

Echo Chamber pada Interaksi Komentar di Akun Instagram @turnbackhoaxid dalam Konteks Post - Truth

Enpin Gustin¹, Mas Agus Firmansyah², Dionni Ditya Perdana³

^{1,2,3} Universitas Bengkulu, Indonesia

enpingustin@gmail.com, m.agusfirmansyah@unib.ac.id, lecturer.perdana@gmail.com

ABSTRAK

Penyebaran informasi palsu atau hoaks di media sosial semakin menjadi masalah serius yang mengganggu kepercayaan publik dan menyebabkan kebingungan. Dalam era di mana informasi sering kali dipertanyakan dan diputarbalikkan, fenomena *post - truth* menjadi semakin menonjol. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis interaksi komentar di akun Instagram @turnbackhoaxid dalam konteks *post - truth*, dengan fokus pada emosi dan keyakinan pribadi terhadap respons netizen mengenai verifikasi informasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan netnografi dan metode deskriptif kualitatif, data dikumpulkan melalui komentar - komentar pada beberapa unggahan klarifikasi hoax yang telah diunggah oleh akun @turnbackhoaxid. Analisis menunjukkan bahwa interaksi komentar dipengaruhi secara signifikan oleh emosi dan keyakinan pribadi pengguna. Temuan mencakup berbagai pola seperti komentar dukungan, sarkasme, emosional, dan tuduhan terhadap akun @turnbackhoaxid. Interaksi ini sering kali mencerminkan fenomena *echo chamber* di mana individu lebih cenderung mencari informasi yang menguatkan keyakinan mereka sendiri. Penelitian ini menegaskan pentingnya literasi digital dalam memerangi hoaks dan misinformasi. Hasil studi menunjukkan bahwa meskipun interaksi didominasi oleh dukungan terhadap klarifikasi yang diberikan, skeptisme, ketidakpercayaan dan manipulasi informasi masih mewarnai interaksi komentar. Oleh karena itu, penelitian ini menyarankan perlunya strategi edukasi yang lebih efektif untuk meningkatkan kemampuan individu dalam menilai informasi secara kritis dalam menghadapi tantangan di era *post - truth*.

Kata Kunci: Echo Chamber, Interaksi, Media Sosial, Post - Truth, Netnografi

ABSTRACT

The spread of false information or hoaxes on social media has become a serious issue, disrupting public trust and causing confusion. In an era where information is often questioned and twisted, the post-truth phenomenon has become increasingly prominent. This study aims to analyze comment interactions on the Instagram account @turnbackhoaxid within the context of post-truth, focusing on emotions and personal beliefs regarding netizens' responses to information verification. The research employs a netnographic approach and qualitative descriptive methods, with data collected from comments on several hoax clarification posts uploaded by @turnbackhoaxid. The analysis reveals that comment interactions are significantly influenced by users' emotions and personal beliefs. Findings include various patterns such as supportive comments, sarcasm, emotional responses, and accusations against @turnbackhoaxid. These interactions often reflect the echo chamber phenomenon, where individuals are more likely to seek information that

reinforces their own beliefs. This study underscores the importance of digital literacy in combating hoaxes and misinformation. The results indicate that although interactions are predominantly supportive of the provided clarifications, skepticism, distrust, and information manipulation still color the comment interactions. Therefore, this research suggests the need for more effective educational strategies to enhance individuals' ability to critically assess information in the face of challenges in the post-truth era.

Keywords: Echo Chamber, Interaction, Social Media, Post-Truth, Netnography

A. PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, media sosial telah berkembang pesat sebagai platform utama untuk penyebaran informasi dan pembentukan opini publik. Fenomena ini didorong oleh penetrasi internet yang semakin meluas dan kemajuan teknologi yang memungkinkan akses informasi dalam hitungan detik.



Gambar 1. Data Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2023

Source : We Are Social

Menurut laporan *We Are Social Hootsuite* (2023), pada Januari 2023, pengguna internet aktif di Indonesia mencapai 212 juta, dengan 167 juta di antaranya adalah pengguna media sosial aktif. Platform - platform media

sosial seperti Instagram menjadi wadah utama di mana informasi, pandangan, dan opini dapat dengan cepat dipertukarkan dan menyebar, menciptakan dinamika baru dalam interaksi sosial dan komunikasi modern (Suharyanto, 2019a).

Di era teknologi informasi, media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram telah mengubah kehidupan sosial masyarakat majemuk di Indonesia. Ruang publik digital kini memungkinkan entitas, golongan, atau komunitas berkomunikasi bebas tanpa batas, membuka peluang untuk mencapai berbagai tujuan, seperti politik, ekonomi, budaya, dan kepercayaan (Amin et al., 2018). Oleh karena itu, manusia terus berinovasi untuk menemukan cara - cara baru yang lebih cepat, mudah, murah, dan terjangkau dalam berkomunikasi serta bertukar informasi. Inovasi - inovasi ini pada akhirnya mampu mengubah tatanan budaya dan kebiasaan hidup masyarakat, dari yang sebelumnya

bersifat tradisional menjadi lebih modern dan serba digital (Zuhri et al., 2022). Namun, kemajuan ini juga membawa tantangan baru terkait validitas informasi dan kontrol atas narasi.

Era *post-truth* muncul sebagai fenomena di mana fakta objektif sering kali kalah pengaruh dibandingkan dengan emosi dan keyakinan pribadi (Hartono, 2018a). Dalam konteks ini, penyebaran hoaks yang masif, mengaburkan batas antara kebenaran dan kebohongan (Rianto, 2019b). Informasi hoaks yang mencakup dalam berbagai bidang telah memicu perdebatan dan polarisasi di masyarakat Indonesia, yang menunjukkan betapa pentingnya verifikasi informasi di era digital ini. Pentingnya memerangi hoaks di era *post-truth* semakin mendesak, karena hoaks tidak hanya menyebabkan kebingungan dan kesalahpahaman, tetapi juga dapat memicu ketidakstabilan sosial dan konflik (Rianto, 2019a).



Gambar 2. Akun Instagram Turnbackhoaxid

Sumber:

www.instagram.com/turnbackhoaxid/

Akun Instagram @turnbackhoaxid muncul sebagai respons terhadap tantangan ini. Didirikan untuk memerangi hoaks, akun ini berfokus pada verifikasi informasi yang beredar di media sosial. Akun ini telah aktif sejak 2017 dan memiliki lebih dari 60,7 ribu pengikut hingga Mei 2024, yang menunjukkan kepercayaan dan kredibilitas di mata masyarakat. Selain itu, @turnbackhoaxid memiliki ciri khas dalam pengemasan konten berita yang disajikannya melalui Instagram, konten yang disajikan tidak hanya mencakup berita, tetapi juga berbagai fenomena *post-truth* yang tersebar di Internet. Hal ini menjadikannya

sebagai objek penelitian yang relevan untuk memahami bagaimana informasi yang telah diverifikasi diterima dan dipersepsi oleh masyarakat.

