

ANALISIS PEMBENTUKAN DAN PENYEBARAN INFORMASI PADA AKUN INSTAGRAM BERTANDA CENTANG BIRU PADA ERA POST TRUTH

Vaeda Nur Pratama¹

Theofilus Apolinaris Suryadinata, S.Fil., M.A.² Universitas Sebelas Maret, Indonesia

e-mail: vaedanurpratama6@gmail.com¹

ABSTRAK

Studi ini menganalisis tentang fenomena pembentukan dan persebaran informasi pada akun instagram bertanda centang biru di era *post truth*. Studi ini berusaha menjelaskan bagaimana proses pembentukan informasi melalui interaksi yang terjadi pada akun instagram bertanda centang biru di era *post truth*. Serta menjelaskan proses penyebaran informasi pada akun instagram bertanda centang biru di era *post truth*. Permasalahan yang diangkat pada studi ini di analisis dengan menggunakan teori interaksionisme simbolik Herbert Blumer, teori penggabungan informasi Martin Fishbein, dan teori spiral keheningan (*spiral of silence*) Elizabeth Noelle Neuman. Studi ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan etnografi virtual untuk menggali data dengan alami tanpa adanya suatu tekanan dari pihak manapun terutama peneliti sendiri, mengingat etnografi lebih bersifat natural. Pemilihan informan menggunakan teknik *simple random sampling*, dimana informan akan dipilih dengan acak tanpa memperhatikan kriteria tertentu. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terjadi proses interaksi antara akun bertanda centang biru dengan masyarakat pengguna media sosial instagram sehingga dapat terjadi proses pembentukan informasi oleh masyarakat. Selain itu, terjadi juga penilaian terhadap informasi dan ketergantungan terhadap iklim opini pada suatu konten informasi yang berkontribusi terhadap proses penyebaran informasi oleh masyarakat pada media sosial instagram.

Kata Kunci: *Pembentukan Informasi, Penyebaran Informasi, Akun Bertanda Centang Biru, Instagram, Era Post Truth*

ABSTRACT

This study analyzes the phenomenon of forming and disseminating information on instagram accounts with blue checkmarks in the post truth era. This study seeks to explain how the process of forming information through interactions that occur on instagram accounts with blue checkmarks in the post truth era. As well as explaining the process of spreading information on instagram accounts with blue checkmarks in the post truth era. The problems raised in this study were analyzed using Herbert Blumer's theory of symbolic interactionism, Martin Fishbein's theory of information incorporation, and Elizabeth Noelle Neuman's spiral of silence theory. This study uses qualitative methods using a virtual ethnographic approach to explore data naturally without any pressure from any party, especially the researchers themselves, considering that ethnography is more natural. The selection of informants uses a simple random sampling technique, where informants will be selected randomly without regard to certain criteria. The results of this study show that there is a process of interaction between accounts with blue check marks with the community of instagram social media users so that there can be a process of information formation by the community. In addition, there is also an assessment of information and dependence on the climate of opinion on information content that contributes to the process of disseminating information by the public on Instagram social media.

Keywords: Information Formation, Information Dissemination, Blue Checkmark Accounts, Instagram, Post Truth Era

PENDAHULUAN

Pada saat ini penggunaan teknologi komunikasi sangat masif dalam kehidupan masyarakat terutama penggunaan media sosial. Seiring dengan perkembangan dan kecanggihan teknologi komunikasi juga disertai dengan perkembangan media sosial. Media sosial merupakan sebuah *platform* atau tempat digital yang memfasilitasi penggunaannya untuk saling berkomunikasi atau membagikan sebuah konten dalam bentuk tulisan, foto, dan video. Media sosial adalah sebuah sarana di internet yang memungkinkan para penggunaannya untuk mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna media sosial lain sehingga membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015)

Media sosial yang kita ketahui sekarang ini seperti salah satunya yaitu instagram. Instagram berasal dari kata *instan* dan *telegram*, kata *instan* merupakan kata dari sebuah kamera palaroid dan kata *telegram* lebih mengarah kepada sebuah alat yang bekerja untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Instagram merupakan sebuah aplikasi media sosial yang dapat membagikan foto dan video untuk dinikmati oleh pengguna lainnya yang disebut sebagai konten. Pada aplikasi instagram terdapat beberapa fitur yang mendukung kinerja dari aplikasi tersebut, seperti halnya unggah foto, *instagram story*, *reels*, dll. (firstmedia, 2022)

Di dalam instagram terdapat beberapa akun yang tergolong sebagai akun telah terverifikasi yang ditandai dengan tanda centang biru. Tanda centang biru tersebut diperoleh karena sebuah akun telah memenuhi beberapa persyaratan untuk dapat terverifikasi. Akun- akun yang memiliki tanda centang biru kenyataannya banyak dimiliki oleh *public figure* karena akun yang dimiliki tergolong akun yang terkenal, berisi konten-konten menarik, dan memiliki pengikut banyak.

Saat ini masyarakat juga telah memasuki era *Post Truth*. Menurut kamus Oxford (2019) *Post Truth* merupakan kondisi dimana fakta tidak begitu berpengaruh terhadap pembentukan opini masyarakat dibandingkan dengan emosi dan keyakinan personal. *Post Truth* memiliki ciri atau karakter yaitu antara lain: mengaduk emosi masyarakat, mengabaikan data dan fakta, memviralkan berita yang belum jelas kebenarannya, menggaungkan narasi buatan terhadap kejadian tertentu, dan membangun opini dengan mengesampingkan kebenaran untuk menguntungkan suatu pihak. Dalam era *post truth* masyarakat lebih gemar untuk mencari pembenaran daripada kebenaran sesuai dengan fakta yang ada. Pernyataan-pernyataan *post truth* disebarakan dengan berbagai macam cara seperti *bullshit*, *fake news*, *vicious social media posts*, *false denials*, *attack on media*, *ethos and pathos at the exspense of logos*, dan *name calling*. Era *post truth* memiliki gejala dimana suatu kebenaran informasi ditentukan dengan selera dan keyakinan pribadi, melainkan tidak dengan atas dasar nilai-nilai kebenaran dan fakta obyektif. Hal tersebut disebabkan oleh mengglobalnya penggunaan internet dan media sosial melalui *smartphone*. Kehadiran internet dan media sosial semakin memperluas ruang lingkup *post truth* yang tidak hanya tentang politik saja, tetapi juga telah masuk ke ranah sosial. Kehadiran internet masyarakat cenderung memiliki sifat *over sharing* terhadap suatu informasi. Selain itu, algoritma media sosial dalam membaca fitur *like* dan *sharing* juga akan membuat orang lebih sering menerima informasi sesuai dengan cara pandang mereka saja. *Post truth* sebagai fenomena budaya yang menjangkiti masyarakat kontemporer secara luas sebagai dampak dari adanya internet dan media sosial. Masyarakat yang telah memiliki persepsi awal dan kecenderungan terhadap

suatu kebenaran tertentu akan sulit untuk menerima kebenaran lainnya. Kebenaran yang tidak sesuai dengan persepsi dan kecenderungan hatinya akan selalu ditolak karena dianggap sebagai sebuah kebohongan dan konspirasi. Kebenaran akan diterima jika kebenaran tersebut dapat menyenangkan dirinya dan bermanfaat bagi dirinya juga, bukan berdasarkan obyektivitas kebenaran sesuai dengan fakta yang ada.

