita perhatian warganet dari berbagai media sosial dengan beragam reaksi yang mencibir wanita tersebut. Hingga akhirnya konten video dari TikTok tersebut dibagikan ke akun Twitter @AREAJULID. Beragam tanggapan kontra dilontarkan oleh khalayak, banyak yang bersimpati dengan seorang *office boy* tersebut, bahkan tak sedikit yang menghujat wanita dalam

Rahman, et al.: “Kredibilitas Informasi di Era Post-Truth Dikalahkan Kecepatan Informasi: Pengabaian Undang Undang Informasi dan Transaksi Elektronik”

video tersebut. Hujatan tersebut merupakan luapan kekesalan dari warganet karena perilaku yang sangat tidak bisa ditoleransi. Namun, ada juga warganet yang berpendapat bahwa jangan cepat percaya terhadap apa yang ditampilkan sebelum ada klarifikasi lebih lanjut.



Gambar 11: Tangkapan layar klarifikasi di postingan @AREAJULID.

Setelah video tersebut banyak menuai reaksi warganet dari berbagai media sosial yang ternyata berujung kesalahpahaman, akhirnya muncul klarifikasi dari ibu wanita dalam video tersebut. Pernyataan kronologi detail kejadian disampaikan ibunya melalui *direct message* Instagram pada akun anonim yang kemudian diunggah pada tanggal 13 Juni 2022 oleh akun @AREAJULID. Ibunya menjelaskan bahwa anaknya tidak bermaksud merendahkan *office boy* tersebut, melainkan saat kejadian “Mas OB” itu memang tidak diperbolehkan untuk melepas sepatunya saat dibersihkan. Dari unggahan klarifikasi tersebut, situasi memojokkan sang wanita dalam video meredam. Kejadian ini pun kembali menjadi perhatian warganet di Twitter, berikut cuitan komentarnya:



Gambar 12: Tangkapan layar komentar warganet atas klarifikasi kasus di gambar 10.

Beberapa warganet tetap kontra dengan tindakan yang dilakukan oleh wanita dalam video viral tersebut. Hal ini dibuktikan dengan lontaran komentar di atas yang tetap mempertahankan pendiriannya bahwa lebih baik memaksa untuk melepas sepatunya. Tak sedikit juga yang mengakui bahwa dirinya termakan oleh *framing* sehingga terburu-buru menghujat sebelum mengetahui kebenarannya.



Gambar 13: Tangkapan layar komentar warganet atas klarifikasi kasus di gambar 10.

Beragamnya komentar pro dan kontra dari warganet menunjukkan antusias konsumen berita yang aktif dalam menanggapi sebuah pemberitaan. Hal ini merupakan kejadian yang positif sebab diketahui bahwa simpati khalayak sangat tinggi terhadap hak dan kemanusiaan individu. Namun, akibat unggahan video yang menimbulkan kesalahpahaman tersebut menimbulkan persepsi atau *framing* dalam khalayak media sosial. Dalam hal ini, akun Twitter @AREAJULID turut andil dalam pembentukan *framing* tersebut karena menggiring khalayak pada suatu kasus yang belum diketahui kebenaran pastinya.

Dampak dari viralnya video tersebut ke berbagai media sosial mengakibatkan wanita dalam video tersebut diberhentikan dari tempat magangnya. Sang penyebar video atau pemilik

akun TikTok yang pertama kali mengunggah akhirnya menghapus kontennya, tanpa ada klarifikasi atau permintaan maaf karena telah menyebarkan kesalahpahaman bahkan mengundang hujatan warganet. Tindakan merekam video secara diam-diam dan menyebarkannya tanpa izin sebenarnya dapat dijerat UU ITE. Akun @AREAJULID membawa pengaruh yang besar karena memiliki jutaan pengikut dan merupakan salah satu lapak yang populer di media sosial Twitter. Apapun yang diposting oleh akun ini akan membawa *engagement* yang besar sehingga pada akhirnya berdampak pada individu yang berhubungan langsung dengan konten yang diunggah, entah itu positif ataupun negatif.