Namun, meskipun informasi telah diverifikasi, banyak pengguna yang tetap menolak atau meragukan kebenarannya, dipengaruhi oleh emosi dan keyakinan pribadi mereka (Cinelli et al., 2021). Ini mencerminkan fenomena *echo chamber* yang dikemukakan oleh Cass R. Sunstein di mana individu atau kelompok hanya terpapar informasi yang memperkuat keyakinan mereka sendiri, mengisolasi mereka dari perspektif berbeda, dan memperkuat polarisasi (Turner, 2023).

Echo chamber memperkuat polarisasi dengan menciptakan lingkungan di mana hoaks dan misinformasi berkembang tanpa tantangan. Pengguna yang berada dalam *echo chamber* mungkin lebih cenderung menolak verifikasi yang dilakukan oleh *@turnbackhoaxid* dan tetap berpegang pada keyakinan awal mereka. Memahami dinamika ini sangat penting untuk meningkatkan literasi digital dan kesadaran masyarakat tentang pentingnya verifikasi informasi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola interaksi komentar netizen di akun Instagram *@turnbackhoaxid* dalam konteks *post-truth* dan untuk memahami bagaimana fenomena *echo chamber* mempengaruhi penerimaan atau penolakan terhadap informasi yang telah diverifikasi.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. *Post Truth*

Pertumbuhan teknologi yang pesat dan perkembangan media sosial membawa kita masuk ke dalam era "*post-truth*" tanpa disadari. Istilah "*post*" dalam *post-truth* mengacu pada konsep yang dianggap berlebihan dan dapat diabaikan, terutama dalam konteks kebenaran (Farkas, J. & Schou, J. 2019).

Di era *post-truth*, terdapat karakteristik di mana jaringan sosial dalam teknologi digital menjadi semakin dominan, media cenderung tidak membedakan antara informasi dan pengetahuan, serta masyarakat bisa membuat dan menyebarkan informasi tanpa perlu memastikan kebenarannya (Bennett W. Lance & Livingston Steven, 2020).

Aspek emosional dan keyakinan pribadi saat ini menjadi kekuatan dominan dalam membentuk opini publik, mengatasi argumen berbasis fakta (Futuhul & Fuad, 2020). Karena pada dasarnya, istilah *post-truth* atau pasca kebenaran dapat memicu munculnya berbagai pertanyaan (Bandarsyah, 2019).

2. Echo Chamber

Echo chamber adalah fenomena di mana individu hanya terpapar pada informasi yang memperkuat keyakinan mereka sendiri dan menghindari atau menolak pandangan yang berbeda (Morini et al., 2021a). Ini sering terjadi di media sosial, di mana algoritma dan interaksi pengguna cenderung menyajikan konten yang sesuai dengan preferensi dan pandangan yang telah ada sebelumnya. Akibatnya, individu terisolasi dalam lingkungan informasi yang homogen, memperkuat pandangan yang sudah ada dan mengurangi kemungkinan terpaparnya pada sudut pandang alternatif (Del Vicario et al., 2016a). Fenomena ini dapat memperburuk polarisasi sosial dan menghambat kualitas diskusi publik dengan menghilangkan perspektif yang

beragam dan menantang (Sugiono, 2021).

Selain itu, *echo chamber* berkontribusi pada penyebaran misinformasi dan hoaks karena informasi yang salah atau bias dapat dengan mudah berkembang dalam ruang yang terisolasi tanpa adanya koreksi dari pandangan lain (Morini et al., 2021a). Pengguna yang terjebak dalam *echo chamber* cenderung mempercayai informasi yang mendukung keyakinan mereka dan meremehkan atau mengabaikan informasi yang tidak sejalan dengan pandangan mereka, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi cara mereka merespons dan berinteraksi dengan informasi di media sosial.

3. Teori Analisis Media Siber

Teori utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Media Siber (AMS), yang merupakan pendekatan untuk memahami dan menganalisis fenomena media dalam konteks digital. AMS fokus pada pengaruh media sosial dan perilaku pengguna di lingkungan digital (Buana, 2021). Teori ini menginvestigasi dampak media siber terhadap penyebaran informasi, perubahan perilaku, dan interaksi

sosial. Ada empat level yang diidentifikasi dalam riset AMS, yaitu ruang media, dokumen media, objek media, dan pengalaman, yang membantu dalam menganalisis komunitas virtual di internet (Nasrullah, 2018). Pada penelitian ini, peneliti fokus pada level objek media, yang mana level ini membahas langsung mengenai interaksi di media virtual

4. Netnografi

Metode netnografi, sebagaimana dikemukakan oleh Kozinets, adalah bentuk spesifik dari riset etnografi yang disesuaikan untuk mengungkap kebiasaan interaksi sosial di internet (Bo'do, 2020). Netnografi memungkinkan peneliti untuk memahami budaya dan interaksi dalam komunitas *online* melalui observasi dan analisis data yang tersedia publik. Metode ini tidak hanya menggali perilaku *online*, tetapi juga aspek sosial dan emosional yang terlibat dalam interaksi digital (Mardiyah & Faris, 2023).

Dengan memadukan AMS untuk menganalisis dampak media siber dan netnografi untuk memahami interaksi digital, penelitian ini akan menghasilkan wawasan yang

mendalam tentang bagaimana masyarakat merespons informasi yang diverifikasi di akun Instagram *@turnbackhoaxid* dalam konteks *post-truth*. Pendekatan ini penting untuk meningkatkan pemahaman tentang dinamika komunikasi digital dan literasi informasi di era digital saat ini.

C. METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan netnografi untuk memahami dan menjelaskan dinamika interaksi komentar di akun Instagram *@turnbackhoaxid* dalam konteks *post-truth*. Metode deskriptif kualitatif dipilih karena fokusnya pada pemahaman mendalam terhadap konteks, makna, dan kompleksitas fenomena yang diteliti, yang sesuai dengan tujuan untuk menggambarkan interaksi komunitas dalam merespons konten *post-truth* (Kaharuddin, 2021a).

