

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Media sosial menjadi salah satu media yang membuktikan bahwa perkembangan teknologi sangat pesat. Media sosial berhasil membentuk perilaku manusia dalam kehidupan modern yang dinamis. Yang digandungi oleh masyarakat tanpa melihat usia. Dimana media memberikan kebebasan untuk berekspresi atau tempat untuk menuangkan pendapat pengguna media sosial. Akan tetapi dibalik semua kebebasan tersebut tetap ada peraturan yang harus diperhatikan dan menjaga etika dalam menggunakan media sosial. Sehingga, pengguna media sosial harus bisa menyikapi dengan baik setiap hal yang didapatkan, agar tidak terjebak pada informasi-informasi yang bisa merugikan diri-sendiri.

Di media sosial, berbagi dan merespons sudah menjadi kebiasaan normal. Individu terhubung dengan individu lainnya melalui hubungan virtual. Tidak ada interaksi yang terjadi antara pengguna tersebut, tetapi dapat menjadi saluran data dan informasi. Kehadiran media sosial benar-benar merupakan bentuk baru dari aktivitas sehari-hari. Masyarakat dapat langsung bergabung dan berbagi informasi dengan pihak yang dapat dipercaya, seperti sahabat, keluarga, dan siapapun yang memiliki identitas, baik identitas abstrak maupun identitas geografis. Oleh karena itu, banyak orang menggunakan media sosial sebagai sarana berbagai informasi untuk koneksi pribadi, keluarga, komunitas, atau ikatan daerah.<sup>1</sup>

Kehadiran media sosial telah mengubah banyak aspek kehidupan masyarakat. Salah satu aspek yang telah berubah adalah semakin mudahnya orang mendapatkan informasi dalam hitungan detik. Setiap pengguna internet memiliki akses yang berbeda dan terhubung secara elektronik. Contohnya adalah grup Facebook. Setiap pengguna media sosial memiliki satu cara dan satu

---

<sup>1</sup> Nasrullah, Rulli. 2005. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Hlm. 10

kemungkinan untuk menggunakan ruang publik ini. pengguna yang dipilih sebagai administrator tidak tampil sebagai pemimpin seperti dalam dunia nyata.

Hadirnya teknologi informasi yang bersifat internet, membuat penyebaran informasi semakin cepat dan pesat yang bisa memberikan faktor yang dapat memberikan efek yang positif dalam peningkatan keikutsertaan politik pada kalangan mudah sebagai pertama kali dalam menghadapi pemilihan pada pemilihan umum. Perkembangan teknologi informasi diikuti perkembangan media sosial ditengah-tengah masyarakat membuat pandangan atau paradigma berkomunikasi ikut berubah. Media sosial dalam hal ini, mengambil alih atas realitas sosial masyarakat yang bisa memunculkan konflik atau masalah sosial baru.

Salah satunya adalah sering kali terjadi kampanye yang tidak sejalan dengan regulasi yang telah disepakati bersama oleh karena paradigma yang berbeda-beda. Masalah kampanye atau sogokan salah satu masalah yang sudah sangat sering bahkan sudah lama terjadi dalam kehidupan masyarakat. Pada umumnya sogokan dilakukan kepada orang yang berpengaruh atau dilakukan agar bisa memberikan keuntungan pada dirinya sendiri. Kampanye dilakukan agar keinginannya bisa tercapai, seperti keuntungan pada dirinya ada apapun itu yang bisa menguntungkan bagi dirinya sendiri.

Dalam kehidupan sehari-hari dalam dunia pemerintahan yang memiliki peran penting yang biasanya memberikan peluang kepada masyarakat dalam hal pemberian surat izin atau proyek sebagai alasan untuk melakukan kampanye. Kampanye cenderung pada anak-anak mudah, warung, dll yang berkaitan dengan surat izin atau surat izin mendirikan bangunan dan surat izin lainnya.

Perkembangan dunia semakin canggih dan peningkat pengguna media sosial semakin meningkat paula, sehingga banyak yang menggunakan sosial media sebagai sarana melakukan kampanye politik dengan maksud tidak mudah diketahui oleh pihak berwajib dan lebih mudah untuk melakukannya tanpa melakukan pertemuan. Menggunakan media sosial sebagai salah satu tempat

untuk pertukaran arus informasi, disamping itu banyak fitur yang disediakan oleh media sosial yang membuat penggunanya semakin nyaman dan bebas dalam mengekspresikan idenya.

