



---

## **Disinformasi Digital dalam Penyebaran Paham Bumi Datar di Era Post-Truth**

**Ristu Margani<sup>1</sup>; Andi Mirza Ronda<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Sahid, Sahid Sudirman Residence, Lantai 5  
Office, Jalan Jendral Sudirman No. 86, Tanah Abang, Jakarta, Indonesia  
Email: [mristu@gmail.com](mailto:mristu@gmail.com)

---

### **Article Info**

Submitted:  
5 Mei 2026

Accepted:  
8 Juli 2026

Published:  
10 Juli 2026

---

### **DOI:**



---

**Vol 14 (No.1), 2026**

**Hal 131 - 144**

by

---

### **ABSTRACT**

*The Flat Earth movement represents a form of the post-truth phenomenon in which emotions, beliefs, and ideological narratives often outweigh scientific evidence in shaping public opinion. This study aims to analyze how Flat Earth proponents utilize YouTube and Facebook to disseminate misinformation and disinformation by incorporating religious and conspiracy-based narratives. A qualitative descriptive approach was employed through digital observation and in-depth interviews with communication scholars, media literacy practitioners, and members of online communities familiar with the phenomenon. The data were analyzed using thematic analysis and source triangulation to ensure credibility. The findings reveal that Flat Earth proponents strategically combine emotional appeals, religious narratives, and conspiracy theories to strengthen audience persuasion, while digital platform algorithms further amplify these narratives through repeated exposure and echo chambers. The study concludes that the persistence of Flat Earth discourse is driven more by persuasive communication strategies than scientific evidence, highlighting the importance of strengthening digital literacy and critical thinking to counter misinformation.*

**Keywords:** *Post-Truth; Flat Earth; Disinformation*

### **ABSTRAK**

Paham bumi datar merupakan salah satu bentuk fenomena post-truth yang berkembang melalui pemanfaatan media digital, meskipun telah tersedia bukti ilmiah yang kuat bahwa bumi berbentuk bulat. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi penyebaran narasi bumi datar di media sosial serta mengidentifikasi bentuk misinformasi, disinformasi, dan penggunaan narasi keagamaan dalam memengaruhi khalayak. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus melalui observasi terhadap konten YouTube dan Facebook, wawancara mendalam dengan pengamat media digital dan akademisi komunikasi, serta analisis dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyebar paham bumi datar memanfaatkan narasi emosional, interpretasi agama, dan klaim pseudoilmiah untuk membangun kepercayaan audiens, sehingga karakteristik post-truth lebih dominan dibandingkan penyampaian fakta ilmiah. Temuan ini

*Disinformasi Digital dalam Penyebaran Paham Bumi Datar di Era Post-Truth*  
(Ristu Margani; Andi Mirza Ronda)

menegaskan pentingnya penguatan literasi digital dan kemampuan berpikir kritis masyarakat dalam menghadapi penyebaran misinformasi di ruang digital.

**Kata Kunci:** Post-truth; Bumi Datar; Disinformasi

---

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan media digital telah mengubah secara fundamental cara masyarakat memperoleh, mengonsumsi, dan menyebarkan informasi. Platform media sosial seperti YouTube, Facebook, TikTok, dan X tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang produksi dan distribusi informasi yang memungkinkan setiap individu menjadi produsen sekaligus penyebar pesan. Kondisi tersebut menghadirkan peluang bagi penyebaran informasi secara cepat, namun di sisi lain juga meningkatkan risiko penyebaran misinformasi, disinformasi, dan teori konspirasi yang sulit dikendalikan (Vraga & Bode, 2021; Guess et al., 2023).

Fenomena tersebut berkaitan erat dengan berkembangnya era post-truth, yaitu kondisi ketika opini publik lebih dipengaruhi oleh emosi, identitas kelompok, dan keyakinan pribadi dibandingkan bukti empiris atau fakta ilmiah. Dalam konteks post-truth, individu cenderung menerima informasi yang sesuai dengan pandangan yang telah dimiliki (*confirmation bias*) dan mengabaikan informasi yang bertentangan, sehingga narasi yang tidak didukung bukti ilmiah tetap dapat memperoleh legitimasi sosial melalui pengulangan di media digital (Lewandowsky et al., 2022; van der Linden, 2022).

