

Membekali Diri Untuk Menghadapi Fenomena Post-truth

Nita Siti Mudawamah

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia

ABSTRACT

Right now we are dealing with a post-truth phenomenon. The phenomenon where people believe more in something that by their belief is right even though it is not in accordance with the facts. The rise of information about hoaxes and fake news makes people unable to distinguish between accurate information and wrong information, between fiction and nonfiction, as if the boundaries of truth and errors are blurred. Donald Trump's victory and Ahok's defeat in political contestation is an example that we are in an era of post-truth. Social media has a significant contribution to the formation of the post-truth era. Public opinion formed through social media is stronger than the press based on facts and data. This article aims to provide an understanding of the post-truth phenomenon, also illustrates how to equip yourself to deal with this post-truth phenomenon.

Kata Kunci: hoax, fake news, post-truth, reading culture, digital literation

ABSTRAK

Saat ini kita sedang berhadapan dengan fenomena post-truth. Fenomena di mana masyarakat lebih percaya terhadap sesuatu yang menurut keyakinan dirinya benar meski tidak sesuai dengan fakta sebenarnya. Maraknya informasi hoax dan fake news membuat masyarakat tidak bisa membedakan antara informasi yang benar dan informasi yang salah, antara fiksi maupun nonfiksi, seolah-olah batas kebenaran dan kesalahan menjadi kabur. Kemenangan Donald Trump dan kekalahan Ahok dalam kontestasi politik merupakan contoh bahwa kita sedang berada di era post-truth. Media sosial mempunyai andil besar dalam terbentuknya era post-truth. Opini publik yang terbentuk melalui media sosial lebih kuat daripada media yang berlandaskan fakta dan data. Tulisan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai fenomena post-truth, juga memberikan gambaran bagaimana membekali diri untuk menghadapi fenomena post-truth ini.

Kata Kunci: hoax, fake news, post-truth, budaya baca, literasi digital

PENDAHULUAN

Internet telah mengubah dunia yang kita tinggali menjadi dua, nyata dan maya. Perkembangan teknologi, derasnya arus informasi dan perilaku manusia yang kita rasakan sekarang tidak lepas dari pengaruh keberadaan internet. Dalam hal perkembangan teknologi, banyak hal yang ditemukan oleh manusia seperti *Bluetooth, mozilla, friendster, blackberry messenger, whatsapp, facebook, twitter, instagram, youtube, google android, iphone, 3G, 4G, google drive, google map, waze, spotify* dan masih banyak lagi. Dalam hal derasnya arus informasi, manusia bisa menerima informasi, menulis informasi dan menyebaluaskannya dengan sangat bebas dan mudah.

Kecanggihan dan kemudahan sebab adanya teknologi memunculkan permasalahan baru yang sangat kompleks dan bisa jadi berbahaya, saya ambil contoh media sosial. Sebenarnya media sosial ibarat dua sisi mata uang, satu sisi menguntungkan dan satu sisi lagi merugikan. Saat ini, media sosial menjadi media arus utama dalam penyebaran informasi, bukan TV, bukan radio bukan pula surat kabar. Penyebaran informasi melalui media sosial pun sangat sulit dibendung dan sulit dikendalikan, masyarakat kurang memahami bagaimana mencerna informasi yang benar. Pada akhirnya masyarakat tidak bisa membedakan mana berita yang sesuai fakta atau berita yang

bohong belaka. Dalam kondisi seperti ini maka tidak heran muncul adanya istilah *hoax* dan *fake news*.