Media sosial menjadi salah satu media elektronik yang menjadi sarana bagi penggunanya sebagai tempat untuk beropini atau menuangkan ide-ide, sehingga dapat memberikan berita yang populer atau trending topik bahkan dapat digunakan oleh penggunanya untuk memberitakan berita bohong atau berita hoax. Kecepatan media sosial dalam menungghah postingan penggunanya membuat sebuah berita dapat tersebar begitu cepat tanpa melihat sumbernya benar ataupun salah. Namun, pembaca atau publik menerima tanpa mengetahui atau membedakannya, sehingga dapat menyebabkan publik terperangkap dalam mempercayai informasi yang didapatkan di media sosial.

*Trendik topik* kerap kali membahas mengenai yang bersifat sensitif, seperti yang barbauh kampanye politik. Sebuah berita atau isu yang dapat memancing tanggapan atau keterlibatan seseorang dalam mendapatkan tanggapan pro atau kontra. Isu politik dapat membuat banyak pengguna media sosial untuk menuangkan pro-kontranya, sehingga dapat mengakibatkan saling membalas melalui media sosial yang berujung perdebatan, berlomba-lomba untuk membuat sebuah isu yang bary, bahkan membuat isu yang tidak benar dan memberitakan berita yang bohong, sehingga kebenaran dan kebohongan menjadi hal yang hamper sama yang dapat mengakibatkan post truth terjadi.<sup>2</sup>

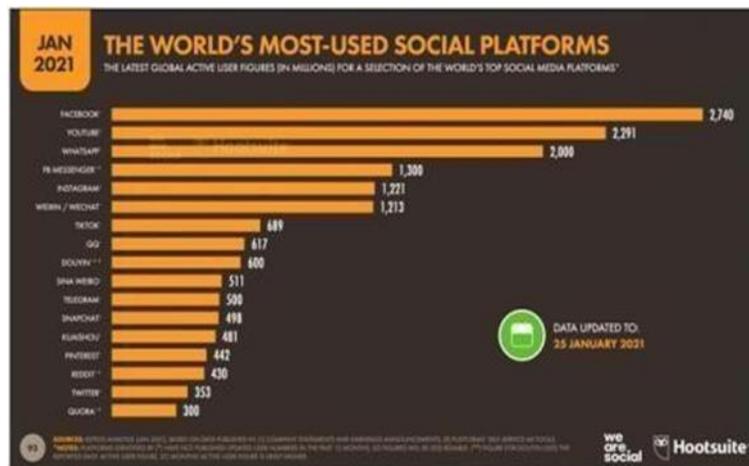
Facebook adalah media sosial dengan berbagai jenis grup dengan komentar positif dan komentar negatif. Pengguna facebook bergabung dengan grup untuk mendapatkan informasi dan diskusi khusus untuk topik tertentu. Biasanya grup memiliki aturan tertentu yang ditetapkan oleh administrator.

---

<sup>2</sup> Wahyuni, Hermin Indah. 2003. *Kebijakan Media baru di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah MadaUniversity press. Hlm. 72

Administrator memastikan bahwa informasi atau konten yang dibagikan sesuai dengan kepentingan grup.<sup>3</sup>

Dengan mempertimbangkan banyaknya fenomena berita palsu dan post truth di media sosial, maka peneliti pada penelitian ini berusaha untuk mengkaji dari segi isu politik lebih tepatnya pada masa-masa kampanye. Dimana banyak pengguna media sosial yang turut dalam keterlibatan fenomena post truth dan kampanye politik di media sosial. Peneliti akan melihat lebih jauh bagaimana karakteristik tertentu dalam fenomena post truth di media sosial. Apakah terdapat karakteristik yang dapat diketahui atau tidak.



Gambar 1. Diagram

Diagram menunjukkan bagaimana penggunaan sosial Media massa memiliki tempat tertinggi dalam penggunaan internet gaya hidup, salah satunya adalah facebook. Salah satu yang dapat digunakan dalam media berkomunikasi satu sama lain dari jarak jauh, kita bisa melalui media yang dinamakan facebook. Salah satunya pada akun: Grup Politik atau Grup Publik yang dibuat pada tanggal 4 November 2018 dimana memiliki 3,3 rb anggota dimana dalam grup tersebut anggota dibebaskan untuk mengeluarkan pendapat dipersilahkan untuk berkampanye.

