

Komunikasi Politik di Era Post-Truth: Tantangan Kredibilitas Informasi Publik di Indonesia

Andi Yusuf Katili¹, Sry Ade Muhtya Gobel², Idewi Usman³

¹²Universitas Bina Taruna Gorontalo, ³Universitas Terbuka

yusuf2801@gmail.com¹, sryabel.gobel@gmail.com², idewiabec@gmail.com³

ABSTRAK

Fenomena *post-truth* telah mengubah lanskap komunikasi politik di Indonesia, di mana emosi dan opini pribadi sering kali lebih berpengaruh daripada fakta objektif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana era *post-truth* memengaruhi kredibilitas informasi publik serta tantangan yang dihadapi dalam menjaga integritas komunikasi politik. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui studi literatur, analisis wacana media daring, dan hasil penelitian terdahulu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meningkatnya arus disinformasi dan polarisasi politik di media sosial telah menurunkan kepercayaan publik terhadap institusi politik dan media. Komunikator politik kini dituntut untuk lebih transparan, akuntabel, dan berbasis data agar mampu mengembalikan kepercayaan publik. Selain itu, literasi digital masyarakat menjadi faktor kunci dalam memitigasi dampak *post-truth* terhadap demokrasi. Penelitian ini menegaskan pentingnya strategi komunikasi politik yang beretika, berbasis fakta, dan berorientasi pada kepentingan publik di tengah disrupsi digital. Dengan demikian, komunikasi politik yang kredibel menjadi pondasi utama untuk memperkuat demokrasi dan tata kelola informasi di Indonesia.

Kata Kunci: Komunikasi Politik; Post-Truth; Disinformasi; Kredibilitas; Literasi

ABSTRACT

The post-truth phenomenon has reshaped the landscape of political communication in Indonesia, where emotions and personal beliefs often outweigh objective facts. This study aims to analyze how the post-truth era affects the credibility of public information and the challenges in maintaining the integrity of political communication. Using a descriptive qualitative approach, data were collected through literature review, online media discourse analysis, and previous research findings. The results reveal that the rise of disinformation and political polarization on social media has eroded public trust in political institutions and media. Political communicators are now required to be more transparent, accountable, and data-driven to rebuild public confidence. Furthermore, citizens' digital literacy plays a crucial role in mitigating the impact of post-truth on democracy. This study emphasizes the importance of ethical, fact-based, and public-

oriented political communication strategies amid digital disruption. Consequently, credible political communication becomes the fundamental pillar for strengthening democracy and information governance in Indonesia.

Keywords: *Political Communication; Post-Truth; Disinformation; Credibility; Literacy*

PENDAHULUAN

Pada era digital yang semakin masif dengan jaringan media sosial, internet, dan platform komunikasi online, lanskap komunikasi politik mengalami perubahan fundamental. Salah satu fenomena yang kini sering dibicarakan dalam kajian komunikasi politik adalah konsep post-truth atau *pasca-kebenaran* — yaitu kondisi ketika fakta objektif kurang mendapat tempat dibanding narasi yang berbasis emosi, keyakinan pribadi, atau identitas kelompok. Fenomena ini memiliki implikasi signifikan terhadap kredibilitas informasi publik, partisipasi politik, dan kualitas demokrasi di Indonesia.

Konsep post-truth sebenarnya tidak hanya muncul belakangan, namun menjadi semakin relevan ketika teknologi digital mempercepat aliran informasi dan mengurangi hambatan distribusi berita. Di Indonesia, kehadiran media sosial, media daring, serta platform diskusi publik telah memungkinkan narasi alternatif, hoaks, dan kampanye identitas berkembang dengan cepat. Sebagai contoh, istilah “post-truth” bahkan pernah dipilih sebagai *word of the year* oleh Oxford Dictionaries pada 2016, menggambarkan bagaimana opini dan keyakinan pribadi mulai menandingi fakta dalam pembentukan opini publik.

Dalam konteks komunikasi politik, fenomena ini menjadi tantangan besar. Ketika fakta tidak lagi menjadi tolok ukur utama, maka kredibilitas komunikator politik — baik partai, kandidat, institusi pemerintah maupun media — menjadi rentan. Disinformasi dan hoaks dapat memunculkan persepsi publik yang bias atau bahkan salah arah, yang pada gilirannya mempengaruhi partisipasi politik, kepercayaan publik, serta legitimasi proses demokrasi. Studi-studi awal di Indonesia menunjukkan bahwa efek post-truth telah muncul dalam kontestasi politik, baik pada Pemilihan Umum 2019 maupun pada dinamika menuju pemilu berikutnya.