Hoax dan *fake news* jika diamini oleh masyarakat bisa membahayakan semua aspek, bahkan bisa mengancam keutuhan berbhineka. Ketika masyarakat sudah mengamini *hoax* dan *fake news*, berarti masyarakat sudah tidak peduli lagi dengan berita yang sesuai dengan fakta. Mereka hanya meyakini berita atau informasi yang sesuai dengan emosi mereka. Rasionalitas akan dikalahkan oleh emosi. Jika keadaannya sudah seperti ini, maka kita telah berhadapan dengan sebuah fenomena yang dikenal dengan istilah *Post-truth*. Menurut Kurniawan (2018) *post-truth* yang dalam istilah bahasa Indonesia disebut dengan istilah pasca-kebenaran, menandai sebuah era yang dipenuhi dengan pengingkaran terhadap fakta dan akal sehat. Berita palsu, *hoax*, bahkan teori konspirasi mudah sekali viral dan dipercaya publik. Publik bahkan meragukan berita yang sudah jelas terverifikasi dari media yang kredibel

Meningkatnya akses dan kecanggihan teknologi dalam mengakses dan memproduksi berita menyebabkan realitas *post-truth* menjadi hal yang tidak bisa dihindari oleh siapapun yang aktif di internet (Kurniawan, 2018). Sebagai bagian dari masyarakat informasi, kita harus lebih waspada dan harus lebih membenahi kualitas diri agar terhindar dari efek negatif era pasca-kebenaran sehingga kita tidak selalu merasa benar dalam mengamini sesuatu yang salah yang tidak sesuai dengan fakta yang ada. Tulisan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai fenomena *post-truth*, juga memberikan gambaran bagaimana membekali diri untuk menghadapi fenomena *post-truth* ini.

FENOMENA HOAX DAN FAKE NEWS

Istilah *hoax* pada awalnya diciptakan tidak untuk pengertian yang mengerikan. Jika ditelusuri istilah *hoax* mulai dipakai di Inggris pada abad ke-18 bermula dari seorang filolog yang bernama Robert Nares yang tercantum dalam bukunya yang berjudul “*A Glossary: Or, Collection of Words, Phrases, Names and Allusions to Customs, Proverbs, Etc*” (Syuhada, 2018).

Istilah *hoax* berasal dari kata *hocus*, yang merupakan kata latin merujuk pada *hocus pocus*. Pada kata *hocus*, dibubuhkan arti “to cheat” atau “menipu”. Istilah *hocus pocus* mengacu pada mantra para penyihir yang kemudian dipakai para pesulap ketika memulai trik. Pengertian “menipu” di sini ditujukan untuk mengacaukan orang lain demi hiburan. Dengan artian orang yang ditipu tidak merasa dirugikan dan pahan bahwa ia sedang dikacaukan. *Hocus pocus* diambil dari nama penyihir Italia yang terkenal, yakni *Ochus Bochus*. Thomas Ady, fisikawan Inggris abad ke-17, menjadi sumber yang lebih tua tentang asal frasa *hocus pocus*. Pada tahun 1656 *hocus pocus* adalah mantra penyihir yang tidak berarti apa-apa. dari dua pendapat ini berujung pada kesimpulan bahwa *hoax* adalah kabar bohong yang dibuat untuk melucu atau sengaja membingungkan penerima informasi dengan maksud bercanda. *Hoax* bisa disejajarkan dengan lelucon April Mop atau legenda-legenda perkotaan yang tak bisa dibuktikan dimana kita tahu bahwa cerita-cerita tersebut bohong dan menerimanya sebagai hiburan (Syuhada, 2018). Pengertian tersebut memberikan gambaran bahwa kata *hoax* merupakan kata yang digunakan untuk memanipulasi penonton sulap dengan sengaja untuk kepentingan hiburan semata. Namun, kata *hoax* saat ini ditafsirkan sebagai informasi yang tidak benar tetapi diyakini sebagai sebuah kebenaran.

Istilah *hoax* dalam tulisannya Astrini (2017) dapat difahami sebagai sebuah upaya yang sengaja dibuat untuk memutarbalikan fakta dengan menggunakan informasi palsu sehingga tidak dapat diverifikasi kebenarannya. Kedua, *hoax* sebagai penyebaran informasi secara sengaja melalui media untuk mengaburkan fakta dengan cara menutupi pesan yang benar dengan pesan yang salah. Ketiga, *hoax* merupakan informasi bohong, palsu, fitnah, memutarbalikkan dan mengaburkan fakta yang dengan sengaja diproduksi dan didistribusikan kepada khalayak ramai supaya informasi tersebut diyakini sebagai kebenaran tanpa disadari bahwa informasi tersebut bohong serta menggiring opini publik ke arah yang dikehendaki oleh orang yang membuat informasi tersebut yang

didasarkan atas kepentingan yang melatarbelakanginya (politik, ekonomi, ideologis, sentimen pribadi bahkan iseng). Esensi pengertian hoax di sini bukan untuk menghibur lagi tetapi sudah menyebabkan permasalahan besar menyangkut permasalahan politik, ekonomi, etnis dan hal-hal sensitif lainnya.