<sup>3</sup> Nasrullah, Rulli. 2005. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Hlm. 10

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana fenomena *post truth* kampanye politik di media sosial facebook?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian "Fenomena Post-Truth dalam Kampanye Politik di Media Sosial Facebook" adalah untuk memahami, menganalisis, dan mengungkapkan bagaimana fenomena post-truth mempengaruhi kampanye politik yang dilakukan di platform media sosial Facebook.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat teoritis/akademik**

1. Untuk memperoleh jawaban atau referensi atas permasalahan tersebut yang telah dijelaskan pada penelitian.
2. Untuk melihat permasalahan yang dihadirkan media massa dalam menciptakan jurang dalam media baru.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Memberitahukan masyarakat agar sharing berita terlebih dahulu sebelum share.
2. Membantu masyarakat dalam menghadapi berita hoax dan post truth.
3. Dapat membedakan berita palsu dan benar dengan memperhatikan sumbernya.

## **1.5 Metodologi Penelitian**

### **1.5.1 Paradigma Penelitian**

Paradigma kritis adalah pendekatan dalam penelitian sosial yang berfokus pada analisis kritis terhadap realitas sosial, politik, dan budaya dengan tujuan untuk memahami dan mengkritisi ketidakadilan, ketimpangan, serta struktur kuasa yang ada dalam masyarakat. Paradigma ini menekankan pada pentingnya menyelidiki akar masalah dan menyadari

bahwa pengetahuan dan pemahaman tentang dunia tidak netral, tetapi dipengaruhi oleh nilai-nilai, kepentingan, dan ideologi tertentu.<sup>4</sup>

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Paradigma kritis, karena ini cocok untuk penelitian yang ingin menganalisis dan mengkritisi dampak sosial dan politik dari fenomena "Post-Truth" dalam kampanye politik di media sosial Facebook. Penelitian berbasis paradigma kritis dapat meneliti bagaimana pesan-pesan yang tidak berdasar fakta mempengaruhi pandangan politik dan keputusan pemilih. Pendekatan kritis dapat menganalisis kuasa, manipulasi informasi, dan konsekuensi dari "Post-Truth" dalam mempengaruhi kebijakan publik dan proses demokrasi.

### **1.5.2 Metode Penelitian**

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. Hasil penelitian ini kemudian diproses dan pengambilan kesimpulan. Metode ini bertujuan untuk memperoleh pemaparan objektif atas sebuah masalah melalui proses analisis. Studi Pustaka dapat dilakukan berupa pengamatan pada beberapa berita hoax di media arus utama yang berhubungan dengan tema yang diangkat baik berupa buku, jurnal, makalah ataupun tulisan yang sifatnya menganalisis berita hoax di era post truth yang dapat membantu untuk dijadikan sebagai pedoman dalam proses penelitian.

Post-truth adalah istilah atau iklim yang berhubungan dengan atau mewakili suatu situasi dimana keyakinan dan perasaan pribadi lebih berpengaruh dalam membentuk opini publik daripada kebenaran, yang

---

<sup>4</sup> Suharyo, S. *Paradigma Kritis Dalam Penelitian Wacana*. Nusa: Jurnal Ilmu Bahasa dan Sastra, 13(3), 482-492.

pada dasarnya Post-truth adalah ekspresi kepercayaan dimana kepercayaan digunakan suatu bentuk kepercayaan atau kebenaran berdasarkan perasaan dan emosi. Kebenaran and Post-truth dianggap fakta yang tidak berdasarkan data dan fakta yang tidak benar.<sup>5</sup> Istilah post-truth sebagai situasi di mana fakta memiliki pengaruh yang lebih kecil terhadap pembentukan opini publik dibandingkan dengan emosi dan keyakinan pribadi.<sup>6</sup>

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yang mempunyai keadaan yang murni yang digunakan sebagai sumber data secara tepat. Penelitian Kualitatif merupakan jenis penelitian yang temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan. Pada prosedur ini, temuan yang diperoleh dihasilkan dari data-data yang dikumpulkan dengan menggunakan berbagai sarana, seperti pengamatan atau wawancara, yang meliputi dokumen, buku, kaset, video, bahkan data sensus.<sup>7</sup>

### **1.5.3 Subjek / Objek Penelitian**

Subjek penelitian adalah sumber yang berkompeten untuk dimintai informasi sehubungan dengan penelitian. Subjek dalam penelitian ini yaitu segala berita yang mengandung unsur postruth di media sosial Facebook.