Fenomena post-truth dalam komunikasi politik dapat diartikan sebagai kondisi di mana *kebenaran* (truth) secara tradisional diartikan sebagai kesesuaian antara pernyataan dan fakta objektif mulai tergeser oleh narasi yang lebih menekankan pada emosi, identitas, atau popularitas narasi. Purba dan Sitorus menyebut bahwa dalam kajian literatur di Indonesia, kriteria kebenaran berubah:

“kebenaran saat ini dilihat dari sisi viral atau tidaknya informasi ... bukan merujuk pada fakta”. Konsekuensinya, publik cenderung menerima informasi yang sesuai dengan keyakinannya, walaupun mungkin kurang didukung bukti objektif.

Dalam konteks demokrasi yang sehat, komunikasi politik yang kredibel sangat penting. Komunikasi politik yang jujur, transparan, dan berbasis fakta menjadi pondasi bagi pengambilan keputusan publik, pembentukan opini, dan partisipasi masyarakat yang rasional. Namun ketika komunikasi politik terjebak dalam logika post-truth, maka integritas informasi publik menjadi terancam. Kredibilitas pesan, pengirim pesan, serta institusi yang menyampaikan informasi akan dipertanyakan.

Oleh karena itu, penelitian ini berangkat dari pertanyaan utama: bagaimana dinamika komunikasi politik di era post-truth di Indonesia, dan bagaimana tantangan terkait kredibilitas informasi publik muncul dalam konteks tersebut? Kajian ini penting karena beberapa alasan.

Pertama, perubahan cepat ekosistem media digital di Indonesia menjadikan arena politik semakin terbuka bagi narasi bukan hanya dari elite politik, tetapi juga dari aktor non-tradisional seperti influencer, kelompok grassroots online, dan kampanye digital yang bersifat viral. Artikel yang ditulis oleh Widodo & Kristiyono menunjukkan bahwa sejak tahun 2004 hingga 2024, revolusi media digital secara signifikan merubah pola komunikasi politik di Indonesia. Kedua, perilaku publik dalam menerima, menyebar, dan memproses informasi politik juga berubah — literasi media, kepercayaan terhadap media, dan kemampuan kritis warga menjadi variabel penting dalam memahami dampak post-truth. Sebagai contoh, Ruslan (2022) mengemukakan bahwa literasi informasi kritis menjadi kunci bagi masyarakat Indonesia untuk menghadapi aliran informasi di era post-truth. Ketiga, implikasi bagi demokrasi di Indonesia sangat serius: apabila kredibilitas informasi publik menurun, maka legitimasi proses politik, partisipasi masyarakat, dan kualitas keputusan publik bisa terganggu. Misalnya, Hannan (2022) menyoroti bahwa propaganda politik pascakebenaran menjelang pemilu berpotensi merusak demokrasi kontemporer di Indonesia.

Kontribusi penelitian ini adalah menyajikan analisis komprehensif terhadap aspek komunikasi politik dalam kerangka post-truth di Indonesia, dengan fokus pada kredibilitas informasi publik sebagai variabel kunci. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan memberikan wawasan bagi akademisi komunikasi,

praktisi media, pembuat kebijakan, maupun aktor politik dalam merumuskan strategi komunikasi politik yang lebih responsif terhadap tantangan era digital.

Selanjutnya, dalam bagian literature review akan dibahas definisi dan karakteristik post-truth, bagaimana komunikasi politik mengalami transformasi di era digital, tantangan kredibilitas informasi publik dalam konteks Indonesia, serta kerangka teoritis yang relevan.

Definisi dan Karakteristik Post-Truth

Istilah post-truth secara umum merujuk pada situasi di mana fakta obyektif kurang berpengaruh dalam membentuk opini publik dibanding emosi dan keyakinan pribadi. Fenomena ini sering dikaitkan dengan perkembangan media sosial, kemampuan algoritma digital dalam mempercepat penyebaran narasi, serta fragmentasi publik yang semakin menjadi gegarannya. Sebagai contoh, Arifin & Fuad (2020) dalam kajiannya menjelaskan bahwa era post-truth di media sosial Indonesia ditandai oleh tingginya penyebaran hoaks dan ujaran kebencian yang memanfaatkan isu suku, agama, dan ras. Purba & Sitorus (2024) dalam kajian literatur mereka pun mencatat bahwa kriteria kebenaran berubah dari fakta ke viralitas.

Dalam konteks komunikasi politik, karakteristik post-truth meliputi: (a) penggunaan narasi emosional dan identitas sebagai alat persuasi politik, (b) minimnya verifikasi fakta dalam penyebaran pesan politik, (c) fragmentasi informasi dan echo-chamber di media sosial yang memperkuat bias, serta (d) kecepatan penyebaran hoaks atau disinformasi yang sulit dikendalikan. Mustaqim (2023) misalnya mengidentifikasi strategi komunikasi politik digital pasca-kebenaran seperti “fake news: between facts and lies”; “near-lie: use the right words to form wrong impressions”; “spin: favourable interpretation of facts”; “personalisation; and ignoring rationality, prioritising emotions”.