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah netnografi, yang merupakan metode adaptasi dari riset etnografi untuk mengungkap kebiasaan dan interaksi sosial di ruang digital (Nasih et al., 2020). Metode ini melibatkan pengumpulan data melalui observasi, wawancara serta

analisis konten seperti komentar, tanggapan, dan interaksi pengguna terhadap konten yang disajikan oleh akun *@turnbackhoaxid*.

Informan penelitian terdiri dari dua jenis, yaitu:

- a. Informan Ahli: Meliputi admin Instagram *@turnbackhoaxid* dan tim pemeriksa fakta. Informan ini dipilih karena pengetahuan mendalam mereka tentang konten dan verifikasi informasi.
- b. Informan Kunci: Pengikut aktif akun yang berinteraksi dan memberikan respons terhadap konten *post - truth*. Kriteria pemilihan informan kunci melibatkan keterlibatan aktif dalam diskusi dan komentar.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara langsung pada kolom komentar unggahan *@turnbackhoaxid* yang relevan, dengan fokus pada interaksi *netizen* dalam merespons unggahan *@turnbackhoaxid*. Wawancara semi - terstruktur dilakukan dengan informan ahli dan informan kunci untuk

mendapatkan perspektif mendalam mengenai pengelolaan akun dan persepsi pengguna terhadap konten yang disajikan.

Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan konten - konten yang relevan dari akun tersebut serta memperkuat analisis terhadap interaksi publik.

Teknik analisis data dilakukan berdasarkan teori analisis media siber, dengan fokus pada level objek media untuk memahami pola interaksi komentar dan respons pengguna terhadap konten *post - truth*.

Dalam memvalidasi data, penelitian ini menggunakan Triangulasi metode, dengan membandingkan data dari observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memastikan keabsahan hasil penelitian. Langkah ini diterapkan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan valid dan mewakili fenomena yang sedang diteliti secara akurat (Kaharuddin, 2021b).

D. TEMUAN

Hasil penelitian diperoleh melalui tahapan observasi dan juga wawancara yang dilakukan secara

mendalam kepada informan. Informan pada penelitian ini terdiri dari Admin akun Instagram *@turnbackhoaxid*, Tim Pemeriksa Fakta Mafindo sebagai informan ahli dan *followers* Instagram *@turnbackhoaxid* sebagai informan kunci. Berikut ini peneliti sajikan tabel informan penelitian beserta informasi singkatnya:

Tabel 1 Informan Ahli

No	Nama	Pekerjaan
1.	Wienda Parwitasari	Admin Trunbackhoaxid
2.	Bentang Febrilyn	Tim Pemeriksa Fakta

Sumber : Penelitian 2024

Tabel 2 Informan Kunci

No	Nama	Pekerjaan
1.	Aldi Purwansyah	Mahasiswa
2.	Cahaya Putri Ningsi	Staf PNM Mekar

Sumber : Penelitian 2024

Akun *@turnbackhoaxid* muncul sebagai respon terhadap tantangan *post - truth* ini. Akun ini didirikan untuk memerangi hoaks dengan memverifikasi informasi yang beredar

di media sosial. Dalam usaha memerangi hoaks, akun ini menghadapi tantangan dari fenomena *post - truth*, di mana fakta yang telah diverifikasi sering kali tetap ditolak atau diragukan oleh sebagian pengguna yang lebih dipengaruhi oleh emosi dan keyakinan pribadi mereka (Liu & Gao, 2023). Contoh komentar yang sering muncul termasuk penolakan fakta meskipun bukti sudah diberikan, menunjukkan bagaimana era *post - truth* mempengaruhi interaksi di platform ini (Rianto, 2019b). Akun ini memainkan peran penting dalam memerangi hoaks dengan memverifikasi informasi yang beredar dan mengedukasi masyarakat tentang pentingnya verifikasi informasi. *@turnbackhoaxid* berupaya untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang akurat dan dapat dipercaya.

Selain itu, *@turnbackhoaxid* memiliki ciri khas dalam pengemasan konten berita yang disajikannya melalui Instagram, yaitu dengan menampilkan konten yang kreatif dan inovatif. Konten yang disajikan tidak hanya mencakup berita, tetapi juga berbagai fenomena *post - truth* yang

tersebar di Instagram. Hal ini menjadikannya sebagai objek penelitian yang relevan untuk memahami bagaimana informasi yang telah diverifikasi diterima dan dipersepsi oleh masyarakat. Analisis terhadap interaksi komentar di akun ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana fenomena *post - truth* mempengaruhi respon pengguna terhadap informasi yang telah diverifikasi.

Penelitian ini akan berfokus pada interaksi komentar di akun Instagram *@turnbackhoaxid*, tanpa terfokus pada konten *post - truth* tertentu. Hal ini penting karena interaksi komentar mencerminkan respons dan keterlibatan pengguna terhadap informasi yang disajikan. Meskipun unggahan di akun ini bervariasi dalam konteks *post - truth* yang diungkap, fokus pada interaksi komentar akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana pengguna berinteraksi dengan informasi yang telah diverifikasi.

Interaksi Komentar pada Unggahan Foto Kampanye 01 di Jakarta Internasional Stadium Hari ini 10 Februari 2024

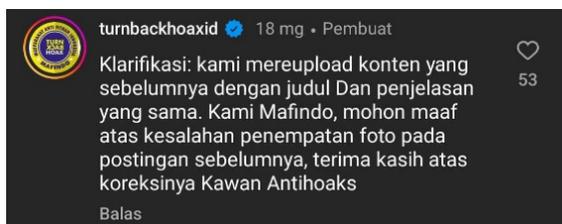


Gambar 3. Unggahan Foto Kampanye 01 di Jakarta Internasional Stadium Hari ini 10 Februari 2024

Sumber : Unggahan Turnbackhoaxid 2024

Sebuah akun twitter (X) bernama *@kafiradikalis* membagikan foto yang menampilkan kawasan Jakarta International Stadium (JIS) dipenuhi kerumunan warga dengan narasi yang menyatakan bahwa foto tersebut merupakan momen ketikan kampanye 01 di JIS pada hari ini 10 Februari 2024. Sedangkan Faktanya foto tersebut merupakan foto udara umat Islam melaksanakan Shalat Idul Fitri 1443H di kawasan Jakarta International Stadium (JIS), Jakarta, Senin 2 Mei 2022. Unggahan ini juga, merupakan reupload dari unggahan sebelumnya dengan judul dan narasi yang sama namun dengan foto yang berbeda, sebagaimana yang di

jelaskan oleh admin *@turnbackhoaxid* dalam komentarnya.