Adapun Kriteria daripada subjek yaitu:

1. Pengguna individu atau organisasi yang memiliki akun media sosial Facebook dan terlibat dalam penyebaran pesan, konten, atau informasi terkait kampanye politik.

---

<sup>5</sup> Ghayrat, M. S. (2017). *Information War: The War for the " Truthful" High Ground*. SAGE, 1.

<sup>6</sup> Jatmiko, M. I. (2019). *Post-truth, media sosial, dan misinformasi: pergolakan wacana politik pemilihan presiden indonesia tahun 2019*. Jurnal Dakwah Tabligh, 20(1), 21-39.

<sup>7</sup> Strauss Anselm & Juliet corbin. 2003. *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: PustakaPelajar Hlm. 4

2. Politisi dan kandidat yang menggunakan media sosial Facebook sebagai sarana untuk menyampaikan pesan kampanye dan mempengaruhi opini publik.
3. Kelompok pemilih yang terpapar dengan pesan "Post-Truth" di media sosial Facebook dan mempengaruhi pandangan dan keputusan politik mereka.
4. Penelitian juga dapat melibatkan analisis tentang bagaimana media sosial Facebook berperan dalam penyebaran pesan "Post-Truth" dan apakah ada kebijakan atau algoritma yang mempengaruhi penyebaran konten semacam itu.

Objek Penelitian merupakan permasalahan yang di teliti ( Sasaran Peneelitan ). Objek dalam penelitian ini adalah fenomena "Post-Truth" dalam kampanye politik yang terjadi di media sosial Facebook. Secara khusus, penelitian ini akan memfokuskan pada penyebaran informasi yang tidak berdasar fakta, disengaja atau tidak, yang bertujuan untuk mempengaruhi pandangan politik dan opini publik di platform tersebut.

Objek penelitian ini akan mencakup konten-konten kampanye politik yang beredar di media sosial Facebook dan mengandung unsur-unsur "Post-Truth," seperti informasi palsu, berita palsu, opini palsu, atau retorika manipulatif yang tidak didukung oleh fakta empiris. Selain itu, objek penelitian ini juga akan mencakup pengguna akun media sosial (seperti politisi, kandidat, dan kelompok pendukung) yang terlibat dalam penyebaran konten semacam itu.

## **1.6 Jenis Data**

### **1.6.1 Data Primer**

adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk dikumpulkan secara khusus untuk penelitian yang sedang berlangsung, sehingga relevan dan sesuai dengan tujuan penelitian.

Contoh jenis data primer yang dapat dikumpulkan untuk penelitian ini meliputi:

1. **Observasi Partisipan:** Melakukan observasi langsung terhadap kampanye politik yang berlangsung di media sosial Facebook, mengamati konten kampanye, dan mencatat pesan "Post-Truth" yang muncul.
2. **Analisis Konten:** Mengumpulkan data konten kampanye politik dari media sosial Facebook, terutama yang mengandung pesan "Post-Truth," dan menganalisis konten tersebut untuk mengidentifikasi pola, tema, dan sumber pesan.

### **1.6.2 Data Sekunder**

Adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain sebelumnya untuk tujuan lain, namun relevan dengan pertanyaan penelitian yang sedang diteliti. Data skunder ini tidak dihasilkan atau dikumpulkan secara khusus untuk penelitian yang sedang berlangsung, tetapi dapat digunakan oleh peneliti untuk mendukung atau melengkapi analisis mereka.

Contoh data skunder dalam penelitian ini bisa termasuk:

1. **Data Statistik:** Data statistik tentang penggunaan media sosial Facebook, aktivitas politik, atau persebaran berita palsu yang telah diterbitkan oleh lembaga survei, badan pemerintah, atau organisasi riset.
2. **Data Media Sosial:** Konten kampanye politik yang diposting di media sosial Facebook oleh politisi, kandidat, atau kelompok pendukungnya yang berkaitan dengan pesan "Post-Truth."

3. Studi dan Laporan Sebelumnya: Laporan penelitian atau studi sebelumnya tentang fenomena "Post-Truth" atau dampak kampanye politik di media sosial Facebook yang telah dipublikasikan dan relevan dengan topik penelitian.
4. Analisis Media: Analisis dari pihak ketiga tentang bagaimana pesan "Post-Truth" menyebar di media sosial Facebook dan potensi pengaruhnya terhadap pandangan politik pemilih.
5. Konten Berita dan Artikel: Artikel atau berita dari sumber media terpercaya yang membahas isu "Post-Truth" dalam kampanye politik di media sosial Facebook.