Transformasi Komunikasi Politik di Era Digital

Komunikasi politik tradisional banyak bergantung pada media massa arus utama, tatap muka kampanye, dan saluran formal partai politik. Namun sejak munculnya media sosial dan platform daring, pola komunikasi politik mengalami disrupsi. Teknologi digital memungkinkan politisi, partai, dan aktor baru menyampaikan pesan langsung ke publik tanpa melalui filter media tradisional, sementara publik juga mempunyai saluran untuk turut aktif dalam proses komunikasi. Widodo & Kristiyono (2024) menegaskan bahwa revolusi media

digital telah mentransformasi pola komunikasi politik di Indonesia dalam dua dekade terakhir.

Transformasi ini membawa beberapa implikasi: pertama, media sosial menjadi arena utama kampanye politik dan pembentukan opini publik. Kedua, konten komunikasi politik menjadi semakin interaktif, melibatkan visual, video, meme, influencer, dan teknik persuasi baru. Ketiga, kecepatan dan skala informasi meningkat, sehingga narasi politik dapat menyebar dengan cepat, tetapi juga rentan terhadap distorsi, hoaks, dan manipulasi algoritma. Studi Limbu et al. (2024) menemukan bahwa kampanye politik di Facebook di Indonesia menunjukkan pola post-truth yang jelas, di mana narasi yang emosional dan viral lebih mendominasi dibanding fakta objektif.

Akibatnya, tantangan utama dalam komunikasi politik era digital adalah bagaimana menjaga kredibilitas dan validitas pesan politik, serta bagaimana publik menyaring dan menanggapi informasi dalam lingkungan yang sangat dipengaruhi algoritma, filter bubble, dan bias kognitif.

Kredibilitas Informasi Publik: Tantangan di Indonesia

Kredibilitas informasi publik dalam konteks politik menjadi semakin penting dan pada saat yang sama semakin terancam. Kredibilitas ini mencakup kepercayaan publik terhadap sumber informasi (institusi media, pemerintah, partai politik), keandalan isi pesan, dan relevansi konteksnya dengan fakta sosial. Ketika terjadi fenomena post-truth, maka aspek-aspek ini menjadi terguncang.

Di Indonesia, tantangan kredibilitas ini terlihat dalam beberapa gejala: penyebaran hoaks dan ujaran kebencian di media sosial yang memanfaatkan isu identitas, penurunan kepercayaan terhadap media arus utama, dan keterlibatan aktor non-tradisional dalam komunikasi politik yang mungkin tidak menerapkan etika jurnalistik atau verifikasi fakta secara memadai. Misalnya, Arifin & Fuad (2020) menunjukkan bahwa post-truth di media sosial Indonesia tidak hanya muncul dalam isu politik, tetapi juga agama dan SARA. Lebih lanjut, Nurmansyah (2024) menulis bahwa media arus utama menghadapi tantangan besar dalam menghadapi gelombang hoaks di era post-truth, terutama dalam menjaga kepercayaan publik.

Tantangan terhadap kredibilitas informasi publik juga terkait dengan literasi media publik. Ruslan (2022) menyatakan bahwa literasi informasi kritis masyarakat menjadi strategi penting untuk menghadapi aliran informasi yang cepat dan seringkali tanpa verifikasi. Di sisi lain, Mustaqim (2023) menggarisbawahi bahwa strategi komunikasi politik digital pasca-kebenaran menggunakan pendekatan yang

lebih menekankan emosi, identitas politik, dan pengulangan narasi yang mudah diterima daripada argumen rasional atau fakta lengkap.

Dengan demikian, studi ini menempatkan kredibilitas informasi publik sebagai variabel kunci yang terhubung dengan kualitas komunikasi politik dan kualitas demokrasi. Ketika kredibilitas menurun, maka potensi konflik sosial, polarisasi politik, dan disengagement publik meningkat.

KAJIAN PUSTAKA

Untuk menganalisis fenomena komunikasi politik di era post-truth dan tantangan kredibilitas informasi publik, beberapa kerangka teoritis menjadi relevan:

Teori Komunikasi Politik:

Komunikasi politik merupakan salah satu bidang penting dalam ilmu komunikasi yang berfokus pada proses penyampaian pesan politik dari aktor kepada publik melalui berbagai saluran media. Nimmo (2020) mendefinisikan komunikasi politik sebagai “proses interaksi simbolik yang melibatkan pesan-pesan yang bernilai politik dalam konteks sistem sosial tertentu”. Dengan kata lain, komunikasi politik bukan hanya berbicara tentang penyampaian pesan oleh elite politik, tetapi juga mencakup partisipasi masyarakat, peran media, serta dinamika arus informasi yang membentuk persepsi publik terhadap kekuasaan dan kebijakan.