Dalam era *post truth* penyebaran berbagai bentuk informasi juga terjadi sangat cepat melalui media sosial. Dengan kebebasan untuk berkomentar dan berinteraksi pada sebuah konten instagram menjadikan informasi-informasi mudah sekali untuk disebarluaskan. Informasi-informasi yang belum tentu terbukti kebenarannya banyak sekali direspon oleh masyarakat pengguna media sosial yang sering kali menyesatkan mereka ke dalam sebuah kebenaran palsu, karena masyarakat cenderung tidak mau untuk melihat fakta atau kebenaran lainnya di luar persepsi mereka. Masyarakat sering kali hanya mau melihat informasi yang sesuai dengan persepsi dan kesenangan hatinya saja atau yang hanya bermanfaat untuk dirinya sendiri. Di era *post truth* ini penyebaran informasi yang kebenarannya belum dapat dipastikan sangat banyak bermunculan di media sosial, hal tersebut tentu saja akan berdampak terhadap persepsi dan perubahan perilaku masyarakat pengguna media sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan model etnografi virtual untuk meneliti dan menganalisis terkait fenomena pembentukan dan persebaran informasi di era *post truth* pada media sosial. Penggunaan model etnografi virtual dalam penelitian ini dikarenakan dunia daring memberikan kebebasan, memfasilitasi penelitian, dan menyediakan lapangan yang kaya akan data. Etnografi virtual melakukan penelitian serta pengumpulan data yang dilakukan pada media online dalam bentuk digital. Adapun tujuan pemilihan metode tersebut dalam penelitian ini yaitu untuk menggali data dengan alami tanpa adanya suatu tekanan dari pihak manapun terutama peneliti sendiri, mengingat etnografi lebih bersifat natural.

Penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling*, dimana penggunaan teknik ini dikarenakan pemilihan informan akan dipilih dengan acak tanpa memperhatikan kriteria tertentu. Pemilihan informan akan dipilih dengan kategorisasi sesuai permasalahan yang akan diteliti, antara lain; informan yang melakukan respon terhadap konten-konten informasi pada media sosial instagram, informan yang memiliki media sosial instagram dan sering menggunakannya, informan yang sering menerima informasi dari media sosial.

Pengumpulan data akan melalui beberapa langkah, yaitu observasi atau pengamatan, wawancara, dan dokumentasi melalui *screenshot*. Hal yang menjadi fokus pengamatan peneliti yang akan dilakukan di lapangan yaitu terkait dengan fenomena pembentukan dan persebaran informasi di media sosial instagram pada era *post truth*. Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur. Dasar pertimbangan pemilihan wawancara semi terstruktur karena pelaksanaannya lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Peneliti melakukan pengumpulan data-data pada media sosial sesuai dengan fokus penelitian, *screenshot* menjadi satu-satunya cara yang digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

- **HASIL**

- A. Informasi Pada Platform Instagram**

Informasi merupakan suatu bentuk data yang telah diolah dan diproses untuk disebarluaskan yang nantinya akan diterima oleh penerima sehingga dapat memberikan manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung. Telah terjadi

pergeseran penyebaran informasi, yang pada awalnya informasi disebarakan secara tradisional atau dalam bentuk yang sederhana. Sekarang ini mekanisme penyebaran informasi sudah berubah ke arah yang lebih modern salah satunya melalui media sosial. Sebelum perkembangan teknologi yang pesat, informasi disebarakan melalui media cetak atau media konvensional, seperti koran, majalah, pamflet, radio, dan televisi. Namun, seiring dengan perkembangan zaman semakin canggih yang ditandai dengan pesatnya perkembangan teknologi modern, informasi telah mengalami pergeseran dalam cara penyebarannya. Saat ini informasi banyak sekali disebarluaskan melalui media sosial, salah satunya yaitu media sosial instagram. Hadirnya media sosial menjadikan hilangnya dinding atau sekat informasi sehingga masyarakat akan lebih bebas untuk mengakses dan mendapatkan informasi yang mereka inginkan, terutama masyarakat yang ingin mengetahui lebih jauh apa yang sedang terjadi di sekitarnya. Media sosial dalam penyebaran informasi dapat memunculkan hubungan yang interaktif di antara pengguna media sosial.



Gambar 1. Informasi pada akun centang biru di instagram
(Sumber: Akun Instagram Tribun News)

Terdapat banyak sekali akun pada *platform* instagram terutama akun yang tergolong sebagai akun terverifikasi ditandai dengan centang biru yang berbasis pada penyebaran informasi, seperti akun Tribunnews, Kompascom, Detikcom, dan lain-lain. Akun-akun tersebut membuat dan menyebarkan beragam bentuk informasi yang diupload pada *platform* instagram yang nantinya dapat diterima oleh masyarakat pengguna media sosial. Dengan adanya akun-akun tersebut penyebaran informasi akan semakin cepat dan pesat karena didukung oleh kemajuan di bidang teknologi informasi. Informasi yang disebarakan akan diterima oleh masyarakat pengguna media sosial instagram secara luas dan informasi tersebut dapat dijadikan sebagai sebuah masukan kepada masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara sebanyak sepuluh (100%) informan mengaku sering mendapatkan informasi pada *platform* instagram dari akun bertanda centang biru tersebut baik dengan cara sengaja maupun tidak sengaja. Seperti yang dikatakan salah satu informan Vanda berikut:

“Iya, saya pernah memperoleh informasi dari akun bertanda centang biru. Akun tersebut antara lain; lambe turah,

kompas.com, dan detik.com” (sumber data penelitian dengan Vanda, 15 Maret 2023)

Informasi-informasi yang diterima oleh masyarakat sangat beragam bentuknya. Informasi yang berada di media sosial instagram terdiri dari konten (gambar, video, tulisan) dan *caption* yang tertera di bawah konten instagram. Selain itu, masyarakat dalam menerima informasi juga berbeda-beda dalam mengamati informasi yang mereka terima. Masyarakat memiliki prinsip tersendiri dalam proses menerima informasi dari media sosial. Terdapat masyarakat yang melihat informasi secara detail atau bahkan hanya sekilas saja tergantung prinsip dan minat mereka masing-masing.

