

FENOMENA POST TRUTH
FENOMENA POST TRUTH KAMPANYE POLITIK DI MEDIA SOSIAL
FACEBOOK

(Riset konseptual post truth dalam kampanye politik)

Lidya Limbu

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia
Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Email: lidyalimbu10@gmail.com

ABSTRAK

Media sosial menjadi salah satu media elektronik yang menjadi sarana bagi penggunaannya sebagai tempat untuk beropini atau menuangkan ide-ide, sehingga dapat memberikan berita yang populer atau trending topik bahkan dapat digunakan oleh penggunaannya untuk memberitakan berita bohong atau berita hoax. Terutama media sosial Facebook adalah media sosial dengan berbagai jenis grup dengan komentar positif dan komentar negatif. Dengan mempertimbangkan banyaknya fenomena berita palsu dan post truth di media sosial facebook, maka peneliti pada penelitian ini berusaha untuk mengkaji dari segi isu politik lebih tepatnya pada masa-masa kampanye. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode penelitian dilakukan untuk memperoleh gambaran implementasi fenomena post truth melalui media sosial facebook sebagai media pemberi informasi tentang post truth. Fenomena Post Truth dalam kampanye politik di media sosial Facebook memiliki dampak yang signifikan pada penyebaran informasi salah atau tidak akurat, pengaruh terhadap opini dan sikap politik pemilih, serta partisipasi pemilih dalam proses politik. penyebaran informasi yang salah menjadi tantangan utama dalam kampanye politik di Facebook. Berita palsu, klaim palsu, dan manipulasi data seringkali menyebar dengan cepat dan mendapatkan perhatian yang lebih besar daripada konten yang benar. Dalam kesimpulan ini menunjukkan perlunya Tindakan yang koordinatif dari berbagai pihak untuk mengatasi Fenomena Post Truth dalam kampanye politik di media sosial Facebook. Menghadapi fenomena Post Truth dalam kampanye politik di media sosial Facebook merupakan tantangan yang kompleks, namun langkah-langkah yang terkoordinasi dan solusi yang berkelanjutan akan membantu menjaga integritas demokrasi dan media sosial.

Kata Kunci: Media Sosial, Facebook, Post Truth, Kampanye Politik

**"THE PHENOMENON OF POST-TRUTH IN POLITICAL CAMPAIGNS ON
SOCIAL MEDIA FACEBOOK"**

(A conceptual research on post-truth in political campaigns).

Lidya Limbu

*Communication Science Study Program, Faculty of Communication Science and
Multimedia, Mercu Buana University, Yogyakarta*

Email: lidyalimbu10@gmail.com

ABSTRACT

Social media has become one of the electronic media that serves as a platform for users to express their opinions or ideas, thus providing news that is popular or trending, and can even be used by users to spread fake news or hoaxes. Especially on the social media platform Facebook, there are various types of groups with both positive and negative comments. Considering the prevalence of fake news and post-truth phenomena on Facebook, this research aims to examine the political issues, particularly during campaign periods. This study employs a qualitative descriptive method. The research method is conducted to gain an understanding of the implementation of the post-truth phenomenon through Facebook as a medium of information dissemination. The phenomenon of post-truth in political campaigns on Facebook has a significant impact on the spread of false or inaccurate information, influencing the opinions and political attitudes of voters, as well as the participation of voters in the political process. The dissemination of false information poses a major challenge in political campaigns on Facebook. Fake news, false claims, and data manipulation often spread quickly and receive more attention than true content. In conclusion, this indicates the need for coordinated efforts from various parties to address the phenomenon of post-truth in political campaigns on Facebook. Facing the phenomenon of post-truth in political campaigns on Facebook is a complex challenge, but coordinated steps and sustainable solutions will help preserve the integrity of democracy and social media.

Keywords: *Social Media, Facebook, Post-Truth, Political Campaigns*