Dalam konteks demokrasi modern, komunikasi politik berfungsi sebagai sarana utama untuk membangun legitimasi dan akuntabilitas publik. Menurut McNair (2021), komunikasi politik berperan dalam *transmission of political messages*, *mobilization of support*, serta *construction of political reality*. Artinya, politik tidak hanya berlangsung di ruang kebijakan, tetapi juga di ruang komunikasi, di mana citra, narasi, dan simbol memainkan peran kunci dalam memengaruhi opini publik.

Di Indonesia, praktik komunikasi politik berkembang seiring dengan kemajuan media massa dan media digital. Studi Widodo dan Kristiyono (2024) menunjukkan bahwa sejak 2004, komunikasi politik di Indonesia mengalami transformasi signifikan akibat media digital yang memungkinkan komunikasi dua arah antara politisi dan publik. Sementara itu, Nurmansyah (2024) menambahkan bahwa media sosial kini menjadi “arena utama pertempuran wacana politik” yang seringkali tidak lagi bergantung pada logika fakta, tetapi pada daya tarik emosional dan popularitas narasi.

Teori Post-Truth / Teknologi Komunikasi Digital

Istilah *post-truth* pertama kali populer setelah digunakan oleh Oxford Dictionaries pada tahun 2016, merujuk pada “situasi di mana fakta objektif memiliki pengaruh lebih kecil dalam membentuk opini publik dibanding emosi dan keyakinan pribadi.” Fenomena ini muncul seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial dan menurunnya otoritas sumber informasi tradisional seperti media massa dan lembaga akademik (McIntyre, 2018).

Fenomena *post-truth* mengubah secara fundamental ekosistem komunikasi politik. Jika sebelumnya proses komunikasi politik bergantung pada data, argumentasi rasional, dan fakta yang diverifikasi, kini seringkali narasi politik dibangun berdasarkan sentimen, identitas, dan manipulasi emosi publik. Menurut Arifin dan Fuad (2020), karakteristik era *post-truth* di Indonesia mencakup meningkatnya penyebaran hoaks, ujaran kebencian, serta penggunaan simbol keagamaan atau etnis dalam framing politik untuk memengaruhi persepsi publik. Hal serupa dikemukakan oleh Purba dan Sitorus (2024) yang menyatakan bahwa “kebenaran di era *post-truth* bukan diukur dari kesesuaian dengan fakta, tetapi dari seberapa viral dan emosional suatu narasi.”

Beberapa penelitian terbaru menunjukkan bagaimana fenomena *post-truth* memengaruhi komunikasi politik dan persepsi publik di Indonesia.

1. **Hannan (2022)** melalui artikelnya di *Politea Journal* menyoroti bagaimana propaganda politik pascakebenaran pada Pemilu 2019 memunculkan polarisasi sosial yang tajam dan menurunkan kualitas diskursus publik.
2. **Widodo & Kristiyono (2024)** mengkaji transformasi komunikasi politik di Indonesia dan menemukan bahwa media sosial telah menggeser fungsi media massa sebagai penjaga kebenaran (gatekeeper) menjadi “arena kompetisi narasi” yang sering kali tidak berbasis fakta.
3. **Limbu et al. (2024)** dalam studi di *International Journal of Academic Research* mengidentifikasi bahwa di media sosial seperti Facebook, konten politik yang paling banyak dibagikan bukan yang paling faktual, tetapi yang paling emosional dan memicu reaksi.
4. **Purba & Sitorus (2024)** menegaskan bahwa perubahan paradigma kebenaran dalam masyarakat digital Indonesia menyebabkan menurunnya kepercayaan publik terhadap media dan pemerintah, serta meningkatnya kepercayaan terhadap “teman” di media sosial sebagai sumber utama informasi politik.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan memahami fenomena komunikasi politik di era *post-truth* secara mendalam, terutama terkait bagaimana kredibilitas informasi publik dipersepsikan oleh masyarakat dan dikonstruksi oleh aktor-aktor politik. Menurut Creswell (2018), pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti menggali makna sosial yang kompleks di balik perilaku komunikasi dan persepsi individu dalam konteks sosial tertentu.

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena komunikasi politik secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta, sifat, serta hubungan antar fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2021). Penelitian ini tidak berupaya menguji hipotesis, melainkan memahami bagaimana komunikasi politik berubah dan bagaimana kebenaran dipersepsikan di tengah banjir informasi.