Akun Twitter @AREAJULID tidak menggunakan bot atau yang disebut sistem otomatis, melainkan segala postingannya langsung diunggah oleh sang admin. Admin tersebut seharusnya menerapkan etika dalam jurnalistik dan kode etik jurnalistik karena akun yang dipegang mampu mendatangkan efek besar bagi khalayak. Terlebih lagi akun @AREAJULID membuka jasa *paid promote* atau iklan secara berbayar untuk meraup keuntungan. Hal ini berkaitan erat dengan banyaknya *engagement* yang dihasilkan oleh akun ini sehingga melakukan berbagai cara untuk menarik pengiklan. Salah satunya dengan melakukan *framing* terhadap suatu isu yang sedang hangat dibicarakan oleh khalayak. Pihak pengiklan sebelum memutuskan untuk mengiklankan produknya, pasti telah melakukan peninjauan terhadap akun yang akan diajak bekerja sama. Adapun hal-hal yang menjadi pertimbangan yakni, reputasi akun yang baik, jumlah pengikut, *feedback* yang besar, hingga *engagement* yang diperoleh terhadap produknya. Admin dari akun Twitter @AREAJULID bersifat anonim karena tidak diketahui identitas asli dari sang pemegang akun. Hal ini dapat menjadi keuntungan dengan sesuka hati mengunggah konten apapun tanpa takut adanya risiko dihujat.

Seiring dengan antusiasme masyarakat terhadap informasi yang dibagikan oleh akun Twitter @AREAJULID, pengelola akun semakin sering mengunggah informasi yang sifatnya lebih kontroversial dan mengundang perhatian audiens. Informasi didapatkan melalui berbagai sumber atau hasil inisiasi dari admin (pengelola akun) @AREAJULID. Bahkan akun ini sangat mengedepankan kecepatan informasi. Hal ini dibuktikan dengan memberi ruang pada masyarakat secara umum untuk menyampaikan apa yang mereka ketahui, baik kehidupan selebriti hingga kabar terbaru dari kasus hukum seorang pejabat publik. Alurnya sederhana, informan dapat mengirimkan DM (*direct message*) dengan menggunakan kode-kode yang sudah ditentukan. Kode tersebut terdiri dari: Tea! (*spill the tea*), Dis! (*discuss*), Wdyt? (*asking for opinions*). Kode-kode di atas juga digunakan admin dalam mengabarkan informasi ke dalam ruang berandanya sehingga audiens dapat mengidentifikasi tanggapan apa yang seharusnya diberikan atas informasi yang telah dibaca.

Namun, dari sekian banyak informasi yang dibagikan oleh pengelola akun, tidak sedikit informasi yang belum dapat dipastikan kebenarannya atau masih diragukan validitasnya. Hal tersebut dapat diidentifikasi melalui gambar yang dimuat, keterangan gambar, atau melalui keabsahan informasi setelah melakukan pengecekan ulang. Akibatnya muncul berbagai spekulasi yang sifatnya menggiring opini masyarakat. Dalam kasus ini dapat diketahui bahwa akun Twitter @AREAJULID tidak memperhatikan pedoman yang seharusnya dilakukan saat menjalankan publikasi.

Umumnya pedoman publikasi hanya dimiliki oleh insan media yang terikat dalam Undang-Undang Pers. Meskipun akun Twitter @AREAJULID bukan termasuk media massa konvensional, namun aktivitasnya dikontrol dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Lebih spesifiknya hukum media sosial masuk ke ranah hukum pidana dan perdata. Dengan disahkannya Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 sebagai perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 aktivitas pengguna media sosial dapat dipantau oleh pihak berwajib (Indonesia, 2008). Salah satu pasal yang dapat menjadi perhatian para penggiat media sosial adalah Pasal 40 ayat (2b) UU ITE. Bunyi pasal ini adalah sebagai berikut, *“Dalam melakukan pencegahan sebagaimana dimaksud pada ayat (2a), Pemerintah berwenang melakukan pemutusan akses dan/atau memerintahkan kepada Penyelenggara Sistem Elektronik untuk melakukan pemutusan akses terhadap Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang melanggar hukum* (Indonesia, 2016a). Pasal tersebut merupakan upaya dalam mencegah menyebarnya konten-konten negatif atau konten yang dinilai melanggar aturan. Apabila terdapat pelanggaran, pemerintah berwenang dalam memerintahkan para pihak penyelenggara informasi (dalam hal ini penyedia jaringan internet) untuk melakukan pemutusan akses terhadap layanan akses informasi, termasuk media sosial.