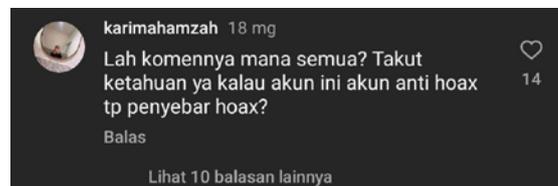
Gambar 4. Klarifikasi Admin Turnbackhoaxid

Sumber : Unggahan Turnbackhoaxid
2024

Gambar di atas merupakan klarifikasi langsung dari Admin Turnbackhoaxid terkait kesalahan penempatan foto pada unggahan sebelumnya, sehingga admin mengklarifikasi kembali dengan mengulang unggah dengan foto yang sesuai. Seperti yang diungkapkan admin dalam komentarnya "Klarifikasi: kami mengunggah kembali konten yang sebelumnya dengan judul dan penjelasan yang sama. Kami Mafindo, mohon maaf atas kesalahan penempatan foto pada unggahan sebelumnya, terima kasih atas koreksinya Kawan Antihoaks"

Unggahan ini memicu berbagai macam pendapat dan interaksi komentar. Beberapa komentar mencerminkan fenomena *post - truth*, di mana klaim kebenaran mudah

disangkal atau diputarbalikkan tanpa bukti yang jelas (Futuhul & Fuad, 2020).

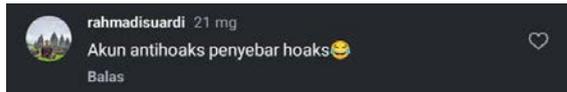


Gambar 5. Komentar netizen

Sumber : Unggahan Turnbackhoaxid
2024

Komentar yang diungkapkan oleh akun *@karimahamzah* mencerminkan ketidakpercayaan terhadap akun *@turnbackhoaxid* yang berusaha memerangi hoaks. Seperti yang diungkapkan pada komentarnya "Lah komennya mana semua? Takut ketahuan ya kalau akun ini akun anti hoax tp penyebar hoax?" Dalam konteks *post - truth*, di mana masyarakat sering kali meragukan otoritas atau kebenaran dari sumber informasi, komentar ini menggambarkan pandangan skeptis terhadap akun yang seharusnya dipercaya sebagai penyebar informasi yang valid (Pierre, 2020). Dengan komentar sinis, komentar dari akun *@karimahamzah* menuduh akun *@turnbackhoaxid* sebagai penyebar hoaks, padahal akun tersebut bertujuan untuk melawan hoaks. Ini

menunjukkan bagaimana, dalam era *post - truth* klaim kebenaran mudah disangkal atau diputarbalikkan hanya berdasarkan persepsi pribadi tanpa bukti yang jelas (Farkas, J. & Schou, J. 2019).

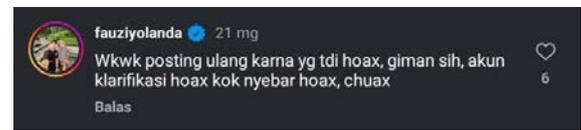


Gambar 6. Komentar Netizen

Sumber : Unggahan Turnbackhoaxid 2024

Komentar yang disampaikan oleh akun *@rahmadisuardi* secara langsung menuduh akun *@turnbackhoaxid* sebagai penyebar hoaks. Seperti yang diungkapkan pada komentarnya "Akun antihoaks penyebar hoaks 😂". Ini mencerminkan bagaimana informasi dapat dipertanyakan dan diperdebatkan dalam konteks *post - truth*, di mana kebenaran sering kali dipengaruhi oleh pandangan politik atau preferensi pribadi. Ketidakpercayaan ini sering kali timbul dari pengalaman individu atau pengaruh dari kelompok tertentu yang memiliki kepentingan tersendiri (Del Vicario et al., 2016b). Tuduhan semacam ini memperlihatkan bagaimana kepercayaan terhadap informasi menjadi sangat subjektif dan

rentan terhadap manipulasi (Hartono, 2018b).



Gambar 7. Komentar Netizen

Sumber : Unggahan Turnbackhoaxid 2024

Komentar dari akun *@fauziyolanda* ini mencerminkan kebingungan dan ketidakpercayaan terhadap akun yang seharusnya menyebarkan klarifikasi dan kebenaran. Seperti yang diungkapkan dalam komentarnya "Wkwk posting ulang karna yg tdi hoax, giman sih, akun klarifikasi hoax kok nyebar hoax, chuax". Komentar *@fauziyolanda* mengungkapkan ketidakpastian dan kebingungan yang terjadi ketika sebuah sumber yang dipercaya malah melakukan kesalahan. Dalam konteks *post - truth*, otoritas informasi sering kali dipertanyakan, dan kesalahan sekecil apa pun bisa digunakan untuk meragukan kredibilitas sumber tersebut (Pierre, 2020).

Jika kita cermati interaksi yang terjadi pada unggahan ini, terlihat jelas bahwa fenomena *post - truth* mewarnai berbagai komentar yang muncul. Dalam era di mana informasi

dapat dengan mudah dipertanyakan, disangkal, ataupun diputarbalikkan, kita melihat bahwa ketidakpercayaan dan skeptisisme menjadi ciri khas dari banyak respons yang muncul (Morini et al., 2021b). Secara keseluruhan, interaksi komentar dalam unggahan ini memperlihatkan dinamika *post-truth* yang kompleks. Ketidakpercayaan, manipulasi informasi, dan upaya untuk mendiskreditkan sumber informasi yang valid menjadi tantangan utama dalam era di mana kebenaran seringkali bersifat subjektif dan dipengaruhi oleh pandangan dan kepentingan pribadi (Arifin1 & Fuad2, 2020). Menanggapi hal ini, admin @turnbackhoaxid menjelaskan dalam wawancara bagaimana mereka menanggapi komentar-komentar negatif dan skeptis yang diterima. Seperti yang diungkapkan oleh Wienda Parwitasari:

“Oke, mereka itu kan punya hak untuk mengekspresikan, namanya juga netizen. Selagi itu berjalan pada koridornya sendiri, artinya tidak melewati batas, tidak memberikan ujaran kebencian, menghasut, memfitnah orang semacam itu, selagi masih dalam komentar yang wajar tidak menjadi persoalan. Kecuali kalo komentarnya melewati batas,

misalnya menjelekan orang, memfitnah orang, semacam sara kayak gitu, kita bakal memberi peringatan, namun jika mereka masih abai, kita bisa memakai undang-undang ITE, namun itu sangat jarang, karena memang biasanya komentar-komentar netizen itu cukup dalam koridor itu aja sih, hanya sebagai hatters aja. Kalo misalnya ada yang tidak sesuai kita bisa pake hak tanya, hak jawab sama seperti pers karena kita dilindungi oleh undang-undang ITE.” ungkap Wienda Parwitasari saat di wawancarai secara *online* melalui Google Meet pada Senin, 1 Juni 2024.