Berdasarkan hasil wawancara sebanyak tujuh (70%) informan mengatakan bahwa ketika mendapatkan informasi dari media sosial instagram mereka melihat informasi tersebut secara detail, meskipun terkadang melihat informasi secara detail ketika informasi tersebut menurutnya menarik. Seperti yang dikatakan salah satu informan Vanda berikut:

“Ya, akan tetapi tidak semua berita saya lihat secara detail. Saya melihatnya secara detail apabila berita tersebut terbaru dan menarik” (sumber data penelitian dengan Vanda, 15 Maret 2023)

B. Interaksi pada platform Instagram

Pada *platform* media sosial instagram terjadi proses interaksi antara pengguna satu dengan pengguna lainnya. Interaksi tersebut tergolong sebagai interaksi sekunder karena melalui perantara media sosial. Proses interaksi yang terjadi pada *platform* media sosial dapat dilakukan dengan berbagai macam bentuk, seperti mengirim pesan atau DM (*Direct Message*), memberikan tanda suka (*like*), memberikan respon berupa komentar, meng-share ulang suatu konten, dan lain-lain. Instagram merupakan salah satu media sosial yang berbasis pada konten, baik yang berbentuk gambar maupun video. Seperti halnya terjadi proses interaksi antara akun bertanda centang biru yang mengupload konten informasi dengan masyarakat pengguna media sosial instagram.

Berdasarkan hasil wawancara sebanyak sepuluh (100%) informan bahwa mereka sering melakukan interaksi dengan akun bertanda centang biru pada *platform* media sosial instagram. Interaksi yang paling sering dilakukan yaitu memberikan *like* terhadap konten informasi yang mereka terima sebagai bentuk apresiasi terhadap konten informasi tersebut. Seperti yang dikatakan salah satu informan Monica dan Rohfan berikut:

“Kadang iya, lebih sering memberikan like saja karena sebagai bentuk apresiasi terhadap konten informasi tersebut” (sumber data penelitian dengan Monica, 9 April 2023)

“Iya sering, kebanyakan melakukan like saja dan saya juga pernah membagikan informasi dari media sosial ke media lain juga” (sumber data penelitian dengan Rohfan, 11 April 2023)

Masyarakat pengguna media sosial juga melakukan pemaknaan terhadap konten informasi yang didapatkan. Pemaknaan yang dimaksud yaitu pemaknaan terhadap simbol-simbol yang terdapat pada konten informasi. Pemaknaan yang dilakukan tentunya akan menggunakan persepsi masing-masing dari individu terlebih dahulu. Simbol yang dimaksud dapat berupa tulisan, bahasa, gambar, maupun video. Masyarakat akan melihat seperti apa konten informasi yang mereka terima dari segi gaya bahasa dan tulisan pada *caption* konten informasi maupun dari segi bentuk kontennya sendiri.

Berdasarkan hasil wawancara sebanyak sepuluh (100%) informan bahwa ketika mereka mendapatkan konten informasi dari akun bertanda centang biru, mereka melakukan pemaknaan terlebih dahulu terhadap konten informasi yang mereka dapatkan tersebut. Pemaknaan yang dilakukan oleh para informan tersebut mayoritas melihat konten informasinya terlebih dahulu baru menuju ke keterangan tambahan atau *caption*. Seperti yang dikatakan salah satu informan Syahrul berikut:

“Pertama dengan melihat berita media centang biru itu saya melihat video atau gambar, kedua kerangka caption media tersebut dalam arti media tersebut sedang membicarakan isu seperti apa, dan ketiga saya melihat kolom komentar karena dengan melihat kolom komentar bisa melihat penilaian yang pro dan yang kontra” (sumber data penelitian dengan Syahrul, 15 Maret 2023)

C. Kekuatan Potensial Informasi

Informasi pada media sosial yang diupload oleh akun bertanda centang biru memiliki sebuah kekuatan potensial untuk menarik perhatian dan mempengaruhi masyarakat yang menerima informasi tersebut. Kekuatan potensial tersebut dapat mempengaruhi sikap seseorang terhadap informasi yang didapatkan. Atas kekuatan tersebut, seolah-olah akun bertanda centang biru dapat mengarahkan konsep pemikiran dan sikap masyarakat pengguna media sosial salah satunya pada *platform* instagram menuju arah tertentu. Kekuatan potensial informasi nantinya juga dapat mempengaruhi bagaimana penilaian masyarakat terhadap suatu informasi. Sering kali, informasi pada *platform* media sosial instagram cenderung akan diupload dan disebarluaskan secara berulang-ulang. Mengingat terdapat banyak akun bertanda centang biru yang bergerak di bidang informasi sehingga memungkinkan terjadinya penyebaran informasi yang sama secara berulang-ulang.

Berdasarkan hasil wawancara sebanyak tujuh (70%) informan bahwa mereka sering kali mendapatkan informasi yang sama dan diupload secara berulang-ulang pada *platform* media sosial oleh akun bertanda centang biru. Para informan mengatakan bahwa informasi yang disebarluaskan secara berulang-ulang tersebut merupakan informasi yang mengandung unsur kebenaran dan bahkan dapat mempengaruhi persepsi mereka. Seperti yang dikatakan salah satu informan Vena berikut:

“Iya sering mas, menurut saya informasi yang disebarluaskan merupakan informasi yang benar dan dapat mempengaruhi persepsi saya terhadap informasi yang beredar. Karena informasi”

yang disampaikan secara berulang-ulang itu menurut saya juga dapat disampaikan di platform lain dengan akun yang centang biru juga atau akun resmi yang legal. Jadi menurut saya informasi yang disebarluaskan secara berulang-ulang itu benar karena juga seperti yang saya katakan di platform lain juga ada” (sumber data penelitian dengan Vena, 13 Maret 2023)

Kekuatan potensial informasi yang diupload oleh akun bertanda centang biru memiliki dampak dan pengaruh tersendiri kepada penerimanya. Bahkan informasi-informasi baru dan trending justru memiliki kekuatan yang sangat besar juga dalam proses mempengaruhi para penerimanya. Masyarakat akan lebih mudah terpengaruh terhadap informasi yang mereka terima jika informasi tersebut belum mereka ketahui sebelumnya.