Penyebaran hoax sangat sulit untuk dikendalikan. Pelaku penyebaran hoax dari berbagai kalangan, bahkan kalangan akademisi pun tidak luput sebagai orang yang mengamininya. *Social Text*, jurnal ternama Amerika Serikat yang terbit pada edisi 46/47 Spring-Summer pada tahun 1996 telah mempublikasikan artikel yang berjudul *Transgressing the Boundaries: Towards a Transformative Hermeneutics of Quantum Gravity* yang ditulis oleh seorang professor di bidang fisika dan juga professor bidang matematika bernama Alan Sokal (Abdulsalam, n.d.).

Judul tulisan tersebut terlihat meyakinkan karena menggabungkan istilah *hermeneutics* sebagai kajian budaya dengan *quantum gravity* sebagai kajian bidang sains. Paper tersebut menyitir para pemikir postmodern cum pos-strukturalis seperti Jaques Derrida, Jean- Francois Lyotard dan beberapa pemikir postmodern lainnya. Namun, Sokal ternyata membuat tulisan yang dimuat dalam jurnal *Lingua Franca* dan terbit beberapa minggu setelah tulisan yang dimuat di *social text*. Isinya pun menghebohkan, karena memuat pernyataan bahwa tulisannya yang dimuat di *Social Text* adalah murni hoax. Menurutnya paper tersebut sengaja ditulis untuk menguji standar akademisi humaniora Amerika Serikat, dan ini memunculkan istilah bernama Hoax Sokal (Abdulsalam, n.d.). Kejadian ini membuktikan bahwa ternyata para akademisi tidak luput dari sesuatu yang belum jelas kebenarannya.

Media sosial mempunyai peran yang sangat penting dalam penyebaran informasi hoax, bahkan platform seperti Google dan Facebook disebut-sebut sebagai platform yang harus bertanggung jawab terhadap penyebaran berita hoax yang semakin hari semakin masif. Sesuai dengan pernyataan Lazaukas yang dikutip oleh Tapsell (2018) bahwa "Facebook merupakan kekuatan media yang belum pernah kita saksikan sebelumnya. Ia mengontrol bukan hanya kelangsungan hidup media dan bisnis pemasaran, tetapi juga cara orang-orang di seluruh dunia mendapatkan berita dan informasi". Seperti kita tahu dan kita rasakan, informasi hoax sangat banyak kita temui di facebook. Terlebih lagi dengan adanya kolom "like" dan "share" yang memiliki peran dalam tersebarnya informasi *hoax*.

Selain istilah *hoax*, kita juga sering mendengar istilah *fake news*. Berbeda dengan *hoax*, *fake news* merupakan berita yang sama sekali tidak berlandaskan fakta tetapi dianggap sebagai kebenaran sehingga dipercaya banyak orang. Allcott & Gentzkow (2017) memberi penjelasan mengenai istilah *fake news*: 1) kesalahan laporan yang tidak disengaja, seperti laporan mengenai Donald Trump yang telah menyingkirkan patung Martin Luther King Jr dari Oval Office yang berada di Gedung Putih; 2) rumor yang tidak berasal dari artikel berita tertentu; 3) teori konspirasi (biasanya sangat sulit diverifikasi); 4) satir yang disalahartikan sebagai sesuatu yang faktual, 5) pernyataan palsu oleh politisi, 6) laporan menyesatkan meski tidak sepenuhnya salah. Jika *fake news* adalah berita bohong palsu berita palsu yang tidak berlandaskan fakta, maka *hoax* adalah informasi palsu yang berdasarkan fakta yang telah direayasa (Syuhada, 2018).