Dalam menanggapi respons negatif dari netizen Admin juga memberikan penjelasan bahwa Turnbackhoaxid akan tetap menjalankan tugas dan perannya dalam upaya memberikannya edukasi informasi dan kampanye anti hoax. Seperti yang diungkapkan oleh Wienda Parwitasari:

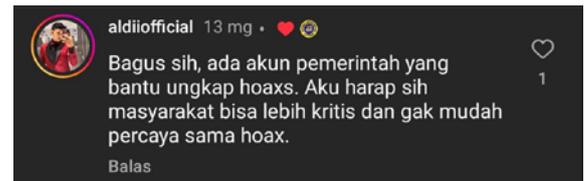
“Memang ini susah, intinya sekarang pada saat ini. Tugas serta peranan Turnbackhoaxid itu benar-benar untuk mengedukasi, mensosialisasi, mengkampanyekan tentang anti hoax. Bagaimana masyarakat menanggapi, ya memang sulit untuk mengharuskan orang yakin kalo ini salah loh, berikan saja edukasi edukasi berita yang menunjukkan bahwa yang mereka yakini itu salah, kita berikan saja faktanya”. ungkap

Wienda Parwitasari saat di wawancarai secara *online* melalui Google Meet pada Senin, 1 Juni 2024.

Fokus utama penelitian adalah pada komentar - komentar yang berada dalam konteks *echo chamber* yang berada dalam rana *post - truth*, di mana kebenaran sering kali disangkal atau diputarbalikkan berdasarkan persepsi pribadi atau pandangan politik (Suharyanto, 2019b). Komentar - komentar yang menunjukkan elemen - elemen manipulasi informasi, ketidakpercayaan, skeptis ataupun tuduhan yang tak berdasar.

Sebagian besar komentar lainnya menunjukkan apresiasi, dukungan, atau klarifikasi yang positif terhadap upaya akun *@turnbackhoaxid* dalam memerangi hoaks. Komentar - komentar tersebut, meskipun penting, namun tidak mencerminkan karakteristik utama dari fenomena *post - truth* dan oleh karena itu tidak dibahas lebih lanjut dalam penelitian ini. Misalnya, terdapat banyak komentar yang memberikan dukungan kepada akun *@turnbackhoaxid* dan mengapresiasi upaya mereka dalam memberikan literasi informasi kepada masyarakat. Komentar - komentar ini menunjukkan

ada kepercayaan dan dukungan terhadap sumber informasi yang berusaha menyajikan kebenaran, namun tidak relevan dalam konteks analisis *post - truth* yang menjadi fokus penelitian ini.



Gambar 8. Komentar Netizen

Sumber : Unggahan Turnbackhoaxid
2024

Komentar dari akun *@alldiofficial* merupakan salah satu komentar positif, yang memberikan dukungan kepada akun *@turnbackhoaxid* dalam upayanya melawan penyebaran hoax di media sosial. *@alldiofficial* juga menjadi salah satu akun yang aktif dalam berinteraksi dengan unggahan - unggahan *@turnbackhoaxid*. Seperti yang di ungkapkan oleh akun *@alldiofficial* dalam wawancara.

"Akun Turnbackhoaxid ini sangat mengedukasi dalam memberantas hoax yang tersebar pada saat ini. Contoh konkret yang bisa saya rasakan, kayak beberapa minggu kemarin ada postingan Turnbackhoaxid yang mengatakan Shahrukh Khan itu meninggal dunia, padahal

kenyataannya Shahrukh Khan masih hidup. Memang menurut sebagian orang tidak penting, tapi menurut pecintanya atau yang menyebarkan informasi dan lain sebagainya ini sangat penting karena menyangkut nama baik orang juga. Jadi menurut saya Turnbackhoax.id ini dalam mengedukasi bahaya hoax itu sangat - sangat mengedukasi sekali. Untuk contoh konkretnya itu yang dapat saya rasakan untuk menjadi manusia yang memang benar - benar berilmu bukan asal ngomong aja." ungkap Aldi Purwansya saat di wawancara pada Senin, 10 Juni 2024.

Dalam mendapatkan data yang valid, wawancara dengan Pemeriksa Fakta Mafindo sangat diperlukan untuk memberikan wawasan yang mendalam mengenai tantangan yang dihadapi dalam era *post - truth*. Narasumber menyoroti bahwa di era *post - truth*, individu sering kali mempercayai informasi tanpa mempertimbangkan data dan fakta, melainkan berdasarkan kedekatan emosional atau latar belakang penyampai informasi. Oleh karena itu, penting untuk menjadi pribadi yang kritis dan bijak dalam menerima serta menyebarkan informasi.

Narasumber juga menjelaskan prosedur internal yang dilakukan oleh Mafindo dalam memeriksa dan

mengarsipkan sumber hoaks. Mereka mengimplementasikan dua tahap arsip untuk memastikan keakuratan dan integritas data, serta untuk menghindari klaim palsu bahwa hoaks tersebut mungkin sengaja dibuat oleh pemeriksa fakta. Hal ini merupakan langkah penting dalam menjaga kredibilitas dan transparansi dalam pekerjaan mereka.

"Memang betul saat ini kita masuk di era post truth, atau pasca kebenaran yang memang di mana seseorang bisa mempercayai sebuah informasi meskipun tidak berdasar dari data dan fakta. Jadi bisa saja berdasar dari kedekatan emosional, atau bahkan hanya melihat dari latar belakang orang yang memberikan informasi. Pada beberapa acara webinar, saya selalu menyampaikan kepada peserta agar tidak menjadi bagian dari fenomena ini. Kenapa? Karena di era arus informasi yang luar biasa cepat ini, terlebih kita disuguhkan informasi dari berbagai lini, maka kita harus menjadi pribadi yang kritis. Serta bagi para pengguna media sosial, harapannya adalah menjadi BIJAK. Mungkin terdengar klasik, namun apabila seseorang telah menerapkan "BIJAK BERMEDIA SOSIAL" tersebut, maka secara otomatis ia akan menjadi lebih kritis dan tidak gegabah dalam menerima dan menyebarkan sebuah informasi.