### **1.7 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik analisis data adalah suatu proses dimana data yang diterima dari responden dikelola dan kemudian disimpulkan menjadi suatu hasil penelitian. Analisis data adalah proses pencarian data berdasarkan hasil wawancara, dokumentasi, dan observasi, pesan dikategorikan untuk lebih memahami pola komunikasi yang sudah mapan dan menarik kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.

Dalam menganalisis data ada beberapa Langkah yang penulis ambil untuk mencapai kesimpulan, termasuk mengumpulkan dan memodifikasi data, kedua hal tersebut dilakukan untuk lebih memahami setiap data yang dikumpulkan dan akan dipelajari lebih lanjut, diikuti dengan verifikasi data yang diberikan kepada penulis. Hal ini dilakukan dengan cara menunjukkan hasil wawancara kepada narasumber dan menanyakan kembali kepada penulis. Hal ini dilakukan dengan cara menunjukkan hasil wawancara kepada narasumber dan menanyakan kembali apakah informasi yang diberikan sesuai dengan apa yang dikomunikasikan dengan informan. Kemudian kumpulan data tersebut disusun dan dikelompokkan menjadi jawaban atas penelitian yang diteliti. Langkah terakhir adalah menarik kesimpulan, kesimpulan tersebut merupakan hasil dari pengolahan data yang terkumpul.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah ada 3, yakni wawancara, dokumentasi, dan observasi:

1. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang. Melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu. Wawancara secara garis besar dibagi menjadi dua, yaitu wawancara tak terstruktur dan wawancara terstruktur. Wawancara tak terstruktur disebut wawancara mendalam, wawancara insentif, wawancara kualitatif, dan wawancara terbuka (openended interview), wawancara etnografis, sedangkan wawancara terstruktur adalah wawancara baku (standardized interview), dimana susunan pertanyaannya telah ditetapkan sebelumnya (biasanya tertulis) dan pilihan-pilihan jawabannya sudah tersedia juga.<sup>8</sup>

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data dari dokumen teks, gambar, atau film yang disimpan oleh perusahaan sebagai subjek penelitian. Dan biasanya berupa prosedur, peraturan perusahaan, register, dan sejenisnya.<sup>9</sup>

3. Observasi

Observasi adalah pengamatan sistematis dan terencana yang diniati untuk memperoleh data yang dikontrol validitas dan reliabilitasnya. Sebilangan aspek perlu diulas jelas sebagai berikut: yang pertama, pertanyaan penelitian merupakan patokan yang menerangi kegiatan observasi dari identifikasi objek observasi hingga pengartian data dan laporannya. Kedua, kompetensi melakukan observasi meliputi

---

<sup>8</sup> Mulyana, Deddy. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit PT REMAJAROSDAKARYA. Hlm. 180

<sup>9</sup> Muri, Yusuf. 2017. *Metode: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: PT FajarInterpratama Mandiri. Hlm. 372

keterampilan menulis secara deskriptif, membuat catatan lapangan (fieldnotes), membedakan yang penting (focus penelitian) dari tektek bengkek, dan menggunakan metode yang sesuai untuk memvalidasi temuan. Ketiga, observasi sering didahului oleh observasi informal dan impresionis, sebagai pemanasan sebelum melakukan observasi sesungguhnya. Keempat, data observasi dapat dianggap sebagai jendela untuk mengintip system dan nilai budaya yang terbatinkan pada reponden.<sup>10</sup>

### **1.8 Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan bagian paling penting dalam metode ilmiah, dikarenakan menganalisa sebuah data dapat memberikan arti atau makna yang berguna untuk memecahkan masalah penelitian.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif deskriptif, dimana peneliti selain mengelolah data dan menyajikan data, juga melakukan analisis dan kualitatifnya. Dengan maksud agar dapat memperkuat antara beberapa data yang telah didapatkan dengan berbagai literatur maupun data-data lain yang telah dipersiapkan. Oleh karena itu, jika data yang diperlukan telah terkumpul dan dengan metode analisis deskriptif kualitatif tersebut diatas, maka Langkah selanjutnya dalam proses pengolahan, peneliti dalam menganalisis mengupayakan langkah untuk menyusun secara induktif yang dapat memberikan sebuah data yang akurat.

Dengan metode analisis inilah peneliti berusaha untuk mendeskripsikan serta menganalisa secara deskriptif dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Yaitu mendeskripsikan tentang fenomena post truth kampanye politik dalam media sosial.