Berdasarkan hasil wawancara sebanyak sepuluh (100%) informan bahwa ketika mereka memperoleh atau menerima informasi baru dan trending yang diupload oleh akun bertanda centang biru mereka merasa terpengaruh oleh informasi tersebut. Selain itu, hal tersebut dikarenakan media sosial bagi mereka juga menjadi salah satu alat untuk mencari informasi-informasi. Seperti yang dikatakan salah satu informan Monica berikut:

“Kebanyakan kasus iya, karena sekarang ini arah persebaran informasi banyak terjadi di media sosial yang mana saya juga sering menggunakan media sosial. Selain itu, ketika informasinya belum saya ketahui dan menarik bagi saya, kemungkinan besar saya juga terpengaruh” (sumber data penelitian dengan Monica, 9 April 2023)

D. Penilaian Informasi

Informasi dari akun bertanda centang biru yang diterima oleh masyarakat pastinya mengalami tahap pencernaan dan penilaian terlebih dahulu. Informasi tersebut dinilai terlebih dahulu oleh masyarakat pengguna media sosial sebelum dipakai dan disebarkan kepada masyarakat lainnya. Tujuan dari pencernaan dan penilaian tersebut yaitu untuk mengetahui isi dan maksud dari informasi yang mereka terima. Pencernaan dan penilaian dapat dilakukan dengan berbagai cara misalnya dengan mengamati konten informasi, membaca deskripsi informasi atau *caption*, melihat opini-opini masyarakat, dan lain-lain. Selain itu, pencernaan dan penilaian juga berfungsi untuk mengetahui kualitas dan kuantitas dari informasi yang diterima tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara sebanyak sepuluh (100%) informan bahwa ketika memperoleh informasi dari media sosial mereka melakukan pencernaan dan penilaian terlebih dahulu terhadap informasi yang mereka terima. Seperti yang dikatakan salah satu informan Vanda berikut:

“Iya, karena setiap orang memiliki pendapat yang berbeda-beda terkait dengan informasi yang telah diterima dan berhak memberikan penilaian terhadap apa yang mereka lihat. Pada dasarnya Informasi tidak selalu bersifat positif namun ada juga

yang bersifat negatif. Tergantung bagaimana cara kita mencerna berita tersebut. Oleh karena itu masyarakat perlu adanya kesadaran dan pengetahuan lebih terhadap konten yang diterima” (sumber data penelitian dengan Vanda, 15 Maret 2023)

Masyarakat memiliki caranya sendiri-sendiri dalam melakukan pencernaan dan penilaian terhadap informasi yang mereka dapatkan. Namun, di era *post truth* ini masyarakat sering kali enggan dalam menilai suatu informasi dengan cara berfikir rasional dan menggunakan pengetahuan mereka. Di era *post truth*, kebanyakan masyarakat dalam mencerna dan menilai suatu informasi lebih mengedepankan perasaan dan sikap emosional mereka. Pencernaan dan penilaian dengan menggunakan perasaan dan sikap emosional dapat menjadi penyumbang persebaran informasi yang kebenarannya belum dapat dipastikan.

Berdasarkan hasil wawancara sebanyak delapan (80%) informan bahwa mereka dalam melakukan pencernaan dan penilaian terhadap suatu informasi dalam beberapa kasus lebih mengedepankan perasaan dan sikap emosional mereka. Terutama terhadap konten informasi yang berkaitan dengan permasalahan sosial masyarakat. Seperti yang dikatakan salah satu informan Syahrul berikut:

“Kalau saya menggunakan emosional seperti kekerasan atau kejahatan yang sekarang kan banyak pencabulan atau begal itu saya juga geram mas” (sumber data penelitian dengan Syahrul, 15 Maret 2023)

Informasi akan dianggap positif jika informasi yang diperoleh dinilai sebagai informasi yang benar, sebaliknya informasi akan dinilai negatif jika informasi yang diperoleh bukan informasi yang benar. Pengkategorisasian tersebut bagi masyarakat penting untuk dilakukan yang bertujuan untuk memilah antara informasi yang benar dan tidak benar.

Berdasarkan hasil wawancara sebanyak sepuluh (100%) informan bahwa ketika memperoleh informasi yang benar sesuai dengan pencernaan dan penilaian mereka, maka akan memberikan penilaian positif terhadap informasi yang didapatkan. Seperti yang dikatakan salah satu informan Alifia berikut:

“Iya terkadang jika informasi tersebut benar biasanya saya memberikan penilaian positif sebagai bentuk dukungan, namun jika informasi tersebut salah saya biasanya cenderung tidak berkomentar apapun” (sumber data penelitian dengan Alifia, 5 April 2023)

Masyarakat juga melakukan pengkategorisasian sesuai bobot informasi yang diperoleh dari *platform* media sosial instagram. Pengkategorisasian di sini tergolong menjadi dua bentuk, yaitu penilaian informasi tinggi dan penilaian informasi rendah. Ketika masyarakat menilai positif informasi, maka mereka juga akan memberikan penilaian tinggi terhadap informasi. Karena informasi yang diperoleh tergolong sebagai informasi yang benar dan dapat mendukung kepercayaan mereka, begitu pula sebaliknya.

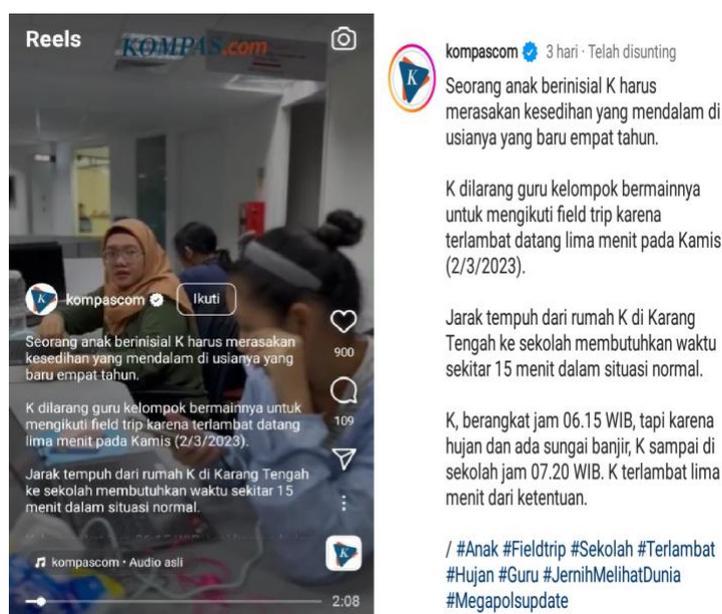
Berdasarkan hasil wawancara sebanyak sepuluh (100%) informan bahwa informasi yang diperoleh dari *platform* media sosial instagram jika tergolong sebagai informasi benar dan dapat mempengaruhi sistem kepercayaan mereka akan memberikan penilaian yang tinggi. Seperti yang dikatakan salah satu informan Cherly dan Annisa berikut:

“Tentu, karena penilaian tersebut juga dapat memperkuat pemikiran saya terhadap suatu informasi yang saya terima” (sumber data penelitian dengan Cherly, 16 Maret 2023)

“Iya pasti saya beri penilaian yang tinggi karena informasi tersebut mendukung, menambah, dan sesuai dengan pandangan atau persepsi saya” (sumber data penelitian dengan Annisa, 25 Maret 2023)

E. Persepsi Mayoritas dan Minoritas Pada Konten Informasi Instagram

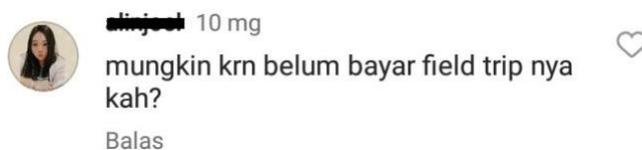
Masyarakat pengguna media sosial akan merespon informasi yang mereka dapatkan dengan beragam bentuk. Salah satu respon yang diberikan yaitu dengan memberikan komentar atau pendapat terhadap konten yang mereka dapatkan. Masyarakat akan berkomentar sesuai dengan sikap dan pandangan mereka masing-masing. Hal tersebut berdampak terhadap iklim opini masyarakat yang munculkan beragam bentuk respon masyarakat. Pendapat masyarakat yang diberikan akan terbagi menjadi dua bagian, yaitu pendapat mayoritas dan pendapat minoritas. Dalam sebuah konten informasi, pendapat mayoritas dan minoritas sudah menjadi satu bagian penting sehingga sulit untuk dipisahkan. Pendapat mayoritas masyarakat akan selalu mendominasi iklim opini dari konten informasi pada *platform* instagram yang diupload oleh akun bertanda centang biru. Sebaliknya, pendapat minoritas masyarakat sering kali tidak diperhatikan oleh masyarakat karena kekuatan yang dimiliki tidak sebesar kekuatan pendapat mayoritas.