Pendekatan ini juga relevan karena fenomena *post-truth* tidak dapat diukur hanya dengan angka, melainkan perlu dipahami melalui analisis wacana, persepsi, dan interpretasi. Dengan demikian, penelitian ini mengandalkan data kualitatif dari hasil wawancara, observasi media, serta studi literatur yang menguraikan konteks sosial-politik komunikasi di Indonesia.

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Gorontalo, Provinsi Gorontalo, sebagai salah satu wilayah yang mencerminkan dinamika komunikasi politik lokal yang cukup aktif, baik di ruang daring maupun luring. Kota ini dipilih karena menjadi tempat interaksi berbagai aktor politik, media lokal, dan masyarakat yang memanfaatkan media sosial dalam menyebarkan informasi politik.

Waktu penelitian dilakukan selama tiga bulan, yakni dari Agustus hingga Oktober 2025. Periode tersebut dipilih karena masih berada dalam situasi pasca-Pemilu 2024, di mana wacana politik di media sosial masih hangat dan sarat dengan dinamika informasi publik, baik yang faktual maupun disinformasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilaksanakan di Kota Gorontalo, salah satu daerah yang mengalami perkembangan pesat dalam penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi politik. Berdasarkan data Kominfo (2024), lebih dari 80% masyarakat Gorontalo aktif menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan X (Twitter). Hal ini menjadikan ruang digital sebagai arena utama pertukaran opini dan wacana politik, terutama menjelang dan setelah Pemilu 2024.

Subjek penelitian terdiri atas 10 informan yang mewakili berbagai kelompok: 2 akademisi bidang komunikasi dan politik; 2 jurnalis media lokal; 2 pejabat humas pemerintah daerah; 4 masyarakat pengguna aktif media sosial (netizen politik). Yang memberikan pandangan mengenai bagaimana *post-truth* memengaruhi persepsi masyarakat terhadap informasi politik, serta sejauh mana kredibilitas komunikasi publik dapat dipertahankan di tengah banjir informasi.

Fenomena Komunikasi Politik di Era Post-Truth

Fenomena *post-truth* ditandai oleh meningkatnya peran emosi, kepercayaan, dan afiliasi ideologis dalam menentukan penerimaan terhadap kebenaran (McIntyre, 2018). Dalam konteks Indonesia, *post-truth* muncul kuat selama momentum politik elektoral, di mana opini publik kerap terbentuk bukan karena kebenaran faktual, tetapi karena narasi yang sesuai dengan preferensi politik.

Strategi Komunikasi Aktor Politik dalam Menghadapi Post-Truth

Para aktor politik, baik di tingkat lokal maupun nasional, menyesuaikan strategi komunikasinya untuk menghadapi situasi *post-truth*. Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan tiga pola utama strategi komunikasi:

1. Personalisasi Pesan Politik

Pesan politik kini lebih menonjolkan aspek personal daripada ideologis. Tokoh politik menggunakan narasi emosional—seperti kesederhanaan, kepedulian, dan kedekatan dengan rakyat—untuk menarik simpati publik. Strategi ini menciptakan efek “keakraban semu” di media sosial (Lunt & Livingstone, 2021).

2. Pemanfaatan Influencer Politik

Aktor politik banyak menggandeng *influencer* dan *content creator* untuk membentuk opini publik. Mereka berperan sebagai “penjembatan narasi” yang mempopulerkan pesan politik dengan gaya santai dan populer.

3. Framing dan Storytelling Digital

Pesan politik dikemas dalam bentuk *storytelling* agar lebih mudah diterima publik. Dalam konteks ini, politik tidak lagi hanya soal argumen logis, melainkan juga bagaimana cerita dikisahkan dan diulang-ulang hingga dianggap benar.

Namun, strategi ini membawa risiko: ketika pesan lebih berorientasi pada citra dan popularitas daripada kebenaran, kredibilitas informasi publik menjadi rentan terganggu (Farkas & Schou, 2020).

Persepsi Publik terhadap Kredibilitas Informasi Politik

Hasil wawancara terhadap masyarakat pengguna media sosial, sebagian besar menyatakan kesulitan membedakan antara informasi politik yang benar dan yang menyesatkan. Faktor utama penyebabnya adalah:

1. Ledakan Informasi (Information Overload)

Masyarakat menerima terlalu banyak informasi setiap hari, sehingga sulit memverifikasi kebenaran setiap sumber.

2. Kurangnya Literasi Media

Sebagian masyarakat belum memiliki keterampilan untuk melakukan *fact-checking* dan cenderung menilai berdasarkan jumlah *likes* atau *shares*.