1. Reduksi Data adalah proses pemilihan, pemusatan, penyederhanaan, dan penggalian data yang ada. Proses ini berlanjut selama pelaksanaan survei.

---

<sup>10</sup> Alwasilah, Chaedar A. 2002. *Pokoknya Kualitatif*. Bandung: PUSTAKA JAYA. Hlm.165-167

Reduksi data menekankan, mereduksi, memusatkan, menghilangkan unsur- unsur yang tidak perlu, dan mengorganisasikan data sehingga dapat ditarik kesimpulan akhir.

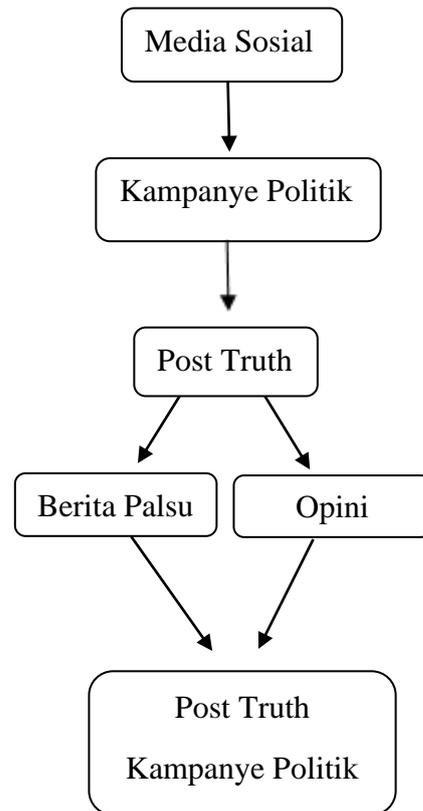
2. Penyajian Data adalah organisasi informasi yang memungkinkan penarikan kesimpulan analitis. Dengan melihat penyajian data, peneliti akan memahami apa yang terjadi dan membuat sesuatu terjadi dalam penelitian atau tindakan lain berdasarkan pemahaman tersebut. Penyajian data mencakup berbagai jenis matriks, gambar atau grafik, koneksi jaringan. Kesemuanya itu dirancang untuk mengatur informasi secara terorganisir agar mudah dilihat dan dipahami.
3. Penarikan kesimpulan dirancang untuk memperjelas hasil penalaran ilmiah dari penelitian. Melalui pengumpulan data, peneliti harus mulai memahami apa yang memenuhi hal-hal tersebut melalui catatan peraturan dan pernyataan, dari situ kemudian ditarik kesimpulan.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Matthew B. Miles dan Michael Huberman, 2002. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI Press. Hlm.47

## 1.9 Kerangka Konsep, Devinisi konsep dan Devinnisi Oprasional

### 1.9.1. Kerangka Konsep



### 1.9.2 Definnisi Konsep

#### 1. Media Sosial Facebook

Media sosial Facebook adalah platform media sosial yang didirikan oleh Mark Zuckerberg pada tahun 2004. Ini adalah situs web dan aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan orang lain secara online, berbagi konten, dan terlibat dalam berbagai kegiatan sosial di lingkungan virtual. Facebook menjadi salah satu situs web yang paling populer dan berpengaruh di dunia, dengan miliaran pengguna aktif setiap bulannya.

Definisi konsep dari "Media Sosial Facebook" dapat diuraikan sebagai berikut:

- Platform Media Sosial: Facebook adalah sebuah platform yang menyediakan layanan interaksi sosial online. Sebagai media sosial, Facebook memfasilitasi hubungan antarindividu dan kelompok melalui berbagai fitur dan alat komunikasi.
- Profil Pengguna: Setiap pengguna dapat membuat profil pribadi yang mencakup informasi tentang diri mereka, seperti nama, gambar profil, lokasi, pekerjaan, pendidikan, minat, dan lainnya. Profil ini berfungsi sebagai identitas digital pengguna di platform dan menjadi pusat dari kegiatan mereka di Facebook.
- Teman dan Jaringan: Pengguna dapat menambahkan teman ke dalam jaringan mereka dengan mengirimkan permintaan pertemanan. Jika permintaan diterima, pengguna akan dapat melihat konten dan aktivitas teman-teman mereka di lini masa mereka.
- Lini Masa (Timeline): Lini masa adalah aliran konten yang ditampilkan dalam urutan kronologis dari berbagai teman dan halaman yang diikuti oleh pengguna. Konten ini mencakup status, gambar, video, tautan, dan berita yang dibagikan oleh pengguna dan halaman yang terhubung dengan mereka.
- Berbagi Konten: Pengguna dapat berbagi konten seperti foto, video, tautan, dan status dengan teman-teman dan jaringan mereka di lini masa. Berbagai jenis konten dapat dibagikan, baik yang bersifat pribadi atau publik.
- Grup dan Halaman: Facebook menyediakan fitur grup dan halaman yang memungkinkan pengguna untuk membentuk atau mengikuti komunitas dan organisasi yang sesuai dengan minat dan topik tertentu.