Gambar 2. Informasi di media sosial instagram (Sumber: Akun Instagram Kompascom)



Gambar 3. Pendapat atau komentar mayoritas pada konten informasi (Sumber: Akun Instagram Kompascom)





Gambar 4. Pendapat atau komentar minoritas pada konten informasi
(Sumber: Akun Instagram Kompascom)

Gambar diatas merupakan realitas iklim opini pada suatu konten informasi yang diupload oleh salah satu akun bertanda centang biru yaitu Kompascom. Dalam konten informasi tersebut terdapat beragam bentuk persepsi masyarakat atas permasalahan yang diangkat dan diupload oleh akun Kompascom. Terdapat dua bentuk respon masyarakat, yaitu respon mayoritas dan respon minoritas. Dapat dilihat bahwa pada konten informasi tersebut pendapat mayoritas masyarakat sangat mendominasi. Berbeda dengan pendapat minoritas masyarakat yang cenderung lebih sedikit keberadaannya.

Pendapat mayoritas masyarakat mendominasi iklim opini dalam konten tersebut, dapat dibuktikan dengan banyaknya pendapat yang seragam dan sejalan menyalahkan perbuatan seorang guru kepada muridnya yang terlambat datang untuk mengikuti *field trip*. Mereka serentak memberikan empati dan dukungan kepada seorang murid yang dihukum oleh gurunya tersebut. Selain itu, pendapat mayoritas masyarakat juga memiliki banyak dukungan dari masyarakat lainnya yang dibuktikan dengan banyaknya jumlah penyuka atau tanda *like* pada pendapat yang diberikan. Berbeda dengan pendapat minoritas masyarakat pada konten informasi tersebut. Mereka berpihak kepada guru dan sekolah yang memberikan hukuman kepada muridnya, bahwa memang murid tersebut melakukan kesalahan karena datang terlambat untuk mengikuti *field trip* dan tidak disiplin. Keberadaan pendapat minoritas sangat minim dan sedikit, terbukti dengan tidak adanya dukungan terhadap pendapat tersebut yang dapat dilihat dari jumlah penyuka atau tanda *like* yang diberikan.

Persepsi mayoritas masyarakat tersebut sering kali dijadikan sebagai sebuah kebenaran oleh masyarakat lain. Persepsi mayoritas masyarakat dianggap sebagai sebuah ukuran kebenaran atas suatu informasi pada *platform* media sosial instagram. Berdasarkan hasil wawancara sebanyak enam (60%) informan menjadikan pendapat mayoritas masyarakat pada suatu konten informasi sebagai sebuah ukuran kebenaran pada suatu informasi. Seperti yang dikatakan salah satu informan Vena berikut:

“Iya sih, menurut saya apa yang disampaikan masyarakat itu lebih real gitu akan tetapi jika saya memperoleh informasi yang berbeda mengenai hal yang sama kembali lagi ke persepsi mayoritas masyarakat itu” (sumber data penelitian dengan Vena, 13 Maret 2023)

Masyarakat yang memiliki persepsi minoritas pastinya tidak memiliki kekuatan yang kuat seperti masyarakat dengan persepsi mayoritas. Sehingga

sering kali masyarakat yang memiliki persepsi minoritas pada suatu konten informasi yang diupload oleh akun bertanda centang biru tidak terlalu diperhatikan oleh masyarakat umum. Bahkan mereka yang memiliki persepsi minoritas merasa bahwa dirinya tidak memiliki kekuatan sebesar masyarakat dengan persepsi mayoritas.

Berdasarkan hasil wawancara sebanyak enam (60%) informan bahwa ketika persepsi atau pandangannya yang tidak sama dengan persepsi mayoritas masyarakat, ia merasa takut untuk menyuarakan pendapat atau persepinya. Mereka sadar bahwa persepsi atau pandangannya tidak memiliki banyak dukungan dari masyarakat lain. Seperti yang dikatakan salah satu informan Alifia berikut:

“Sedikit takut, karena saya khawatir jika pendapat saya akan menjadi sumber hoax dan saya takut dengan adanya perbedaan pendapat akan menyebabkan perselisihan di masyarakat karena ketika pendapat saya tidak tergolong ke pendapat mayoritas masyarakat, saya sadar bahwa pendapat saya tidak memiliki kekuatan yang kuat” (sumber data penelitian dengan Alifia, 5 April 2023)

Di sisi lain, ketika persepsi mereka sesuai dengan persepsi mayoritas masyarakat. Mereka cenderung akan menyuarakan persepinya atau hanya merasa percaya diri dan yakin terhadap persepinya tersebut. Berdasarkan hasil wawancara sebanyak tujuh (70%) informan bahwa jika persepinya tergolong ke dalam persepsi mayoritas masyarakat, mereka akan menyuarakan persepinya dan merasa percaya diri terhadap persepinya tersebut. Seperti yang dikatakan salah satu informan Vena berikut:

“Iya sih mas, saya akan menyuarakan pendapat saya yang sama atau mayoritas masyarakat juga menyampaikan pendapat saya. Lebih percaya diri ya dalam menyampaikan ke masyarakat lain akan pendapat saya yang sama dengan pendapat mayoritas masyarakat mengenai suatu informasi di konten tersebut” (sumber data penelitian dengan Vena, 13 Maret 2023)

- PEMBAHASAN

- A. **Pembentukan Informasi Melalui Interaksi Pada Akun Instagram Bertanda Centang Biru di Era Post Truth**

Pada media sosial instagram terjadi proses interaksi antara pemilik akun bertanda centang biru dengan masyarakat pengguna media sosial. Selain itu, terjadi juga interaksi antara sesama pengguna media sosial instagram. Interaksi yang terjalin melewati media sekunder *platform* instagram melalui perantara yaitu konten informasi. Masyarakat pengguna media sosial dalam melakukan interaksi akan menggunakan bantuan fitur-fitur yang terdapat pada *platform* instagram, seperti fitur *like*, *direct message* (DM), komentar, dan *share*. Fitur tersebut sebagai faktor penunjang dan pendukung dalam sebuah interaksi yang terjadi di media sosial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat pengguna media sosial dalam melakukan interaksi dengan akun bertanda centang biru melalui konten informasi cenderung lebih banyak dengan memberikan tanda suka (*like*) terhadap konten informasi yang diterimanya. Mereka cenderung memberikan *like* terhadap konten informasi yang didapatkan sebagai bentuk

apresiasi terhadap konten informasi yang diupload oleh akun bertanda centang biru. Namun, sering kali masyarakat pengguna media sosial dalam melakukan interaksi bukan hanya melakukan tindakan memberikan tanda *like* saja. Mereka juga sering membagikan konten informasi yang didapatkan agar masyarakat lainnya juga mengetahui informasi tersebut. Mereka membagikan informasi melalui fitur *share* dalam aplikasi instagram baik dengan instagram *story*, *direct message* (DM), maupun membagikan melalui aplikasi lain.