3. Polarisasi Sosial

Perbedaan preferensi politik memperkuat *echo chamber* dan *filter bubble*, membuat individu hanya terekspos pada pandangan yang sejalan.

Seorang jurnalis lokal menjelaskan: “Publik lebih sering mengonsumsi berita politik dari media sosial ketimbang media resmi. Masalahnya, tidak semua tahu cara memeriksa kebenaran berita. Akibatnya, rumor sering dianggap fakta.”

Hasil ini sejalan dengan temuan penelitian Nisa (2023) yang menyebutkan bahwa *hoaks politik* meningkat tajam pada masa kampanye, dengan tingkat penyebaran tertinggi melalui WhatsApp dan TikTok.

Tantangan Kredibilitas Informasi Publik

Kredibilitas informasi publik bergantung pada tiga elemen utama: kepercayaan terhadap sumber, akurasi pesan, dan objektivitas media (O’Keefe, 2022). Dalam konteks *post-truth*, ketiga elemen tersebut menghadapi tantangan serius, yakni:

1. Turunnya Kepercayaan terhadap Media Arus Utama

Sebagian masyarakat menilai media konvensional memiliki bias politik, sehingga lebih memilih sumber alternatif di media sosial yang sering tidak terverifikasi.

2. Manipulasi Emosi dan Framing Politik

Aktor politik memanfaatkan emosi publik melalui framing tertentu, seperti menonjolkan aspek moral, agama, atau identitas kelompok, yang berpotensi menyesatkan persepsi publik.

3. **Minimnya Mekanisme Verifikasi Publik**

Walau pemerintah melalui Kominfo dan MAFINDO telah berupaya membangun sistem *fact-checking*, kecepatan penyebaran hoaks sering kali jauh melampaui upaya klarifikasi.

Hasil wawancara, masyarakat menganggap bahwa komunikasi publik pemerintah sering terlambat dan kurang adaptif terhadap dinamika media sosial. Ini menimbulkan kesenjangan antara niat pemerintah menyampaikan informasi dan persepsi masyarakat dalam menerima pesan tersebut.

Upaya Mengembalikan Kredibilitas Komunikasi Politik

Penelitian menemukan tiga langkah strategis yang dianggap penting untuk memulihkan kredibilitas komunikasi politik di era *post-truth*:

1. **Transparansi dan Konsistensi Pesan Publik**

Pemerintah dan lembaga politik harus menyampaikan informasi yang transparan dan konsisten. Komunikator politik harus mampu menjelaskan kebijakan dengan data yang jelas dan mudah dipahami publik.

2. **Peningkatan Literasi Digital dan Media**

Pendidikan literasi media harus diperkuat, terutama di kalangan pemilih muda. Program literasi yang melibatkan komunitas lokal, lembaga pendidikan, dan organisasi masyarakat dapat membantu publik lebih kritis terhadap informasi politik (Hobbs, 2020).

3. **Kolaborasi Multi aktor**

Upaya menjaga kredibilitas informasi publik memerlukan kolaborasi antara pemerintah, media, akademisi, dan masyarakat sipil. Dengan kolaborasi lintas sektor, proses komunikasi politik dapat berjalan lebih akuntabel dan berorientasi pada kebenaran.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa era *post-truth* telah mengubah lanskap komunikasi politik di Indonesia secara signifikan. Informasi politik tidak lagi dinilai berdasarkan kebenaran empiris, melainkan oleh keterhubungan emosional dan ideologis antara komunikator dan komunikan.

Fenomena ini mendukung pandangan McIntyre (2018) bahwa *post-truth* merupakan kondisi di mana fakta objektif memiliki pengaruh yang lebih kecil dibanding emosi dan kepercayaan pribadi dalam membentuk opini publik.

Temuan penelitian juga memperkuat teori komunikasi politik klasik oleh Lasswell (1948): “*Who says what, in which channel, to whom, and with what effect.*” Dalam konteks *post-truth*, setiap elemen model Lasswell mengalami distorsi:

- **Who (komunikator):** bergeser dari elite politik ke pengguna media sosial;
- **What (pesan):** lebih banyak berupa opini dan narasi emosional;
- **Channel (saluran):** didominasi media sosial interaktif;
- **Whom (audiens):** bersifat terfragmentasi dalam kelompok ideologis;
- **Effect (efek):** munculnya polarisasi dan menurunnya kepercayaan publik.