- **Interaksi dan Komunikasi:** Selain berbagi konten, Facebook juga menyediakan fitur interaksi dan komunikasi, termasuk komentar, suka, dan pesan pribadi, yang memungkinkan pengguna untuk terlibat dalam percakapan dengan teman-teman dan kelompok mereka.

Dengan menyediakan berbagai fitur dan alat untuk berinteraksi dan berbagi konten, Facebook telah menciptakan lingkungan yang beragam dan dinamis di mana orang-orang dari berbagai latar belakang dapat berhubungan, berkomunikasi, dan berpartisipasi dalam kehidupan sosial secara online.

## **2. Kampanye Politik**

Kampanye politik adalah serangkaian upaya dan kegiatan yang dilakukan oleh kandidat, partai politik, atau kelompok pendukungnya untuk mempengaruhi pandangan dan sikap pemilih, serta mencapai dukungan politik dari masyarakat dalam rangka mencapai tujuan politik tertentu. Kampanye politik bertujuan untuk memenangkan pemilihan umum, mendapatkan dukungan untuk kebijakan atau isu tertentu, atau menciptakan opini publik yang mendukung suatu gagasan atau ideologi politik.

Definisi kampanye politik mencakup beberapa elemen penting:

- **Tujuan Politik:** Kampanye politik memiliki tujuan politik yang jelas, misalnya memenangkan pemilihan umum (seperti pemilihan presiden, legislatif, gubernur, atau lokal), menggalang dukungan untuk partai politik tertentu, atau memperkenalkan kebijakan atau program tertentu.
- **Pesan dan Komunikasi:** Kampanye politik melibatkan penyampaian pesan politik kepada pemilih dan masyarakat melalui berbagai media dan saluran komunikasi. Pesan ini berfokus pada isu-isu politik utama, visi, dan janji-janji kandidat atau partai politik.

- Strategi dan Taktik: Kampanye politik dirancang dengan strategi dan taktik yang cermat untuk mencapai tujuan politiknya. Ini mencakup perencanaan komunikasi, penentuan wilayah target, penggunaan iklan politik, debat, kampanye pintu ke pintu, dan media sosial.
- Partisipasi dan Dukungan Publik: Kampanye politik berusaha untuk menggalang dukungan publik dan partisipasi pemilih. Melalui kampanye, para kandidat atau partai politik berusaha untuk mendapatkan dukungan dan suara dari pemilih dengan mempengaruhi pandangan dan keyakinan mereka.
- Pembiayaan: Kampanye politik memerlukan biaya untuk melaksanakan strategi dan kegiatan kampanye. Dana kampanye berasal dari berbagai sumber, termasuk sumbangan dari individu, kelompok, partai politik, dan penggalangan dana.

Kampanye politik seringkali menjadi momen penting dalam proses demokrasi karena memberikan kesempatan bagi kandidat dan partai politik untuk berkomunikasi dengan pemilih dan mengajukan visi mereka untuk masa depan negara atau daerah. Kampanye politik juga berfungsi sebagai wadah bagi masyarakat untuk memperoleh informasi tentang calon atau partai politik dan membuat keputusan yang informan dalam proses pemilihan umum.

### 3. Post Truth

"Post-Truth" (setelah kebenaran) merujuk pada situasi atau kondisi di mana fakta-fakta objektif atau kebenaran empiris menjadi kurang relevan dalam membentuk opini publik dan pandangan politik dibandingkan dengan emosi, pendapat, atau narasi yang bersifat subjektif. Dalam era informasi modern yang semakin digital dan terkoneksi, penyebaran informasi yang salah atau manipulatif dapat dengan cepat menyebar melalui media sosial dan platform online, menghasilkan "kebenaran" alternatif yang didasarkan pada persepsi dan keyakinan individu, bukan fakta yang dapat diverifikasi secara empiris.