Seperti yang dipaparkan Herbert Blumer, masyarakat memiliki sebuah konsep interaksi yang digunakan untuk melakukan interaksi sosial dengan masyarakat lain. Setiap individu akan memindahkan diri mereka terutama secara mental ke dalam posisi orang lain. Dengan tindakan tersebut setiap individu dalam masyarakat berusaha untuk memahami maksud dari aksi yang dilakukan oleh orang lain, sehingga interaksi dan komunikasi dapat terjadi. Menurut Blumer, proses interaksi sosial salah satunya dijumpai oleh penggunaan simbol. Simbol yang dimaksud dapat kita lihat dalam bentuk fitur-fitur yang berada pada *platform* instagram. Fitur *like*, *direct message* (DM), komen, dan *share* merupakan sebuah simbol yang menjembatani interaksi antara masyarakat satu dengan masyarakat lainnya terutama dengan akun bertanda centang biru.

Dalam melakukan interaksi masyarakat juga akan melakukan pemaknaan terhadap simbol dan tindakan orang lain. Pemaknaan tersebut bertujuan untuk mengetahui maksud dari simbol-simbol yang didapatkan. Ketika masyarakat menerima konten informasi dari akun bertanda centang biru, mereka akan melakukan pemaknaan terlebih dahulu sebagai respon awal untuk mengetahui maksud dari konten informasi. Pemaknaan yang dilakukan masyarakat terhadap konten informasi tidak hanya melalui simbol saja, tetapi pemaknaan yang dilakukan juga melalui tulisan, gaya bahasa, gambar, maupun video. Hal ini sejalan dengan gagasan Herbert Blumer, bahwa masyarakat akan saling menerjemahkan dan mendefinisikan tindakannya. Seseorang ketika menanggapi sesuatu tidak dibuat secara langsung, tetapi tanggapan yang diberikan akan didasarkan atas makna yang telah didapatkan. Dalam perspektif Blumer, pemaknaan yang dilakukan oleh seseorang akan melewati proses *self-indication*. Perbuatan atau tindakan masyarakat yang dilakukan bukan hanya sebagai bentuk reaksi biologis saja, melainkan sebagai hasil dari konstruksinya.

Pembentukan informasi pada media sosial instagram berawal dari proses interaksi antara akun bertanda centang biru dengan masyarakat pengguna media sosial dan pemaknaan yang dilakukan masyarakat terhadap konten informasi yang didapatkan. Interaksi masyarakat dilakukan dengan berkomunikasi kepada orang lain atau dengan mengeluarkan bahasa-bahasa, kebiasaan, dan bahkan simbol- simbol. Dari proses interaksi, masyarakat akan memperoleh masukan salah satunya seperti informasi yang ada di media sosial. Masukan tersebut nantinya akan dilakukan pemaknaan baik pemaknaan simbol, bahasa, tulisan, gambar, video, dan lain-lain sesuai dengan perspektifnya sendiri. Kemudian, hasil dari pemaknaan tersebut tumbuh menjadi sebuah informasi baru yang akan diberikan kepada orang lain. Di sisi lain, seseorang sebagai penerima informasi tersebut juga akan melakukan pemaknaan sesuai dengan perspektifnya sendiri. Siklus tersebut akan terus berulang hingga akhirnya akan saling mempengaruhi sebuah tindakan sosial. Informasi pada awalnya akan terbentuk sesuai dengan perspektif masing- masing individu.

B. Penyebaran Informasi Pada Akun Instagram Bertanda Centang Biru di Era Post Truth

Penyebaran informasi yang terjadi pada media sosial merupakan bentuk dari adanya kekuatan informasi. Informasi yang berada di media sosial memiliki sebuah kekuatan potensial untuk memberikan pengaruh terhadap penerimanya. Kekuatan tersebut selain memberikan pengaruh kepada masyarakat sebagai penerima juga akan mempengaruhi penilaian masyarakat terhadap suatu informasi. Apalagi saat ini informasi yang terdapat pada media sosial sering diupload dan disebarakan secara berulang-ulang. Masyarakat menganggap bahwa informasi yang sama yang disebarakan secara berulang-ulang oleh akun bertanda centang biru merupakan sebuah informasi yang mengandung unsur kebenaran dan bahkan dapat mempengaruhi persepsi atau pandangan mereka. Selain itu, informasi baru dan informasi yang sedang trending atau populer justru memiliki kekuatan potensial yang sangat tinggi dalam mempengaruhi masyarakat, apalagi jika informasi yang diterima termasuk informasi yang menarik bagi mereka. Masyarakat akan lebih mudah terpengaruh terhadap informasi yang mereka terima jika informasi tersebut belum mereka ketahui sebelumnya. Hal ini sejalan dengan pandangan Martin Fishbein, bahwa informasi memiliki kekuatan potensial dan berpotensi untuk mempengaruhi sistem kepercayaan atau sikap individu. Pengaruh yang diberikan tersebut akan bergantung kepada tujuan (*valence*) dan bobot dari suatu informasi. Karena informasi yang diterima oleh masyarakat akan membawa tujuan dan bobot tersendiri sesuai dengan kapasitas informasi tersebut. Tujuan (*valence*) dan bobot dari informasi akan berhubungan dengan penilaian masyarakat terhadap suatu informasi. Masyarakat akan menilai informasi dengan melihat tujuan dan bobot informasi yang diperoleh. Tujuan (*valence*) akan menunjukkan bagaimana sebuah informasi dapat mempengaruhi sistem keyakinan seseorang, sedangkan bobot akan menunjukkan seberapa banyak pengaruh dari informasi tersebut. Ketika informasi yang diperoleh masyarakat dianggap sebagai informasi yang benar, maka mereka akan memberikan penilaian yang positif dan penilaian yang tinggi terhadap informasi tersebut. Sebaliknya, jika informasi yang diperoleh masyarakat dianggap sebagai informasi yang tidak benar, maka mereka juga akan memberikan penilaian yang negatif dan penilaian yang rendah terhadap informasi tersebut. Penilaian positif dan penilaian tinggi yang diberikan masyarakat akan berhubungan dengan kepercayaan mereka yang telah ada maupun belum ada terhadap suatu informasi, dan sebaliknya tujuan (*valence*) dan bobot merupakan dua variabel yang tidak dapat dipisahkan dalam sebuah informasi. Gabungan dari keduanya akan mempengaruhi keyakinan seseorang terhadap suatu informasi. Sesuai dengan gagasan Martin Fishbein, individu dalam menilai informasi akan bergantung kepada *valence* dan bobot dari suatu informasi. Tujuan (*valence*) akan berhubungan dengan kepercayaan seseorang, suatu informasi akan dikatakan positif apabila informasi mendukung kepercayaan seseorang yang telah ada maupun belum dan sebaliknya. Kemudian, bobot akan berhubungan dengan tingkat kredibilitas informasi. Masyarakat ketika mendapatkan informasi sebagai suatu kebenaran, maka mereka akan memberikan penilaian yang tinggi terhadap