Adapun UU ITE Pasal 40 ayat (2a) memberikan kewenangan kepada pemerintah untuk mencegah dan memblokir situs yang memuat informasi-informasi tertentu. Undang-undang tersebut dapat menjerat akun media sosial yang tidak bertanggung jawab, seperti yang sengaja menyebarkan berita bohong (*hoax*), tidak melakukan verifikasi, dan tidak melakukan pemberitaan secara berimbang. Dalam hal ini suatu berita harus melalui tahap disiplin verifikasi terlebih dahulu sebelum disebarkan kepada khalayak sehingga memuat fakta sebenarnya yang terjadi di lapangan.

Usai UU ITE disahkan kemudian terdapat peningkatan kasus pidana atas tuduhan pencemaran nama baik melalui media sosial. Dilansir dari safenet.or.id, total terdapat 324 kasus pidana yang melibatkan UU ITE. Serta sebanyak 209 orang dijerat dengan pasal 27 ayat 3 tentang pencemaran nama baik. Hal ini kemudian menjadi sorotan lantaran sudah seharusnya

untuk sebuah Undang-Undang menciptakan rasa aman terhadap masyarakat. dalam kasus ini merupakan pengguna media sosial. Sehingga diharapkan bahwa kehadiran UU ITE merupakan solusi atas kebebasan informasi yang tersaji di ruang maya.

Guna mengontrol serta menindak pelanggaran yang dilakukan melalui ruang digital, maka pemerintah merumuskan Undang-Undang KUHP, UU No. 19 tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), UU No. 40 Tahun 2008 tentang Penghapusan Diskriminasi Ras dan Etnis, serta tindakan ketika ujaran kebencian yang mengakibatkan terjadinya konflik sosial (Indonesia, 2016b). Dengan dibentuknya Undang-Undang tersebut, diharapkan dapat membatasi ruang gerak para pengguna media sosial yang tidak bertanggung jawab dalam melakukan publikasi. Seperti menyebarkan berita *hoax*, menyebarkan ujaran kebencian, serta memicu konflik antar masyarakat.

Pada dasarnya konsep akun Twitter @AREAJULID disesuaikan dengan tipikal masyarakat Indonesia yang memiliki rasa ingin tahu tinggi terhadap kehidupan figur publik. Hal ini menjadi celah bagi pengelola akun untuk menjawab rasa ingin tahu masyarakat. Seperti yang dapat diamati saat ini, pengelola akun dengan sengaja memberikan ruang bagi masyarakat untuk mendiskusikan subjek-subjek postingan mereka. Padahal, validitas informasi belum diketahui secara pasti atau dalam kasus lain, pengelola akun memposting sesuatu yang kurang bermartabat dan bersifat merendahkan subyek postingan. Apabila yang bersangkutan merasa keberatan bahkan dirugikan dengan postingan @AREAJULID, maka pengelola akun dapat dikenai pasal UU ITE sesuai dengan perbuatan yang diperkarakan. Tidak hanya figur publik, seseorang yang namanya sedang viral (menjadi bahan pembicaraan) juga tidak luput dari postingan @AREAJULID. Postingan-postingan semacam ini justru menimbulkan lebih banyak perdebatan di kalangan pengikut @AREAJULID sebab seringkali informasi yang dibagikan kurang jelas, baik dari gambar serta sudut pemberitaan. Banyak ditemui postingan-postingan yang diambil dari bukti obrolan atau bukti tangkapan layar yang belum jelas kebenarannya.

Mirisnya pengikut akun Twitter @AREAJULID cepat mempercayai informasi tersaji dan langsung menuliskan tanggapan pada kolom *reply* kemudian ramai-ramai me-*retweet* postingan. Sebagai masyarakat yang turut andil dalam interaksi digital, hendaknya dapat mengambil tindakan dengan cara memahami konsep verifikasi dan *cross-check* informasi. Verifikasi merupakan pemeriksaan tentang kebenaran laporan, pernyataan, dan perhitungan uang (Achmad et al., 2022; Destyani, 2018; Miles & Huberman, 1984) Apabila dikaitkan dengan konteks publikasi dan jurnalistik, maka verifikasi dilakukan dengan melakukan konfirmasi atas sumber informasi atau mencari fakta kebenaran sebelum akhirnya

mempercai sebuah informasi (Achmad, 2021). Hal ini pun membutuhkan kemampuan mengoperasikan perangkat digital dan literasi digital dengan baik. Sehingga perubahan pola perilaku masyarakat di media sosial juga tidak terlepas dari kedua komponen tersebut. Meskipun cukup sulit, namun bukan tidak mungkin bahwa kita dapat meminimalisir tindakan ini dan mencegahnya menjadi budaya digital yang buruk bagi masyarakat kita.