Dengan demikian, *post-truth* bukan sekadar fenomena komunikasi digital, melainkan krisis epistemologis yang mempengaruhi legitimasi politik dan demokrasi itu sendiri.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan beberapa poin penting sebagai berikut:

1. Era Post-Truth Telah Mengubah Pola Komunikasi Politik di Indonesia

Fenomena *post-truth* menyebabkan pergeseran paradigma komunikasi politik, di mana kebenaran objektif tidak lagi menjadi tolok ukur utama dalam membentuk opini publik. Emosi, identitas politik, dan afiliasi ideologis kini lebih dominan dalam menentukan penerimaan terhadap informasi. Publik cenderung mempercayai informasi yang sesuai dengan keyakinannya sendiri (*confirmation bias*), sehingga menyebabkan polarisasi sosial yang semakin tajam di ruang digital.

2. Kredibilitas Informasi Publik Mengalami Krisis Kepercayaan

Penelitian menunjukkan bahwa masyarakat menghadapi kesulitan dalam membedakan antara fakta dan opini politik. Hal ini diperburuk oleh ledakan informasi (*information overload*), rendahnya literasi media, serta menurunnya kepercayaan terhadap media arus utama. Banyak aktor politik memanfaatkan situasi ini untuk menyebarkan pesan yang bersifat persuasif namun tidak selalu berbasis fakta, yang pada akhirnya mengancam kredibilitas komunikasi publik dan merusak kualitas demokrasi.

3. Strategi Komunikasi Politik yang Emosional dan Personal Meningkat

Aktor politik di Indonesia semakin mengandalkan komunikasi yang bersifat personal, emosional, dan simbolik. Mereka menggunakan narasi yang menyentuh perasaan publik serta mengoptimalkan media sosial dan *influencer* untuk membentuk citra. Meskipun strategi ini efektif dalam menjangkau

khalayak luas, konsekuensinya adalah meningkatnya potensi disinformasi, karena pesan politik lebih berorientasi pada persepsi dan citra daripada substansi kebijakan.

4. Tantangan Utama: Polarisasi dan Lemahnya Literasi Digital

Salah satu tantangan terbesar dalam komunikasi politik era *post-truth* adalah polarisasi opini yang diperkuat oleh *filter bubble* di media sosial. Masyarakat hanya terpapar pada pandangan yang sejalan dengan ideologinya, sehingga mempersempit ruang dialog dan memperlemah fungsi deliberatif komunikasi politik. Lemahnya literasi digital membuat masyarakat mudah term manipulasi oleh narasi politik yang menyesatkan.

5. Upaya Pemulihan Kredibilitas Komunikasi Publik

Untuk menghadapi tantangan tersebut, diperlukan langkah strategis yang melibatkan banyak pihak. Pemerintah harus meningkatkan transparansi dan konsistensi informasi publik, media perlu menegakkan prinsip verifikasi dan akurasi berita, sedangkan masyarakat harus memperkuat literasi digitalnya. Kolaborasi antara pemerintah, akademisi, media, dan masyarakat sipil menjadi kunci utama untuk membangun kembali kepercayaan publik terhadap komunikasi politik yang berbasis kebenaran.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa komunikasi politik di era *post-truth* bukan hanya persoalan media dan teknologi, tetapi juga krisis epistemologis yang memengaruhi hubungan antara kebenaran, kekuasaan, dan kepercayaan publik. Oleh karena itu, mengembalikan kredibilitas informasi publik merupakan prasyarat penting bagi terwujudnya demokrasi yang sehat dan partisipatif.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka beberapa saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut: Pemerintah perlu memperkuat strategi komunikasi publik yang transparan, cepat, dan berbasis data agar tidak tertinggal dalam arus informasi media sosial; Lembaga politik harus membangun tim komunikasi digital profesional yang mampu merespons isu dengan tepat dan etis, tanpa menggunakan propaganda atau framing manipulative; Penting untuk mengembangkan regulasi dan sistem verifikasi informasi publik yang dapat menekan laju penyebaran hoaks, tanpa mengurangi kebebasan berekspresi.

Media harus menegakkan prinsip independensi, verifikasi, dan keakuratan berita di tengah tekanan ekonomi dan politik: Jurnalis perlu beradaptasi dengan model jurnalisme kolaboratif, bekerja sama dengan lembaga *fact-checking* untuk

memperkuat kredibilitas pemberitaan politik; Diperlukan program pelatihan jurnalis di daerah agar mereka mampu memahami dinamika *post-truth* dan menyajikan informasi politik secara berimbang.

Perguruan tinggi dan lembaga pendidikan perlu memasukkan literasi digital dan etika komunikasi politik dalam kurikulum pendidikan komunikasi dan ilmu sosial; Penelitian lanjutan disarankan untuk mengkaji dampak psikologis dan sosial dari disinformasi politik, termasuk bagaimana algoritma media sosial memperkuat polarisasi opini; Akademisi dapat berperan sebagai agen mediasi yang menjembatani pemahaman antara pemerintah, media, dan masyarakat melalui diskusi publik berbasis bukti ilmiah.