ERA POST-TRUTH

Terpilihnya Donald Trump sebagai Presiden Amerika menjadi salah satu tanda bahwa masyarakat telah memasuki era *Post-truth* atau pasca kebenaran. Kamus Oxford memilih istilah *Post-truth* sebagai "Word of Year" di tahun 2016, disebabkan adanya peningkatan hingga 2000 kali lipat dalam pemakaian istilah tersebut. Tidak hanya di Amerika, masyarakat Indonesia bahkan masyarakat di berbagai belahan dunia mana pun telah memasuki era ini. "Era dimana masyarakat mengabaikan etika pendapat dan mengedepankan *hoax* dan *fake news*. Era ini cenderung

menggiring kebenaran dengan selera yang diinginkan meskipun pada dasarnya hal ini tidak mencerminkan kebenaran sesungguhnya” (Wahyono, Amalia, & Ranteallo, 2017).

Fenomena *Post-truth* yang terjadi di Indonesia bisa kita rasakan pada pertarungan politik Jakarta ketika Ahok dituduh sebagai penista agama. Pada saat bersamaan, meme, teori konspirasi, guyonan dan berita palsu menjadi hal yang krusial dalam kampanye yang semuanya beredar melalui berbagai platform media sosial, termasuk banyak materi anti-Tionghoa. Ahok kalah dalam pemilu, dan segera sesudahnya dinyatakan bersalah telah melakukan penistaan agama (Tapsell, 2018).

Kedua kasus diatas merupakan contoh bahwa masyarakat saat ini telah memasuki era pasca kebenaran. Media sosial mempunyai andil besar dalam kemenangan Donald Trump juga dalam kekalahan Ahok. Opini publik yang terbentuk melalui media sosial lebih kuat daripada fakta yang ada, masyarakat lebih percaya pada informasi yang tersebar melalui *broadcast* dalam whatsapp group keluarga. Menurut Fahmi (2017) masyarakat di era *Post-truth* saat ini tidak mencari kebenaran, tetapi mencari afirmasi, konfirmasi, dan dukungan terhadap keyakinan yang dimilikinya.

Dr. Jalaludin Rakhmat dalam salah satu ceramahnya menyampaikan bahwa “*Post-truth* adalah *bulshit* yang mengguncang dunia”. Kebohongan yang besar tidak bisa dikendalikan, kebohongan yang besar berpotensi besar untuk dipercaya banyak orang. Salah satu contoh kebohongan yang mengguncangkan adalah ketika para pengikut Donald Trump membuat kebohongan mengenai Hillary Clinton. Hillary disebut-sebut membuat penjara di Alaska yang bisa menampung sebanyak 3 juta tawanan orang Amerika.. Informasi tersebut menyebar dengan sangat cepat, dalam tempo dua jam informasi tersebut sudah dibaca sebanyak 230.000 kali (Rakhmat, n.d.).

Kebohongan dapat dibuat dengan mudah dan sangat cepat, tetapi untuk membantah sebuah kebohongan butuh waktu yang sangat lama. Tahun 2017 masyarakat Indonesia dihebohkan dengan tertangkapnya sindikat saracen. Sindikat tersebut memproduksi berita bohong, ujaran kebencian, isu sara dan juga mendistribusikannya. Konten yang diproduksi oleh sindikat ini hanya bertujuan untuk kepentingan ekonomi. Saat ini kita sedang berada dalam sebuah abad di mana kebohongan dengan mudah dapat dipercaya dan abad dimana sains bisa dicaci maki, abad di mana kebohongan bisa diproduksi untuk menghasilkan uang. Orang-orang mempercayai sesuatu berdasarkan emosi, berdasarkan keyakinan pribadi dengan mengesampingkan rasionalitas. Inilah yang disebut dengan fenomena *post-truth*.