Kemunculan *post-truth* dapat terjadi karena kepopuleran berita yang belum jelas kebenarannya disajikan secara berulang kali kepada publik sehingga seolah-olah informasi tersebut benar. Fenomena *post-truth* lebih mengedepankan emosi dan melibatkan kepercayaan publik sehingga seringkali publik tidak menghiraukan fakta yang sebenarnya terjadi. Oleh karena itu, penting bagi sebuah media, baik yang termasuk dalam insan pers maupun bukan untuk turut mempertahankan kredibilitas informasi. Pasalnya segala bentuk komunikasi, terutama komunikasi digital sifatnya *irreversible* atau tidak dapat ditarik kembali.

Kesimpulan

Akun Twitter @AREAJULID merupakan salah satu media sosial yang turut berperan penting dalam penyebaran informasi secara cepat. Akan tetapi, kebenaran dari informasi yang dibagikan belum dapat diverifikasi kebenarannya. Masih banyak hoaks dan ujaran provokatif yang bertebaran di akun tersebut. Didukung dengan adanya antusiasme dari para pengikutnya, akun @AREAJULID masih terus populer di kalangan pengguna Twitter. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya *likes*, *retweet*, dan *comment* dari setiap unggahan di akun tersebut.

Dengan sambutan hangat dari pengikutnya, akun ini tak jarang disalahgunakan oleh oknum anonim yang tidak diketahui identitasnya. Melalui pesan yang dikirim lewat *direct message* tersebut orang dapat membuat gosip yang memancing reaksi banyak orang. Ini yang kemudian menyebabkan orang mudah menerima dan percaya dengan informasi yang dibagikan tanpa melakukan disiplin verifikasi terlebih dahulu. Dalam hal ini, seharusnya peran admin sebagai pemegang akun dapat mengontrol dan melakukan pengecekan lebih lanjut sebelum suatu cuitan akan diunggah. Dengan demikian, akan membantu mengurangi berita hoaks dan menghambat era *post-truth* yang sejatinya dapat diatasi oleh kesadaran khalayak dalam mengonsumsi berita.

Kredibilitas yang dipertanyakan dan beberapa postingan yang mengandung ujaran provokasi inilah yang menjadi kekurangan dari akun Twitter @AREAJULID. Namun, tak jarang pada akun ini setiap berita dapat diinformasikan lebih cepat dan berkesinambungan. Selain itu, @AREAJULID kadang menjadi akun yang menyuarakan ketidakadilan agar dapat di-*notice* oleh pemerintah sehingga mendapatkan hukuman yang setimpal. Dalam hal ini,

Rahman, et al.: “Kredibilitas Informasi di Era Post-Truth Dikalahkan Kecepatan Informasi: Pengabaian Undang Undang Informasi dan Transaksi Elektronik”

biasanya disebut sebagai pengawalan kasus yang dianggap sepele oleh aparat penegak hukum. Peran warganet di berbagai media sosial sangat berpengaruh terhadap kebijakan pemerintah yang dianggap merugikan.

Referensi

- Abidin, I. K. R., Wulandari, S. A., & Achmad, Z. A. (2021). Business competition related to the rapid test service for diagnosis of COVID-19 in hospitals in Surabaya, Indonesia. *Journal of Peace, Development and Communication*, 5(04), 48–62. <https://doi.org/10.36968/JPDC-V05-I04-04>
- Achmad, Z. A. (2020). Review Buku: Mediamorphosis: Understanding New Media by Roger Fidler. In A. Kriswibowo & E. R. Nawangsari (Eds.), *Potret Masyarakat dan Kebijakan Pemerintah dalam menghadapi tantangan Pandemi Covid-19* (pp. 71–77). Prodi Administrasi Negara UPN Veteran Jawa Timur.
- Achmad, Z. A. (2021). *Perbandingan Sistem Pers dan Sistem Pers Indonesia* (2nd ed.). Sahaja. <https://id1lib.org/book/17007540/52a09f>
- Achmad, Z. A., Alamiyah, S. S., Juwito, J., Wahyudi, A., & Siswati, E. (2022). Review berita dan regulasi lokal pada Indeks Demokrasi Indonesia di kota Blitar tahun 2020. *AKUNTABEL: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 19(2), 448–458. <https://doi.org/10.29264/JAKT.V19I2.10977>
- Achmad, Z. A., & Ida, R. (2018). Etnografi Virtual Sebagai Teknik Pengumpulan Data dan Metode Penelitian. *The Journal of Society & Media*, 2(2), 130–145. <https://doi.org/10.26740/jsm.v2n2.p130-145>
- Achmad, Z. A., Juwito, J., Candrasari, Y., & Ashfaq, A. (2021). Advantages of implementing mediamorphosis in supporting Using-ethnic programs at Radio Sritanjung FM Banyuwangi. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 34(2), 133–146. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.20473/mkp.V34I22021.133-146>
- Achmad, Z. A., Mardiyah, S., & Pramitha, H. (2018). The Importance of Parental Control of Teenagers in Watching Anime with Pornographic Content on the Internet. *Proceedings of the International Conference on Contemporary Social and Political Affairs (IcoCSPA 2017)*, 81–84. <https://doi.org/10.2991/icocspa-17.2018.22>
- Achmad, Z. A., Wiranata, I. M. A., & Mardiyah, S. (2016). Teenagers are Subjected to Cyber Bullying in Social Media Ask.fm. *ICoCSPA 2016*, 435–441. <https://doi.org/978-602-18461-4-8>