Sedikit cerita bahwa terdapat tahapan yang mana setiap pemeriksa fakta di Mafindo harus melakukan double arsip pada setiap sumber hoaks yang kami temukan, hal ini dilakukan untuk menghindari apabila si penyebar hoaks menghapus postingannya. Dengan mengarsip sumber hoaks, kami juga memiliki bukti kepada pembaca bahwa memang benar kami menemukan hoaks tersebut. Karena pernah pada suatu waktu, terdapat tuduhan dari salah satu netizen yang menyebut jika hoaks tersebut dibuat sendiri oleh pemeriksa faktanya. Itulah mengapa saat ini kami membuat arsip sebanyak dua kali, pertama dengan melakukan tangkapan layar, kedua dengan mengarsip link sumber dengan tools." ungkap Bentang Febrilyn saat di wawancarai secara *online* melalui Whatsapp pada Senin, 1 Juli 2024

E. BAHASAN

Dinamika *Post - Truth* dalam Interaksi Komentar

Komentar yang muncul pada unggahan ini menunjukkan bagaimana *post - truth* memengaruhi persepsi dan respons terhadap klarifikasi. Netizen yang menunjukkan ketidakpercayaan atau skeptisisme terhadap klarifikasi, seperti dalam komentar *@fauziyolanda* yang mengungkapkan kebingungan terhadap klaim hoaks yang disebarkan

oleh akun yang seharusnya mengklarifikasi hoaks, menggambarkan ketidakpastian dan keraguan yang sering kali timbul dalam konteks *post - truth*. Dalam era di mana informasi mudah dipertanyakan dan diputarbalikkan, ketidakpercayaan terhadap otoritas informasi menjadi fenomena umum (Pierre, 2020).

Komentar yang menunjukkan apresiasi atau dukungan terhadap klarifikasi, meskipun positif, tidak mencerminkan karakteristik utama dari fenomena *post - truth* yang menjadi fokus penelitian ini. Sebagian besar komentar yang mendukung menunjukkan kepercayaan terhadap sumber informasi dan menunjukkan tingkat literasi digital yang lebih tinggi. Namun, komentar semacam ini tidak relevan untuk analisis *post - truth* yang lebih mendalam, sehingga tidak dibahas lebih lanjut.

Emosi dan Keyakinan Pribadi dalam Interaksi

Dalam interaksi komentar di akun Instagram *@turnbackhoaxid*, emosi dan keyakinan pribadi memainkan peran yang sangat penting, terutama pada satu konten yang menjadi fokus penelitian ini.

Temuan menunjukkan bahwa meskipun klarifikasi telah disediakan oleh akun *@turnbackhoaxid*, interaksi komentar menunjukkan beragam reaksi yang didorong oleh emosi dan keyakinan individu.

Emosi dalam Respon Netizen

Komentar pada unggahan ini memperlihatkan spektrum emosi yang memengaruhi cara netizen merespons informasi. Sebagian komentar mencerminkan kemarahan dan frustrasi, terutama dari netizen yang merasa bahwa klarifikasi yang disediakan tidak memadai atau cenderung memihak. Misalnya, komentar dari akun *@karimahamzah*, yang menunjukkan kemarahan terhadap klarifikasi dan menuduh akun *@turnbackhoaxid* sebagai penyebar hoaks, meskipun bukti yang diberikan mendukung klaim klarifikasi tersebut.

Dalam konteks *post - truth*, emosi sering kali mengalahkan fakta objektif, seperti dijelaskan oleh (Hartono, 2018a) yang menyoroti bagaimana emosi yang kuat dapat mendistorsi persepsi fakta dan mempengaruhi opini publik. Contohnya, netizen yang merasa emosional sering kali tidak terbuka

terhadap informasi yang dapat menggoyahkan keyakinan mereka, sehingga mempengaruhi proses penerimaan dan penilaian terhadap klarifikasi yang diberikan (Morini et al., 2021b).

Keyakinan Pribadi dan Polarisasi

Selain emosi, keyakinan pribadi juga berperan signifikan dalam interaksi komentar. Beberapa netizen tetap pada pandangan mereka meskipun telah ada klarifikasi yang menunjukkan bahwa informasi tersebut adalah hoaks. Hal ini mencerminkan konsep "*belief perseverance*," di mana keyakinan individu tetap kokoh bahkan di hadapan bukti yang bertentangan (Siebert & Siebert, 2023).

Komentar yang disampaikan oleh akun *@rahmadisuardi*, secara langsung menuduh akun *@turnbackhoaxid* sebagai penyebar hoaks, memperlihatkan bagaimana keyakinan yang sudah ada bisa memperkuat ketidakpercayaan terhadap sumber informasi. Polarisasi dalam komentar ini juga mencerminkan fenomena "*echo chamber*" yang dijelaskan oleh (Del Vicario et al., 2016a), di mana individu cenderung mencari dan menyebarkan

informasi yang memperkuat keyakinan mereka yang sudah ada. Ini menyebabkan perpecahan dalam diskusi, dengan pihak yang setuju berusaha mengedukasi dan berbagi sumber tambahan, sementara pihak yang tidak setuju menggunakan argumen emosional (Mustofa, 2019).

Emosi dan keyakinan pribadi pada interaksi komentar menunjukkan tantangan dalam meningkatkan literasi digital di kalangan netizen. Beberapa netizen yang menunjukkan dukungan terhadap klarifikasi dan berusaha mengedukasi orang lain menunjukkan tingkat literasi digital yang lebih tinggi. Mereka menggunakan sumber informasi tambahan dan penjelasan yang mendetail untuk mendukung argumen mereka, yang sejalan dengan pentingnya literasi digital dalam memerangi hoaks dan misinformasi (Rianto, 2019b).

Namun, ketidakmampuan sebagian netizen untuk menerima klarifikasi dan tetap berpegang pada keyakinan mereka yang telah ada menggarisbawahi perlunya pendekatan yang lebih efektif dalam edukasi dan verifikasi informasi (Naufal, 2021). Menanggapi hal ini,

penting untuk melibatkan strategi pendidikan yang lebih baik dalam meningkatkan kemampuan individu untuk mengevaluasi informasi dengan kritis dan menanggapi hoaks secara lebih rasional (Basuki, 2022).