Salah satu bentuk nyata dari fenomena post-truth adalah berkembangnya gerakan Flat Earth atau paham bumi datar. Meskipun komunitas ilmiah telah memberikan bukti yang sangat kuat mengenai bentuk bumi melalui berbagai disiplin ilmu, mulai dari astronomi, geodesi, hingga teknologi satelit, kelompok Flat Earth tetap menyebarkan narasi bahwa bumi berbentuk datar. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa keberlangsungan gerakan ini bukan disebabkan oleh lemahnya bukti ilmiah, melainkan oleh kuatnya narasi konspirasi yang dibangun melalui media digital dan komunitas daring (Douglas et al., 2023; Enders et al., 2022).

Media sosial memiliki peran penting dalam memperkuat penyebaran narasi tersebut. Algoritma platform digital cenderung merekomendasikan konten yang sejalan dengan preferensi pengguna sehingga menciptakan *echo chamber* yang memperkuat keyakinan sebelumnya. Video-video YouTube, diskusi Facebook, hingga forum daring memungkinkan penyebaran narasi Flat Earth secara masif melalui kombinasi visual, testimoni pribadi, interpretasi agama, serta klaim pseudoilmiah yang dikemas secara

persuasif sehingga tampak meyakinkan bagi sebagian audiens (Cinelli et al., 2021; Bode & Vraga, 2021).

Penyebaran paham bumi datar juga menunjukkan karakteristik disinformasi yang kompleks. Informasi yang disampaikan tidak hanya berisi klaim ilmiah yang keliru, tetapi juga memanfaatkan simbol-simbol keagamaan, ketidakpercayaan terhadap pemerintah, serta narasi anti-sains untuk membangun kepercayaan audiens. Strategi tersebut memperlihatkan bahwa keberhasilan penyebaran informasi tidak lagi ditentukan oleh validitas fakta, melainkan oleh kemampuan membangun resonansi emosional dan identitas kelompok (Walter et al., 2021; Roozenbeek et al., 2022).

Dalam perspektif komunikasi, fenomena ini dapat dijelaskan melalui konsep post-truth yang menempatkan emosi sebagai dasar utama pembentukan opini publik. Narasi yang dibangun penyebar Flat Earth lebih mengedepankan pengalaman personal, keyakinan religius, dan teori konspirasi dibandingkan argumentasi ilmiah yang dapat diverifikasi. Pola tersebut menyebabkan sebagian masyarakat lebih mudah menerima narasi alternatif meskipun bertentangan dengan konsensus ilmiah yang telah mapan (van der Linden, 2022).

Meskipun berbagai penelitian telah membahas misinformasi dan teori konspirasi di media sosial, kajian yang secara khusus menganalisis strategi komunikasi penyebar Flat Earth melalui perspektif post-truth di Indonesia masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih berfokus pada aspek literasi digital atau perilaku penyebaran hoaks secara umum, sehingga belum menjelaskan bagaimana narasi bumi datar dikonstruksi, diproduksi, dan didistribusikan melalui platform digital untuk memengaruhi persepsi masyarakat.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana penyebar paham bumi datar memanfaatkan YouTube dan Facebook dalam membangun narasi post-truth melalui praktik misinformasi dan disinformasi. Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi strategi komunikasi yang digunakan dalam membangun kepercayaan audiens, khususnya melalui pemanfaatan narasi emosional, agama, dan teori konspirasi. Hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya kajian komunikasi digital, post-truth, serta menjadi dasar penguatan literasi digital dalam menghadapi penyebaran informasi yang menyesatkan di ruang digital.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme yang memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi makna yang dibangun melalui interaksi sosial dan komunikasi. Dalam paradigma ini, kebenaran tidak dipahami sebagai sesuatu yang bersifat tunggal dan absolut, melainkan sebagai hasil interpretasi yang dipengaruhi oleh pengalaman, keyakinan, serta konteks sosial individu (Creswell & Poth, 2023). Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan memahami bagaimana narasi bumi datar dibangun, disebarluaskan, dan dimaknai oleh para pendukungnya di ruang digital.