Karakteristik utama dari "Post-Truth" adalah:

- **Dominansi Emosi dan Pendapat:** Pesan atau narasi yang berfokus pada emosi, opini, atau keyakinan subjektif seringkali lebih menarik perhatian dan mempengaruhi pandangan daripada fakta atau bukti empiris. Fokus pada emosi dapat menciptakan ikatan emosional dengan audiens dan mempengaruhi mereka secara emosional, bahkan jika pesan tersebut tidak didasarkan pada kebenaran fakta.
- **Penyebaran Informasi yang Salah:** Dalam lingkungan informasi yang kaya dan beragam, informasi yang tidak akurat, tidak benar, atau palsu dapat dengan mudah menyebar dengan cepat melalui media sosial dan platform online. Sumber-sumber yang tidak terpercaya atau sengaja menyebarkan informasi yang salah dapat memanfaatkan kesempatan ini untuk memengaruhi pandangan dan opini publik.
- **Dampak Media Sosial dan Teknologi Digital:** Perkembangan media sosial dan teknologi digital telah memfasilitasi penyebaran pesan "Post-Truth" dengan cepat dan luas. Konten yang menarik, tidak benar, atau manipulatif dapat dengan mudah menjadi viral di media sosial, menciptakan opini publik yang didasarkan pada narasi yang belum tentu berlandaskan fakta.
- **Pengaruh pada Opini Publik dan Keputusan Politik:** Pesan "Post-Truth" dapat mempengaruhi opini dan keputusan politik dengan cara yang signifikan. Masyarakat menjadi lebih rentan terhadap manipulasi informasi dan propaganda politik, yang dapat mengaburkan persepsi tentang isu-isu politik dan mengganggu proses demokrasi.

Fenomena "Post-Truth" menimbulkan tantangan serius bagi masyarakat dan proses demokrasi. Keterbukaan terhadap informasi yang akurat, literasi media, kritis, dan sumber informasi yang terpercaya

menjadi semakin penting untuk melawan dampak negatif dari "Post-Truth" dan memastikan bahwa keputusan politik dan pandangan masyarakat didasarkan pada fakta dan kebenaran yang sah.

### 1.10 Definisi Operasional

Variabel Penelitian	Defenisi Operasional
Fenomena Post Truth	1. Kecepatan berita tersebar 2. Pandangan personal terhadap berita

Tabel 1.1 Definisi Operasional

#### 1. Kecepatan Berita Tersebar

Kecepatan berita tersebar adalah parameter yang mengukur waktu yang diperlukan untuk menyebarkan berita atau informasi tertentu dari sumbernya ke audiens yang lebih luas melalui media sosial, platform berita, atau saluran komunikasi lainnya. Dalam konteks penelitian atau analisis, kecepatan berita tersebar dapat diukur dengan menghitung interval waktu antara saat berita pertama kali dipublikasikan atau diunggah dan saat berita mencapai jumlah pemirsa atau khalayak yang signifikan. Pengukuran ini dapat membantu memahami sejauh mana berita menyebar di masyarakat dan potensi dampaknya dalam waktu yang relatif singkat.

#### 2. Pandangan Personal terhadap Berita

Pandangan personal terhadap berita merujuk pada sudut pandang, opini, atau tanggapan individu terhadap berita atau informasi yang diterima atau dikonsumsi. Setiap orang memiliki perspektif dan pengalaman unik yang mempengaruhi cara mereka memahami dan menafsirkan berita yang disajikan kepada mereka. Pandangan personal terhadap berita dapat dipengaruhi oleh latar belakang budaya, keyakinan

politik, nilai-nilai, atau pengalaman sebelumnya yang membentuk persepsi dan interpretasi mereka terhadap fakta atau narasi yang diberikan dalam berita.

Dalam penelitian atau analisis, pandangan personal terhadap berita dapat diidentifikasi melalui berbagai metode, seperti survei, wawancara, atau analisis sentimen. Data tentang pandangan personal ini membantu dalam memahami bagaimana berita dan informasi yang tersebar di masyarakat dapat dipahami, diterima, atau bahkan dipertanyakan oleh individu-individu yang berbeda. Dengan memahami pandangan personal terhadap berita, kita dapat mengidentifikasi pola atau tren dalam persepsi publik, memahami dampak berita pada masyarakat, dan memperkuat upaya untuk memperbaiki literasi media dan kritis serta kualitas informasi yang dikonsumsi oleh khalayak.