MENGHADAPI ERA *POST-TRUTH*

“Yang Palsu di Internet: Semuanya”, kutipan tersebut merupakan salah satu bagian sub judul yang terdapat dalam bukunya Tom Nichols berjudul matinya kepakaran. Dalam tulisannya Nichols (2018) menyebutkan bahwa di internet terdapat banyak omong kosong, terutama politik yang terus mengisi dan menguasai internet. Terlebih lagi masyarakat sekarang hanya membaca sekilas berita dan artikel kemudian membagikannya di media sosial, tetapi tidak benar-benar membacanya. Menurut hasil penelitian di University College of London, ternyata orang-orang tidak benar-benar membaca artikel yang ditemukan di internet. Mereka hanya melirik baris-baris teratas atau beberapa kalimat pertama lalu pindah. Hal ini menunjukkan bahwa mereka masuk ke internet untuk menghindari kegiatan membaca secara tradisional. Hal seperti ini ditujukan bukan untuk belajar, melainkan untuk memenangkan argumen atau mengkonfirmasi keyakinan yang sudah ada (Nichols, 2018). Pertikaian, saling caci maki, intoleransi adalah akibat yang disebabkan dari perilaku semacam ini. Orang-orang hanya membagikan berita atau informasi yang menyebar di media sosial tanpa membaca dan menelaahnya terlebih dahulu.

Menyebarnya hoax, fake news, hingga kita masuk ke dalam era *Post-truth* semacam ini salah satunya timbul karena rendahnya minat baca di negara kita. Hasil survey pada tahun 2016 yang berasal dari studi The World Most Literate Nations, menunjukkan bahwa minat baca masyarakat

Indonesia berada pada urutan ke 60 dari 61 negara ("World's Most Literate Nations Ranked," n.d.). Data lembaga penelitian Nielsen menyebutkan bahwa penduduk Indonesia yang berselancar di dunia maya dengan menggunakan komputer dapat menghabiskan waktu selama empat jam 42 menit, browsing menggunakan telepon genggam dapat menghabiskan waktu selama tiga jam 33 menit dan menghabiskan waktu untuk menggunakan media sosial selama dua jam 51 menit (Debora, n.d.). Dengan waktu sebanyak itu, peluang untuk membagikan berita dan informasi hoax sangatlah tinggi.

Menghadapi fenomena *Post-truth* ada beberapa point penting yang perlu dilakukan. Pertama, masyarakat Indonesia harus lebih kritis dan juga lebih terbuka terhadap berbagai pandangan. Semboyan *Bhineka Tunggal Ika* hendaknya bukan sebatas semboyan yang tanpa makna, juga bukan hanya sebatas ucapan di lidah saja. *Bhineka Tunggal Ika* hendaknya dipahami dan disadari betul bahwa kita memiliki identitas yang beragam. Ketidaksadaran akan identitas yang beragam ini bisa menimbulkan perpecahan yang berlarut-larut.

Pandangan yang terbuka dan sikap kritis bisa timbul karena membaca. Dengan membaca kita bisa lebih memahami dan memperluas pemahaman mengenai berbagai topik yang mendasar dalam kehidupan seperti: manusia, masyarakat, negara, evolusi, keadilan, ekonomi, cinta bahkan benci. Membaca merupakan sebuah aktivitas untuk menumbuhkan pikiran. Adler & Van Doren (2007) menyebutkan bahwa ada fakta yang aneh tentang pikiran manusia, fakta yang secara tajam membedakan pikiran dari tubuh. Tubuh dibatasi oleh cara-cara yang tidak membatasi pikiran. Salah satunya adalah tubuh tidak terus bertumbuh tanpa batas dalam kekuatan, keterampilan dan kesehatan. Tetapi tidak ada batas tingkat pertumbuhan dan perkembangan yang bisa dicapai oleh pikiran. Pikiran bisa melemah jika ia tidak digunakan. Membaca bisa menjaga pikiran kita agar tetap hidup dan bertumbuh, sehingga kita tidak kekurangan sumber-sumber yang ada dalam diri. Kita bisa bertumbuh secara intelektual, moral maupun spiritual yang menjadikan kita menjadi pribadi yang berkualitas. Semakin tingginya minat untuk membaca berarti semakin kuat pula budaya literasi kita. Semakin kuatnya budaya literasi berarti semakin rendah pula tingkat penyebaran *hoax* dan *fake news*.