Berdasarkan analisis dari unggahan di akun Instagram *@turnbackhoaxid*, interaksi komentar dapat dikategorikan ke dalam tiga sentimen utama yaitu: positif, netral, dan negatif. Kategori ini membantu memahami bagaimana pengguna merespons informasi yang telah diverifikasi. Komentar positif merupakan bentuk dukungan informasi yang disampaikan oleh publik ataupun *followers* untuk mengapresiasi klarifikasi, ataupun sebagai ucapan terima kasih atas verifikasi yang telah dilakukan. Komentar positif ini sering kali menunjukkan kepercayaan terhadap informasi yang disajikan oleh *@turnbackhoaxid* dan mengakui pentingnya peran akun dalam memerangi hoaks. Temuan menunjukkan bahwa pengguna yang memberikan komentar positif cenderung memiliki tingkat literasi media yang baik dan menghargai usaha akun dalam memverifikasi

informasi.. Komentar netral sering kali berisi pertanyaan atau permintaan untuk klarifikasi lebih lanjut, mencerminkan sikap berhati-hati dan keinginan untuk memahami informasi secara lebih mendalam. Sementara itu, komentar negatif berada dalam ruang lingkup *echo chamber* yang mana menunjukkan adanya ketidakpercayaan, kecurigaan, ataupun menyebarkan informasi yang salah meskipun sudah diklarifikasi (Del Vicario et al., 2016a). Bisa juga mengandung tuduhan, sarkasme, atau kritik yang tidak konstruktif. Komentar negatif ini sering kali dipengaruhi oleh emosi kuat, prasangka, atau kepercayaan pada terhadap konspirasi. Temuan menunjukkan bahwa komentar negatif cenderung berasal dari pengguna yang memiliki bias tertentu atau sudah memiliki pandangan yang kuat sebelum melihat klarifikasi yang diberikan.

F. KESIMPULAN

Berdasarkan perumusan masalah dan hasil penelitian ini. Peneliti dapat mengeksplorasi fenomena *echo chamber* pada interaksi komentar di akun Instagram @turnbackhoaxid, khususnya dalam

konteks *post - truth*. Temuan ini menunjukkan bahwa fenomena *echo chamber* sangat memengaruhi bagaimana netizen berinteraksi dengan informasi, terutama ketika menghadapi klarifikasi mengenai hoaks.

Fenomena *echo chamber* terlihat jelas dalam interaksi komentar pada unggahan "Foto Kampanye 01 di Jakarta Internasional Stadium Hari ini 10 Februari 2024." Hal ini juga menunjukkan bahwa banyak komentar netizen yang memperkuat keyakinan yang sudah ada, netizen cenderung berinteraksi dalam kelompok yang memiliki pandangan serupa dan memperkuat keyakinan tersebut. Hal ini menyebabkan polarisasi yang signifikan, di mana informasi yang tidak sejalan dengan keyakinan pribadi sering kali ditolak atau disangkal tanpa mempertimbangkan bukti yang ada.

Banyak komentar mencerminkan emosi seperti kemarahan, frustrasi, dan ketidakpercayaan terhadap klarifikasi yang diberikan oleh akun @turnbackhoaxid. Emosi yang kuat sering kali mengalahkan fakta objektif, membuat netizen sulit menerima

klarifikasi meskipun informasi yang disajikan sudah terverifikasi.

Selain itu, keyakinan pribadi yang kuat, atau *belief perseverance*, turut berperan dalam dinamika interaksi komentar. Peneliti mengamati bahwa meskipun telah diberikan klarifikasi yang jelas, beberapa netizen tetap mempertahankan pandangan mereka yang sudah ada. Hal ini mencerminkan bagaimana keyakinan individu dapat menghalangi penerimaan informasi baru dan memperparah polarisasi dalam diskusi.

Berdasarkan analisis pada unggahan Instagram @turnbackhoaxid, interaksi komentar dapat dikategorikan ke dalam tiga sentimen utama: positif, netral, dan negatif. Kategori ini membantu memahami bagaimana pengguna merespons informasi yang telah diverifikasi. Komentar positif biasanya mendukung dan mengapresiasi klarifikasi yang diberikan, menunjukkan kepercayaan dan penghargaan terhadap upaya memerangi hoaks. Komentar netral sering kali berisi pertanyaan atau permintaan untuk klarifikasi lebih lanjut, mencerminkan sikap berhati -

hati dan keinginan untuk memahami informasi secara lebih mendalam. Sementara itu, komentar negatif menunjukkan adanya ketidakpercayaan, kecurigaan, ataupun penyebaran informasi yang salah meskipun telah ada klarifikasi, yang sering kali dipengaruhi oleh emosi kuat atau prasangka yang sudah ada sebelumnya.

Dinamika *post - truth* yang peneliti temukan dalam interaksi komentar ini menyoroti tantangan besar dalam meningkatkan literasi digital dan kemampuan individu untuk mengevaluasi informasi secara kritis. Untuk menghadapi tantangan ini, diperlukan pendekatan yang lebih efektif dalam edukasi dan verifikasi informasi. Strategi pendidikan yang lebih baik, bersama dengan komunikasi yang transparan, dapat membantu mengurangi dampak negatif dari *post - truth* dan meningkatkan kualitas interaksi di media sosial. Upaya untuk memperbaiki literasi digital dan mengatasi efek dari *echo chamber* akan sangat penting dalam memerangi hoaks dan misinformasi di era informasi saat ini.