informasi yang diperoleh, dan sebaliknya.

Selanjutnya, ketika masyarakat sudah melakukan penilaian terhadap suatu informasi yang didapatkan mereka menjadi merasa terpengaruh terhadap informasi tersebut, terutama terhadap informasi yang telah diberikan penilaian positif dan penilaian tinggi. Karena penilaian tersebut telah mendukung sistem

berfikir dan kepercayaan mereka terhadap suatu informasi. Sehingga penilaian terhadap informasi akan memberikan pengaruh terhadap seseorang. Sejalan dengan gagasan Martin Fishbein, bahwa apabila seseorang menilai positif informasi yang diterimanya maka ia akan mengubah sikapnya terhadap suatu objek sesuai dengan konsep baru yang diterimanya melalui informasi yang disampaikan. Dalam prespektif Fishbein, informasi merupakan sebuah rangsangan yang diberikan dan memiliki potensi untuk mempengaruhi individu. Informasi yang diberikan dan diterima oleh individu dapat merubah atau meneguhkan sikap atau persepsi mereka terhadap suatu informasi.

Di sisi lain, saat ini masyarakat pengguna media sosial masih mencampurkan perasaan dan sikap emosional mereka dalam melakukan penilaian terhadap suatu informasi. Masyarakat dalam menilai dengan menggunakan perasaan dan sikap emosional ketika mereka memperoleh informasi yang berkaitan dengan isu-isu sosial dan informasi yang menyangkut hal-hal kesukaan atau favorit mereka. Hal tersebut tentunya akan sangat mempengaruhi dalam proses penyebaran informasi, dimana mereka tidak dapat menilai informasi dengan rasional dan objektif karena perasaan dan sikap emosional telah mendominasi pikiran mereka.

Dalam melakukan penilaian terhadap informasi yang diperoleh, masyarakat juga akan melihat persepsi masyarakat lainnya. Konten informasi pada *platform* instagram terdapat beragam bentuk persepsi masyarakat atas permasalahan yang diangkat oleh akun bertanda centang biru. Banyaknya persepsi masyarakat tersebut dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan untuk merespon suatu informasi. Masyarakat akan melakukan perbandingan terlebih dahulu antara persepsi pribadi dengan persepsi masyarakat lainnya. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui dan mengecek seberapa cermat persepsi mereka tersebut. Hal ini sejalan dengan perspektif Noelle Neuman, bahwa masyarakat akan selalu menilai iklim opini publik. Dalam menerima informasi masyarakat akan melakukan observasi pribadi untuk mengetahui dan mendengarkan pendapat masyarakat lain yang nantinya digabungkan dengan pengetahuan ke dalam persepsi atau pandangan mereka pribadi. Selain itu, masyarakat juga bergantung kepada media dalam menentukan arah tindakan dan persepsi mereka terhadap suatu informasi.

Pada sebuah konten informasi sering kali persepsi masyarakat yang tergolong sebagai persepsi mayoritas akan selalu menonjol dan mendominasi. Sedangkan, persepsi yang tidak tergolong sebagai persepsi mayoritas atau persepsi minoritas keberadaannya tidak begitu diperhatikan oleh masyarakat. Keberadaan keduanya tidak dapat dipisahkan, karena persepsi mayoritas dan persepsi minoritas merupakan bagian dari sebuah konten informasi pada media sosial instagram. Ketika masyarakat memiliki persepsi dan pandangan terhadap suatu informasi yang jauh dari persepsi mayoritas masyarakat secara luas, mereka memiliki rasa takut untuk menyebarkan atau menyuarakan persepsi dan pendapat mereka pada media sosial instagram. Hal tersebut dikarenakan masyarakat memiliki kesadaran bahwa persepsi atau pandangannya tidak memiliki banyak dukungan dari masyarakat lain. Tetapi, ketika masyarakat memiliki persepsi dan pendapat sesuai dengan pendapat mayoritas masyarakat secara luas mereka akan berani untuk menyebarkan atau menyuarakan persepsi dan pendapat mereka. Bahkan mereka akan menjadi lebih yakin dan percaya diri terhadap persepsi dan pendapat mereka tersebut. Neolle Neuman menjabarkan tentang fenomena tersebut, bahwa masyarakat yang memiliki sudut pandang minoritas mengenai

isu-isu tertentu maka komunikasinya akan dibatasi. Sedangkan, masyarakat yang memiliki sudut pandang mayoritas cenderung akan terdorong untuk membuka suara. Masyarakat yang memiliki sudut pandang mayoritas akan memiliki kepercayaan yang lebih untuk menyuarakan persepsi dan pendapat mereka. Sedangkan, masyarakat yang memiliki sudut pandang minoritas akan cenderung lebih berhati-hati dan diam dimana mereka justru akan memperlemah mereka sendiri sebagai kelompok minoritas.

Kemudian, pada realitas yang terjadi masyarakat justru menganggap bahwa persepsi dan pendapat mayoritas dapat dijadikan sebagai patokan terhadap kebenaran atas sebuah informasi. Selain itu, bagi masyarakat terutama pengguna media sosial instagram persepsi dan pendapat mayoritas juga dapat dijadikan sebagai bahan rujukan atau acuan untuk menentukan tindakan dan pemikiran maupun pandangan terhadap suatu informasi. Hal ini sejalan dengan gagasan Noelle Neuman, menurut Neuman opini publik akan menentukan mengenai apakah nilai-nilai tertentu diyakini secara bersama pada seluruh populasi. Karena perilaku masyarakat juga dipengaruhi oleh evaluasi terhadap opini publik, sehingga menjadi hal yang wajar ketika masyarakat akan menyesuaikan perilakunya pada arahan media. Apalagi saat ini media merupakan sumber informasi yang berkuasa dan masyarakat banyak yang bergantung kepada media ketika mencari informasi. Selain itu, media juga lebih berfokus terhadap sudut pandang mayoritas dan cenderung meremehkan sudut pandang minoritas. Hal tersebut dibuktikan dengan algoritma media sosial yang lebih sering menyebarkan dan memunculkan konten informasi yang banyak direspon oleh masyarakat.