Kedua, masyarakat Indonesia perlu memiliki kemampuan literasi digital. Dalam tulisan Sulistyobasuki (2017) literasi digital didefinisikan sebagai kemampuan memahami dan menggunakan informasi dalam berbagai format yang disajikan menggunakan komputer. Sebenarnya istilah literasi digital pertama kali dikemukakan oleh Paul Gilster—seorang penulis penuh waktu yang fokus terhadap teknologi ruang angkasa—pada tahun 1997. Gilster dalam Sulistyobasuki (2017) mengemukakan bahwa literasi digital adalah kemampuan memahami dan menggunakan sumber informasi dari berbagai sumber digital.

Sementara itu Martin & Madigan (2006) menjelaskan bahwa literasi digital adalah sebuah kesadaran sikap dan kemampuan seseorang untuk menggunakan fasilitas digital dengan tepat untuk mengidentifikasi, mengakses, mengelola, mengintegrasikan, mengevaluasi, menganalisis sumber daya digital, membangun pengetahuan baru, dan berkomunikasi dengan orang lain dalam situasi yang lebih spesifik.

Ketiga pengertian di atas mencerminkan bahwa literasi digital tidak hanya sebuah kemampuan untuk menggunakan informasi dalam bentuk digital saja, tetapi pengguna yang notabene adalah sebagai masyarakat informasi, harus mempunyai kemampuan untuk menganalisis, mengevaluasi berbagai informasi yang mereka terima sehingga akan terbentuk sebuah kelompok masyarakat yang berkualitas. Mereka tidak hanya sekedar menggunakan teknologi, tidak hanya sekedar menerima informasi tetapi dengan kemampuan literasi digital mereka akan bisa membedakan antara informasi yang benar dan informasi yang salah.

Berkaitan dengan analisis dan evaluasi informasi Wahyudi (2017) menjelaskan bahwa literasi digital memiliki dua pemahaman, yang pertama adalah pemahaman seseorang terhadap website, dan yang kedua adalah pemahaman seseorang terhadap mesin pencari (*search engine*). Pemahaman terhadap website terkait dengan beberapa indikator yang perlu dipahami pada sebuah halaman web, ini bertujuan agar

masyarakat terhindar dari website “abal-abal”. Pemahaman terhadap mesin pencari (*search engine*) terkait dengan strategi penelusuran informasi, ini membantu masyarakat dalam mendapatkan informasi yang tepat dan sesuai dengan kebutuhannya.

Penilaian informasi dalam sebuah konten website ditentukan oleh beberapa indikator (Wahyudi, 2017), yaitu:

1. Akurasi

Ketepatan sebuah informasi terkait dengan penulisnya. Informasi mengenai penulis dalam sebuah website bisa dilihat pada *menu “about us”, menu “profile”, atau menu “contact us”*. Jika pada menu tersebut terdapat informasi mengenai penulisnya, maka informasi yang terdapat pada website tersebut bisa jadi informasi yang benar, tergantung siapa penulisnya. Ketepatan sebuah informasi dalam sebuah website bisa dilihat dari cakupan-cakupan berikut ini:

- a. Siapa penulisnya, adakah nomor kontak atau email penulis, seorang ahli di bidangnya atau bukan.
- b. Adakah yang memverifikasi terhadap informasi tersebut

2. Objektivitas

Objektivitas dalam hal ini adalah kita bisa melihat tujuan pembuatan situs. Situs yang baik tentunya akan menjabarkan untuk siapa situs tersebut, informasi apa yang dibahas dan untuk apa situs tersebut dibuat. Identifikasi tujuan sebuah sumber informasi bisa menggunakan tiga pertanyaan, diantaranya:

- a. Apa tujuan situs?
- b. Siapa pembacanya?
- c. Bagaimana isi informasinya?

3. *Currency* (kekinian)

Kekinian sebuah informasi dalam situs website bisa dilihat dari beberapa hal, yaitu:

- a. Kapan informasi pada sebuah situs dibuat?
- b. Kapan terakhir informasi tersebut diperbaharui

Aspek kekinian ini menjadi pertimbangan yang perlu diperhatikan sebab informasi yang lama akan menjadi tidak relevan sehingga bisa menyesatkan.