- Amiruddin, A. (2018). Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM) Binaan Dinas Perdagangan Kota Surabaya Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan. *Repository.Unair.Ac.Id*, 1–8.
- Andayani, T. J., & Achmad, Z. A. (2020). “Parenting with Rumah Keluarga Risman” Facebook group as information society and determinant of technology function. *Indonesian Journal of Social Sciences*, 12(02), 62–72.
- Angelone, L. (2018). Virtual Ethnography: The Post Possibilities of Not Being There. *Mid-Western Educational Researcher*, 31(3), 275–295.
- Cardoso, G. (2008). From Mass to Networked Communication: Communicational models and the Informational Society. *International Journal of Communication*, 2(May), 44.
- Cardoso, G., Lapa, T., & Di Fátima, B. (2016). People are the message? Social mobilization and social media in Brazil. *International Journal of Communication*, 10(August), 3909–3930.
- David, H. (2012). New Media Theory | Parlor Press. *Encyclopedia of Communication Theory*, 1–6. <https://www.parlorpress.com/newmediatheory.html>
- Destyani, B. W. (2018). *Bentuk Dan Model Verifikasi Fakta Dalam Praktek Jurnalisme Partisipatif Radio Berita Di Era Konvergensi: Studi Kasus Pada Radio Elshinta*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Fatimatuzzahro, F., & Achmad, Z. A. (2022). What If It Was You (#WIIWY) digital activism on TikTok to fight gender-based violence online and cyberbullying. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 35(4), 450–465. <https://doi.org/10.20473/mkp.V35I42022.450-465>
- Febrianita, R. (2020). Information Disorder & the Online’s Gatekeeping Mechanism Struggle in Post Truth Era. *JCommsci - Journal Of Media and Communication Science*, 3(3), 134. <https://doi.org/10.29303/jcommsci.v3i3.78>
- Fensi, F. (2019). Paradoxical Language “Cebong-Kampret” in Facebook As a Mirror of the Political Language of Indonesia. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 5(02), 103. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v5i02.1887>
- Flew, T. (2002). *New Media : an Introduction*. Oxford University Press.
- Flew, Terry. (2014). *New Media (Fourth)*. Oxford University Press.
- Fuchs, C. (2010). Labor in Informational Capitalism and on the Internet. *The Information Society*, 26(3), 179–196. <https://doi.org/10.1080/01972241003712215>
- Gauntlett, D. (2000). *Web.Studies: Rewiring Media Studies for the Digital Age* (D. Gauntlett (ed.); 1st ed.). Hodder Education Publishers.

Rahman, et al.: “Kredibilitas Informasi di Era Post-Truth Dikalahkan Kecepatan Informasi: Pengabaian Undang Undang Informasi dan Transaksi Elektronik”