KESIMPULAN

Masyarakat sebagai penerima informasi diharapkan mampu untuk memilah dan menilai informasi yang didapatkan dengan cermat. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa para informan yang tergolong sebagai kaum intelektual mahasiswa/i sebesar 70% dalam menerima informasi mampu melihat secara detail informasi yang didapatkan, namun hanya kepada informasi yang menurut mereka sebagai informasi yang menarik. Kemudian mereka juga mudah terpengaruh terhadap suatu informasi yang sedang trending atau populer dan informasi yang disebarkan secara berulang-ulang karena dianggap sebagai suatu informasi yang mengandung unsur kebenaran. Meskipun mereka telah melakukan pencernaan dan penilaian terhadap informasi yang diperoleh tersebut.

Saat ini kondisi masyarakat dalam melakukan penilaian terhadap informasi juga masih melibatkan perasaan dan sikap emosional mereka. Para informan sebagai mahasiswa/i sebesar 80% dalam melakukan penilaian justru masih melibatkan perasaan dan sikap emosional mereka terutama terhadap informasi yang menyinggung mengenai aspek sosial masyarakat dan hal favorit atau kesukaan mereka. Selain itu, para informan sebesar 60% menjadikan pendapat mayoritas masyarakat pada suatu konten informasi sebagai ukuran akan kebenaran atas informasi yang didapatkan. Pendapat mayoritas masyarakat juga dijadikan sebagai acuan untuk menentukan tindakan atau persepsi mereka terhadap suatu informasi. Karena memang pendapat mayoritas masyarakat selalu mendominasi iklim opini pada suatu konten informasi. Pada kenyataannya ketika pendapat yang dimiliki masyarakat tergolong sebagai pendapat minoritas dan tidak memiliki dukungan mereka enggan dan takut untuk menyuarakannya. Seperti halnya para informan sebesar 60% mengaku enggan dan takut untuk menyuarakan pendapat mereka ketika pendapatnya tidak tergolong sebagai pendapat mayoritas masyarakat.

Dalam proses interaksi, masyarakat pengguna media sosial instagram juga melakukan tindakan pemaknaan terhadap simbol-simbol yang didapatkan. Hal tersebut merupakan reaksi atau respon awal ketika seseorang memperoleh sebuah informasi pada *platform* media sosial instagram. Masyarakat melakukan pemaknaan terhadap konten informasi yang diperoleh dari instagram, seperti pemaknaan terhadap simbol, bahasa, tulisan, gambar, video, dan lain-lain. Pemaknaan yang dilakukan tentunya akan menggunakan persepsi dan sudut pandang masing-masing individu. Karena pada dasarnya dalam proses interaksi masyarakat akan melakukan sebuah pengolahan dengan cara menilainya, memberikan makna, dan memutuskan untuk bertindak berdasarkan makna yang telah didapatkan tersebut. Sehingga pembentukan informasi dapat terbentuk pada setiap individu masyarakat sesuai dengan pemaknaan yang telah dilakukan.

Penyebaran informasi pada media sosial instagram dapat terjadi karena adanya kekuatan potensial dari informasi yang terdapat di media sosial. Kekuatan tersebut akan memberikan pengaruh terhadap sistem kepercayaan dan penilaian masyarakat terhadap informasi. Cepat lambatnya penyebaran informasi akan bergantung kepada kualitas dari informasi tersebut. Penilaian tersebut sangat berkontribusi terhadap penentuan sikap dan tindakan atas suatu informasi yang diperoleh dari media sosial instagram. Namun, meskipun masyarakat pengguna media sosial sudah melakukan penilaian terhadap suatu informasi, di sisi lain mereka juga akan bergantung kepada iklim opini publik. Masyarakat selalu melihat dan menilai iklim opini publik pada suatu informasi yang ada di media sosial instagram. Masyarakat menjadikan pendapat mayoritas masyarakat sebagai ukuran kebenaran suatu informasi. Bahkan masyarakat juga menjadikan pendapat mayoritas sebagai acuan dan rujukan untuk menentukan sikap dan tindakan terhadap informasi yang diperoleh. Padahal pendapat mayoritas tersebut belum tentu dapat dipastikan kebenaran dan keakuratannya. Apalagi saat ini kita sedang memasuki era *post truth* yang mana persebaran informasi terjadi sangat cepat dan ekstrim. Tindakan masyarakat tersebut tentunya dapat menjadi sumbangan terhadap persebaran informasi yang belum dapat dipastikan kebenaran dan keakuratannya.

SARAN

1. Kepada masyarakat pengguna media sosial diharapkan mampu bersikap mandiri terhadap persepsi dan sudut pandangnya agar tidak selalu bergantung terhadap opini-opini masyarakat.
2. Akun bertanda centang biru tidak selalu menyebarkan informasi yang betul- betul benar, sehingga diharapkan masyarakat juga lebih kritis dan cermat dalam menerima dan mengolah informasi yang didapatkan dari media sosial.
3. Untuk peneliti lainnya yang akan dan ingin melanjutkan penelitian ini, masih terdapat banyak hal yang bisa digali secara detail dan mendalam. Pada dasarnya penelitian ini berfokus pada proses pembentukan dan penyebaran informasi antara akun bertanda centang biru dengan masyarakat pengguna media sosial sebagai penerima informasi dan mampu digali kembali untuk kepembaharuan tulisan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adzfar, Z. Badrul, M, C. 2021. Kebenaran Di Era *Post-Truth* Dan Dampaknya Bagi Keilmuan Akidah. *Jurnal Ilmu Aqidah Dan Ilmu Keagamaan*. Vol. 9. No. 2
- Ahmadi, D. 2008. Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar. *Jurnal Mediator*. Vol. 9. No. 2
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita Firstmedia. 2022. Sejarah Awal Mula Peluncuran Instagram. Sudah Tahu. Firstmedia 13 April 2022
diakses dari <https://www.firstmedia.com/article/sejarah-awal-mula-peluncuran-instagram-sudah-tahu> tanggal 12 April 2022
- Hine, C. (2000) *Virtual Ethnography*. London: Sage Publications Ltd
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Sim, S. (2019). *Post-Truth, scepticism & power*. Springer.
- Unsulbar News. 2022. *(Opini) Fenomena Post-Truth di Era Keterbukaan Informasi*. Unsulbarnews
17 Oktober 2022 diakses dari <https://www.unsulbarnews.com/opini-fenomena-post-truth-di-era-keterbukaan-informasi> tanggal 19 Oktober 2022
- Wera. M. 2020. Meretas Makna Post-Truth: Analisis kontekstual Hoaks, Emosi Sosial, Dan Populisme Agama. *Jurnal Agama dan Masyarakat*. vol. 7. No. 1