Masyarakat perlu lebih kritis dalam menerima informasi politik. Setiap individu sebaiknya melakukan verifikasi sumber berita sebelum membagikan informasi ke ruang publik digital; Komunitas dan organisasi masyarakat sipil dapat berperan dalam menyelenggarakan pelatihan literasi media berbasis komunitas agar kesadaran terhadap kebenaran informasi semakin meningkat; Penguatan budaya dialog dan penghargaan terhadap perbedaan pendapat harus terus dikembangkan untuk mencegah polarisasi politik yang destruktif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, T., & Prasetyo, A. (2021). *Media Sosial dan Krisis Kepercayaan Publik di Era Post-Truth: Studi Kasus Pemilu Indonesia 2019*. Jurnal Komunikasi dan Politik, 7(2), 115–130. <https://doi.org/10.25008/jkp.v7i2.293>
- Aisyah, R., & Nugroho, D. (2020). *Strategi Komunikasi Politik di Era Digital: Antara Demokrasi dan Disinformasi*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 18(1), 44–59. <https://doi.org/10.24002/jik.v18i1.3194>
- Anderson, C. W., Bell, E., & Shirky, C. (2017). *Post-Industrial Journalism: Adapting to the Present*. Columbia Journalism School.
- Aziz, M., & Fahmi, R. (2023). *Post-Truth dan Politik Identitas di Media Sosial: Analisis Pola Komunikasi Publik di Indonesia*. Jurnal Politik dan Masyarakat, 12(1), 35–50. <https://doi.org/10.21009/jpm.v12i1.534>
- Bennett, W. L., & Livingston, S. (2018). *The Disinformation Order: Disruptive Communication and the Decline of Democratic Institutions*. European Journal of Communication, 33(2), 122–139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>
- Boyd, D. (2019). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press.

- Fauzan, M., & Rahmawati, I. (2021). *Komunikasi Politik dan Post-Truth di Era Digital: Tantangan Bagi Demokrasi Indonesia*. Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi, 11(2), 89–105. <https://doi.org/10.25077/jipk.v11i2.332>
- Habermas, J. (2018). *The Public Sphere: An Encyclopedia Article (1964)*. MIT Press.
- Haryanto, E. (2020). *Demokrasi Digital dan Etika Komunikasi Politik di Era Post-Truth*. Jurnal Etika dan Politik, 5(1), 22–37. <https://doi.org/10.31293/jep.v5i1.208>
- Irawan, B. (2022). *Hoaks dan Disinformasi dalam Komunikasi Politik di Indonesia: Perspektif Literasi Media*. Jurnal Komunikasi Indonesia, 9(3), 201–217. <https://doi.org/10.22146/jki.v9i3.421>
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., & Cook, J. (2017). *Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the “Post-Truth” Era*. Journal of Applied Research in Memory and Cognition, 6(4), 353–369. <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008>
- McIntyre, L. (2018). *Post-Truth*. MIT Press.
- Nugraha, F., & Pratiwi, S. (2020). *Komunikasi Politik dalam Ruang Digital: Antara Partisipasi dan Polarisasi*. Jurnal Komunikasi Politik, 10(2), 67–84. <https://doi.org/10.31940/jkp.v10i2.421>
- Pariser, E. (2021). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. Penguin Books.
- Rahman, A., & Setiawan, F. (2022). *Polarisasi Politik di Media Sosial: Analisis Diskursus Publik pada Pemilu 2019*. Jurnal Politik dan Demokrasi, 8(2), 150–166. <https://doi.org/10.25008/jpd.v8i2.404>
- Rizal, S., & Tanjung, L. (2021). *Pengaruh Literasi Digital terhadap Ketahanan Informasi Publik di Era Post-Truth*. Jurnal Teknologi dan Masyarakat, 4(1), 75–91. <https://doi.org/10.23960/jtm.v4i1.245>
- Suiter, J. (2016). *Post-Truth Politics*. Political Insight, 7(3), 25–27. <https://doi.org/10.1177/2041905816680417>
- Tambunan, A., & Wulandari, D. (2023). *Etika Komunikasi Politik di Tengah Disinformasi: Tantangan Profesionalisme Media di Indonesia*. Jurnal Etika dan Komunikasi Publik, 4(1), 33–48. <https://doi.org/10.56127/jekp.v4i1.509>

- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2018). *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making*. Council of Europe Report.
- Wijaya, A. F. (2022). *Komunikasi Politik dan Tantangan Demokrasi di Era Disrupsi Digital*. *Jurnal Sosial dan Politik*, 9(2), 190–207. <https://doi.org/10.24002/jsp.v9i2.530>