- Hine, Christin. (2018). Virtual ethnography. *Social Memory and Heritage Tourism Methodologies*, 48–67. <https://doi.org/10.4324/9781315797915-4>
- Hine, Christine. (2000). *Virtual Ethnography*. Sage Publications Ltd.
- Hine, Christine. (2004). Virtual Ethnography Revisited. In *Online Research Methods, Research Methods Festival*.
- Hine, Christine. (2015). *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied, and Everyday*. Bloomsbury.
- Ikhwan, S. (2017). *Media Sosial, Politik Post-truth, Dan Tantangan Kebangsaan*.
- Indonesia, P. R. (2008). *UU Nomor 40 Tahun 2008 tanggal 10 November 2008, tentang Penghapusan Diskriminasi Ras dan Etnis*.
- Indonesia, P. R. (2016a). *Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*.
- Indonesia, P. R. (2016b). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik*.
- Juditha, C. (2018). Interaksi Simbolik Dalam Komunitas Virtual Anti Hoaks Untuk Mengurangi Penyebaran Hoaks. *Jurnal PIKOM (Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan)*, 19(1), 17. <https://doi.org/10.31346/jpikom.v19i1.1401>
- Llorente, J. A. (2017, March). The Post-Truth Era: reality vs. perception. *UNO*. https://www.uno-magazine.com/wp-content/uploads/2017/03/UNO_27_ENG_alta.pdf
- Markham, A. N. (1998). *Life Online: Researching Real Experience in Virtual Space*. Alta Mira Press.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1984). *Qualitative Data Analysis : Handout. A Sourcebook of New Methods*. California; SAGE Publications Inc., 1–8.
- Murniaseh, E., Suratnoaji, C., Arviani, H., & Achmad, Z. A. (2021). Etnografi Virtual Tentang Proliferasi Pemakaian Lagu “Bertaut” Karya Nadin Amizah di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 121–138. <https://doi.org/10.1080/14241277.2012.755682.1>
- Piliang, Y. A. (2004). *Dia yang dilipat : Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan*. Jalasutra.
- Potter, P., & Perry, A. G. (2011). *Buku Ajar Fundamental Keperawatan :Konsep,Proses dan Praktik*. ECG.
- Preston. (2001). *65 Steps to Self-Confidence*. How To Books Ltd.
- Purwaningtyas, M. P. F., & Alicya, D. A. (2020). The Fragmented Self: Having Multiple Accounts in Instagram Usage Practice among Indonesian Youth. *Jurnal Media Dan Komunikasi Indonesia*, 1(2), 171. <https://doi.org/10.22146/jmki.58459>

- Qumairoh, B., Achmad, Z. A., Tutiasri, R. P., & Kusnarto, K. (2022). Comparison of Misleading Information on Sriwijaya Air SJ-182 Accident between @detikcom and @kompascom. *Metafora: Education, Social Sciences and Humanities Journal*, 06(01), 24–39.
- Rianto, P. (2019). Literasi Digital Dan Etika Media Sosial Di Era Post-Truth. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 24. <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.2.24-35>
- Rochmana, S. D., Winarti, O., Kusuma, A., Nurhaqiqi, H., Achmad, Z. A., & Bergerat, V. C. (2022). Virtual ethnography of electronic word of mouth as a marketing enhancement. *ETNOSIA : Jurnal Etnografi Indonesia*, 7(1), 51–66. <https://doi.org/10.31947/ETNOSIA.V7I1.21060>
- Safitri, A. D., Achmad, Z. A., Arviani, H., Zuhri, S., Mustikasari, R. P., & Chairil, A. M. (2022). Dampak Publisitas Negatif Cyber Abuse Melalui Tinder pada Remaja di Kota Surabaya. *Metacommunication; Journal of Communication Studies*, 7(1), 36–50. <https://doi.org/10.20527/MC.V7I1.12679>
- Sehl, A., Cornia, A., & Nielsen, R. K. (2016). Public Service News and Digital Media. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2771076>
- Wahyono, E., Amalia, R., & Ranteallo, I. C. (2017). Menelaah Lebih Dekat “Post Factual/Post Truth Politics, Studi Kasus Brexit” (Analisis Resensi Media). *Nyimak (Journal of Communication)*, 1(1), 23–31. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v1i1.272>
- Wahyuningtyas, D., Kusuma, A., Febrianita, R., & Achmad, Z. A. (2021). Local language programs in cultural radios to maintain Indonesian national identity. *Etnosia: Jurnal Etnografi Indonesia*, 6(1), 47–65. <https://doi.org/10.31947/etnosia.v6i1.11973>
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>
- We Are Social. (2022). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta Pada 2022*. DataIndonesia.Id.
- Wilson, S. M., & Peterson, L. C. (2002). The anthropology of online communities. *Annual Review of Anthropology*, 31, 449–467. <https://doi.org/10.1146/annurev.anthro.31.040402.085436>
- Zarzalejos, J. A. (2017). Communication, Journalism, and fast-checking. *UNO*, 60.