4. *Coverage* (cakupan)

Aspek ini melihat cakupan dari sebuah informasi, diantaranya:

- a. Cakupan topik harus berdasarkan fakta/ didukung dengan data-data yang akurat.
- b. Adakah link yang terhubung dengan situs-situs lain yang dapat dipercaya. Ada beberapa sumber informasi yang menyertakan link ke situs-situs yang berhubungan dengan kontennya, hal ini digunakan untuk memperkuat argumentasi dari informasi diulas.
- c. Kedalaman dalam menganalisis topik yang disajikan.

Pemahaman terhadap penilaian konten website akan membantu seseorang dalam menentukan apakah informasi yang didapatnya berkualitas atau tidak. Selain pemahaman terhadap hal di atas, pengguna sumber digital juga harus memiliki kecerdasan digital.

Pengertian kecerdasan digital atau *digital intelligence* adalah seluruh kompetensi teknis, mental dan sosial yang penting bagi dunia digital. Kecerdasan digital ini mencakup pengetahuan, keterampilan, sikap dan nilai yang dibutuhkan untuk tumbuh sebagai pengguna internet yang bertanggung jawab, dan percaya diri dalam menghadapi tantangan dan tuntutan di era digital. Kemampuan tersebut mengakar pada nilai-nilai integritas, rasa hormat dan empati. Nilai-nilai tersebut memungkinkan pengguna teknologi yang bijak dan bertanggung jawab, sebuah atribut yang menandai pemimpin masa depan (DQ Institute, n.d.).

Selain kecerdasan digital, DQ *Institute* juga menyinggung mengenai kewargaan digital (*digital citizenship*) yang diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan teknologi dan media digital dengan cara yang aman, efektif, dan bertanggung jawab. Ada delapan aspek yang harus dipahami berkaitan dengan kewargaan digital (*digital citizenship*):

1. *Digital citizen identity*: mampu membangun dan mengelola identitas online dan offline yang berintegritas.
2. *Privacy management*: mampu menangani semua informasi pribadi yang dibagikan, secara bijaksana untuk melindungi privasi diri sendiri dan orang lain.
3. *Critical thinking*: mampu membedakan antara informasi yang benar dan bohong, konten baik dan berbahaya, serta akun yang dapat dipercaya maupun yang diragukan.
4. *Digital footprints*: mampu memahami sifat dasar jejak digital dan akibatnya, serta mampu mengelolanya secara bertanggung jawab.
5. *Digital empathy*: mampu untuk berempati terhadap kebutuhan dan perasaan diri sendiri dan orang lain di dunia maya.
6. *Cyber security management*: mampu melindungi data pribadi dengan membuat kata sandi yang kuat untuk menghindari serangan siber.
7. *Cyberbullying management*: mampu mendeteksi situasi *cyber-bullying* dan menanganinya dengan bijak.
8. *Screen time management*: mampu mengelola waktu online, mengerjakan beberapa hal dalam satu waktu, dan melakukan aktivitas online secara terkontrol.

Dengan pemahaman dan kemampuan literasi digital diharapkan masyarakat lebih bijak lagi dalam menggunakan media sosial. Selain itu, masyarakat bisa lebih berhati-hati dalam menyebarkan berita maupun informasi yang belum jelas kebenarannya. Pemerintah, para akademisi, pustakawan dan para pegiat literasi sesungguhnya mempunyai peran penting dalam menumbuhkan minat baca juga dalam melaksanakan kegiatan literasi digital. Kedua hal ini diharapkan menjadi semacam amunisi untuk menghadapi fenomena *Post-truth*.