REFERENSI

- Amin, K., Alfarauqi, M. D. A., & Khatimah, K. (2018). Social Media, Cyber Hate, and Racism. *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 10(1), 3-10. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v10i1.5613>
- Arifin¹, N. F., & Fuad², A. J. (2020). Dampak Post-Truth di Media Sosial. *Jurnal Intelektual: Jurnal Pendidikan Dan Studi Keislaman*, 10, 376-388. <https://doi.org/https://doi.org/10.33367/ji.v10i3.1430>
- Bandarsyah, D. (2019). Fondasi Filosofis Pendidikan Sejarah di Era Post Truth. *Historia: Jurnal Pendidik dan Peneliti Sejarah*, 3(1), 65-74. <https://doi.org/10.17509/historia.v3i1.21042>
- Basuki, U. (2022). LANGKAH STRATEGIS MENANGKAL HOAX: SUATU PENDEKATAN KEBIJAKAN DAN HUKUM. *Jurnal Hukum Caraka Justitia*, 2(1), 1-22. <https://doi.org/https://doi.org/10.30588/jhcj.v2i1.1033>
- Bennett W. Lance, & Livingston Steven. (2020). The Disinformation Age. In *The Disinformation Age*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108914628>
- Bo'do, S. (2020). MEMPERKENALKAN METODE PENELITIAN NETNOGRAFI UNTUK DOSEN DAN MAHASISWA KOMUNIKASI. 8, 17-23.
- Buana, B. S. S. (2021). KEKERASAN TERHADAP PERS MELALUI SERANGAN SIBER: STUDI KASUS PADA MEDIA ONLINE TEMPO.CO. *Jurnal Studi Jurnalistik*, 3(2). <https://www.balairungpress.com/2020/07/menjaga->
- Cinelli, M., De, G., Morales, F., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). *The echo chamber effect on social media*. 118, 1-8. <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118/-/DCSupplemental.y>
- Del Vicario, M., Vivaldo, G., Bessi, A., Zollo, F., Scala, A., Caldarelli, G., & Quattrociocchi, W. (2016a). Echo Chambers: Emotional Contagion and Group Polarization on Facebook. *Scientific Reports*, 6, 1-12. <https://doi.org/10.1038/srep37825>
- Del Vicario, M., Vivaldo, G., Bessi, A., Zollo, F., Scala, A., Caldarelli, G., & Quattrociocchi, W. (2016b). Echo Chambers: Emotional Contagion and Group Polarization on Facebook. *Scientific Reports*, 6, 1-12. <https://doi.org/10.1038/srep37825>
- Futuhah, N., & Fuad, A. J. (2020). Dampak Post-Truth di Media Sosial Nuhdi Futuhah Arifin¹, A. Jauhar Fuad² 1. 10.
- Farkas, J., & Schou, J. (2019). Post-Truth, Fake News and Democracy: Mapping the Politics of Falsehood (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429317347>
- Hartono, D. (2018a). Era post-truth: melawan hoax dengan fact checking. *Prosiding Seminar Nasional Prodi Ilmu Pemerintahan 2018*, 70-82.
- Hartono, D. (2018b). Era post-truth: melawan hoax dengan fact checking. *Prosiding Seminar Nasional Prodi Ilmu Pemerintahan 2018*, 70-82. <http://repository.fisip-untirta.ac.id/952/>

- Kaharuddin. (2021a). Equilibrium : Jurnal Pendidikan Kualitatif : Ciri dan Karakter Sebagai Metodologi. *Jurnal Pendidikan*, IX(1), 1-8.
- Kaharuddin. (2021b). Kualitatif : Ciri dan Karakter Sebagai Metodologi. *Equilibrium : Jurnal Pendidikan*, 9, 1-8.
<http://journal.unismuh.ac.id/index.php/equilibrium>
- Liu, F., & Gao, L. (2023). Echo chamber effects on short video platforms. *Scientific Reports*, 13. <https://doi.org/10.1038/s41598-023-33370-1>
- Mardiyah, Z., & Faris. (2023). ANALISIS ETNOGRAFI VIRTUAL FENOMENA CANCEL CULTURE TOKOH PUBLIK MEDIA SOSIAL INDONESIA (STUDI ETNOGRAFI PADA MEDIA YOUTUBE dan INSTAGRAM SELAMA PERIODE MARET 2022 - APRIL 2023). *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 2, 2023-2054. <https://doi.org/https://doi.org/10.6578/triwikrama.v2i11.1934>
- Morini, V., Pollacci, L., & Rossetti, G. (2021a). Toward a standard approach for echo chamber detection: Reddit case study. *Applied Sciences (Switzerland)*, 11(12). <https://doi.org/10.3390/app11125390>
- Morini, V., Pollacci, L., & Rossetti, G. (2021b). Toward a standard approach for echo chamber detection: Reddit case study. *Applied Sciences (Switzerland)*, 11(12). <https://doi.org/10.3390/app11125390>
- Mustofa, S. (2019). Berebut Wacana: Hilangnya Etika Komunikasi di Ruang Publik Dunia Maya. *Jurnal Studi Agama Dan Masyarakat*, 15(1), 58-74.
<https://doi.org/10.23971/jsam.v15i1.1139>
- Nasih, M., Susanto, O. M., Fanshury, A. R., & Hermawan, S. (2020). INFLUENCER DAN STRATEGI PENJUALAN: STUDI NETNOGRAFI PADA PENGGUNA JASA SELEBGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *BENEFIT Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5, 135-144.
<https://doi.org/https://doi.org/10.23917/benefit.v5i2.11305>
- Nasrullah, R. (2018). Riset Khalayak Digital: Perspektif Khalayak Media Dan Realitas Virtual Di Media Sosial Public Digital Research: Media Perspective and Virtual Reality in Social Media. *Jurnal Sosioteknologi*, 17(2), 1-17.
- Naufal, H. A. (2021). LITERASI DIGITAL. *Perspektif*, 1(2), 195-202.
<https://doi.org/10.53947/perspekt.v1i2.32>
- Pierre, J. M. (2020). Mistrust and misinformation: A two-component, socio-epistemic model of belief in conspiracy theories. *Journal of Social and Political Psychology*, 8(2), 617-641. <https://doi.org/10.5964/jspp.v8i2.1362>
- Rianto, P. (2019a). LITERASI DIGITAL DAN ETIKA MEDIA SOSIAL DI ERA POST-TRUTH. 8(2), 24-35.
- Rianto, P. (2019b). LITERASI DIGITAL DAN ETIKA MEDIA SOSIAL DI ERA POST-TRUTH. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 24-35.
- Siebert, J., & Siebert, J. U. (2023). Effective mitigation of the belief perseverance bias after the retraction of misinformation: Awareness training and counter-speech. *PLoS ONE*, 18, 1-22. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0282202>
- Sugiono, S. (2021). Polarisasi Sebagai Dampak Menguatnya Kelompok Anti-vaksin Covid-19 (perspektif Echo Chamber). *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 25(2), 166-182.

- Suharyanto, C. E. (2019a). *Analisis berita hoaks di era post-truth: sebuah review*. 37-49.
- Suharyanto, C. E. (2019b). *Analisis berita hoaks di era post-truth: sebuah review*. 37-49.
- Turner, C. (2023). Online Echo Chambers, Online Epistemic Bubbles, and Open-Mindedness. *Episteme*, 1-26. <https://doi.org/10.1017/epi.2023.52>
- Zuhri, A., Rahmatsyah, P., Fazri, A., & Miftahurrahmah. (2022). APLIKASI PESAN INSTAN ACCESSIBLE DI ERA KOMUNIKASI KONTEMPORER TAHUN 2022 BAGI DIGITAL NATIVES INDONESIA. *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 14, 165-189.
<https://doi.org/https://doi.org/10.23917/komuniti.v14i2.17729>