KESIMPULAN

Saat ini kita sedang berhadapan dengan fenomena *post-truth*. Fenomena di mana masyarakat lebih percaya terhadap sesuatu yang menurut keyakinan dirinya benar meski tidak sesuai dengan fakta sebenarnya. Masifnya penyebaran hoax dan fake news menjadi bukti bahwa fitnah, kebohongan dan kepalsuan merupakan konsumsi masyarakat saat ini terlebih lagi saat ini kita sedang memasuki tahun politik. Tahun di mana informasi dan berita palsu semakin menjamur di mana isu mengenai suku, agama, ras dan golongan menjadi isu yang digoreng habis-habisan sehingga menimbulkan perpecahan. Berita dan informasi palsu sangat mudah menasar orang awam juga menasar para akademisi yang tidak jeli. Untuk menghadapi fenomena seperti ini masyarakat perlu mempunyai sikap dan pemikiran yang terbuka dan tentunya harus disertai dengan tingginya budaya baca. Selain itu masyarakat juga perlu memiliki kemampuan literasi digital. Dengan pemikiran terbuka, masyarakat akan lebih sadar akan adanya perbedaan sehingga tidak mudah terprovokasi. Dengan kemampuan literasi digital, diharapkan masyarakat bisa memilah-milah mana berita yang benar dan mana berita yang didasarkan atas kebohongan belaka.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulsalam, H. (n.d.). Belajar Hoax dari Prof. Alan Sokal. Retrieved February 2, 2019, from <https://tirto.id/belajar-hoax-dari-prof-alan-sokal-cvRZ>
- Adler, M. J., & Van Doren, C. (2007). *How to Read a Book*. Indonesia Publishing.
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Astrini, A. (2017). Hoax dan Banalitas Kejahatan (Studi Pustaka tentang fenomena hoax dan keterkaitannya dengan Banalitas Kejahatan). *Transformasi*, 2(32).
- Debora, Y. (n.d.). Literasi Rendah Sebabkan Masyarakat Mudah Percaya Hoax. Retrieved February 8, 2019, from <https://tirto.id/literasi-rendah-sebabkan-masyarakat-mudah-percaya-hoax-cnQa>
- DQ Institute. (n.d.). What is DQ? | DQ Institute. Retrieved February 8, 2019, from <https://www.dqinstitute.org/what-is-dq/>
- Fahmi, I. (2017). *Perilaku Masyarakat Indonesia Terhadap Hbax, Media, dan Budaya Baca*. Internet. Retrieved from <https://www.slideshare.net/IsmailFahmi3/perilaku-masyarakat-indonesia-terhadap-hoax-media-dan-budaya-baca>
- Kurniawan, B. (2018). Politisasi Agama di Tahun Politik: Politik Pasca-Kebenaran di Indonesia dan Ancaman bagi Demokrasi. *Jurnal Sosiologi Agama*, 12(1), 133–154. <https://doi.org/10.14421/jsa.2018.%x>
- Martin, A., & Madigan, D. (2006). *Digital Literacies for Learning*. London: Facet Publishing.
- Nichols, T. (2018). *Matinya Kepakaran*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Rakhmat, J. (n.d.). Post-truth Bullshit Conquered World. Retrieved February 6, 2019, from <https://www.youtube.com/watch?v=n6-YrZVZMQo&t=300s>
- Sulistyo-Basuki. (2017). Literasi Informasi dan Literasi Digital. Retrieved February 8, 2019, from <http://pdii.lipi.go.id/loknas/index.php/conference/loknas2017/paper/view/70/54>
- Suhada, K. D. (2018). Etika Media di Era “Post-Truth.” *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 6(1). <https://doi.org/10.7454/jki.v6i1.8789>
- Tapsell, R. (2018). *Kuasa Media di Indonesia: Kaum Oligarki, Warga, dan Revolusi Digital*. Tangerang Selatan: Marjin Kiri.
- Wahyono, E., Amalia, R., & Ranteallo, I. C. (2017). Menelaah Lebih Dekat “Post Factual/Post-truth Politics, Studi Kasus Brexit” (Analsis Resensi Media). *Nyimak (Journal of Communication)*, 1(1). <https://doi.org/10.31000/nyimak.v1i1.272>
- Wahyudi, P. I. H. (2017). Pentingnya Keterampilan Literasi Digital bagi Pustakawan. *Khizanah al-Hikmah : Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, dan Kearsipan*, 5(2), 187–195. <https://doi.org/10.24252/kah.v5i2a6>
- World's Most Literate Nations Ranked. (n.d.). Retrieved February 8, 2019, from <http://webcapp.ccsu.edu/?news=1767&data>