Penelitian dilaksanakan selama Januari hingga Oktober 2025 dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai praktik penyebaran paham bumi datar sebagai fenomena komunikasi post-truth melalui media digital. Penelitian tidak bertujuan menguji hipotesis, tetapi mengeksplorasi makna, strategi komunikasi, dan konstruksi realitas yang dibangun oleh para penyebar narasi bumi datar.

Subjek penelitian terdiri atas dua kelompok. Pertama, content creator yang secara aktif memproduksi dan mendistribusikan konten mengenai teori bumi datar, khususnya kanal YouTube Boss Darling (FE101) yang dikenal sebagai salah satu produsen utama konten Flat Earth di Indonesia. Kedua, anggota komunitas Flat Earth Indonesia yang aktif berinteraksi pada grup Facebook melalui unggahan, komentar, maupun diskusi mengenai teori bumi datar. Informan penelitian dipilih menggunakan purposive sampling, yaitu individu yang memenuhi kriteria: (1) aktif memproduksi atau menyebarkan konten bumi datar; (2) telah mengikuti komunitas Flat Earth minimal satu tahun; dan (3) bersedia diwawancarai mengenai pengalaman serta pandangannya terhadap teori bumi datar. Jumlah informan sebanyak lima orang dinilai telah memenuhi prinsip data saturation, yaitu ketika wawancara tidak lagi menghasilkan tema atau informasi baru yang signifikan (Hennink & Kaiser, 2022).

Objek penelitian adalah berbagai bentuk komunikasi digital yang digunakan dalam penyebaran narasi bumi datar, meliputi video pada kanal YouTube Boss Darling (FE101), unggahan dan diskusi pada grup Facebook Flat Earth Indonesia, serta interaksi antarpengguna yang memperlihatkan proses pembentukan opini, penyebaran misinformasi, dan penguatan keyakinan terhadap teori bumi datar. Kedua platform tersebut dipilih karena menjadi media utama yang paling aktif digunakan komunitas Flat Earth Indonesia dalam mendistribusikan narasi, berbagi referensi, dan membangun legitimasi melalui komunikasi antaranggota.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan tiga teknik yang saling melengkapi. Pertama, observasi non-partisipan terhadap konten digital berupa video YouTube, unggahan Facebook, serta interaksi yang terjadi di kolom komentar. Observasi difokuskan pada pola penyampaian pesan, penggunaan simbol, argumentasi, narasi keagamaan, teori konspirasi, dan strategi persuasi yang digunakan dalam membangun kepercayaan audiens.

Kedua, wawancara mendalam (*in-depth interview*) dilakukan secara semi-terstruktur kepada lima informan yang merupakan anggota komunitas Flat Earth Indonesia. Wawancara berlangsung selama 45–90 menit pada periode Mei–Agustus 2025, baik secara daring melalui Zoom maupun tatap muka. Wawancara bertujuan menggali motivasi informan mempercayai teori bumi datar, pengalaman mereka mengonsumsi konten digital, proses pembentukan keyakinan, serta strategi komunikasi yang digunakan dalam menyebarkan narasi tersebut kepada orang lain.

Ketiga, dilakukan analisis dokumen digital, meliputi transkrip video, arsip unggahan media sosial, tangkapan layar diskusi, serta berbagai materi visual yang digunakan komunitas Flat Earth Indonesia sebagai media penyebaran informasi. Analisis dokumen dilakukan untuk memperkuat temuan hasil observasi dan wawancara melalui triangulasi sumber data.

Analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2020) yang terdiri atas empat tahapan, yaitu pengumpulan data (*data collection*), kondensasi data (*data condensation*), penyajian data (*data display*), serta penarikan dan

verifikasi kesimpulan (*drawing and verifying conclusions*). Seluruh hasil wawancara ditranskripsi secara verbatim, kemudian dilakukan proses pengkodean terbuka (*open coding*), pengelompokan tema, serta interpretasi berdasarkan konsep *post-truth*, *misinformasi*, *disinformasi*, dan *konstruksi realitas digital*.

Keabsahan data dijaga melalui triangulasi metode, triangulasi sumber, dan *member checking*. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan hasil observasi terhadap konten digital, data wawancara, serta dokumen yang dianalisis sehingga interpretasi penelitian menjadi lebih komprehensif. Sementara itu, *member checking* dilakukan dengan mengonfirmasi kembali hasil interpretasi kepada beberapa informan guna memastikan kesesuaian antara temuan penelitian dan pengalaman yang mereka sampaikan.

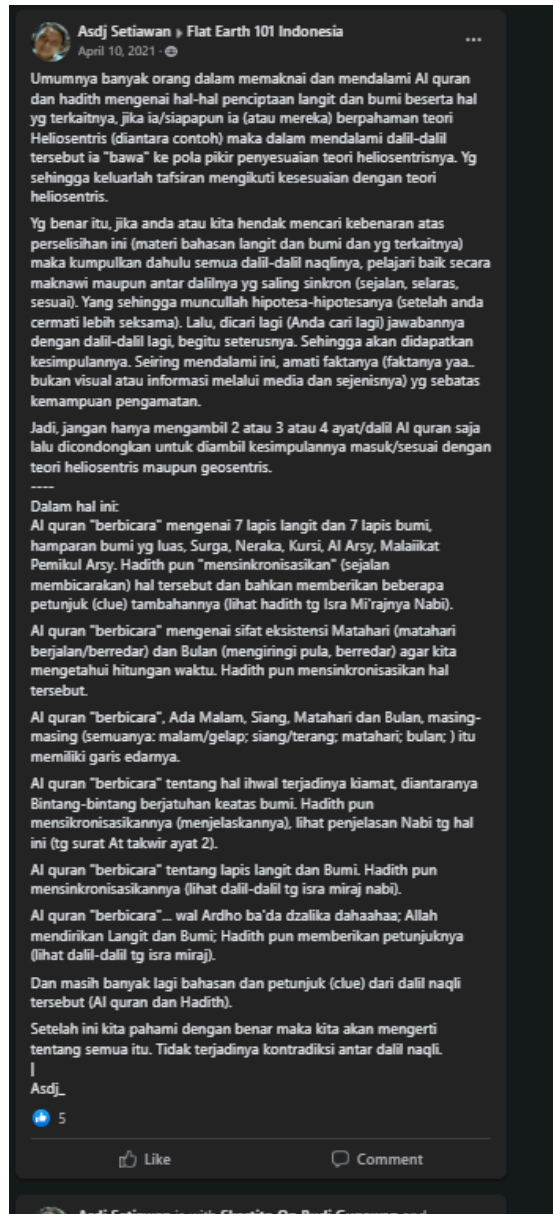
## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

Hasil observasi terhadap kanal YouTube Flat Earth 101 Indonesia (FE101) menunjukkan bahwa narasi yang dibangun tidak hanya berisi penolakan terhadap teori bumi bulat, tetapi juga mengonstruksi keyakinan bahwa masyarakat selama ini telah menjadi korban konspirasi global. Pada video *Bangkitnya Kesadaran*, peneliti menemukan bahwa penyampaian pesan dilakukan melalui kombinasi ilustrasi visual, kutipan ilmiah yang dipotong, narasi emosional, serta penggunaan istilah seperti *awakening* dan *hidden truth* untuk membangun persepsi bahwa pengikut Flat Earth merupakan kelompok yang telah menemukan "kebenaran". Hasil observasi juga memperlihatkan adanya penggunaan teknik *misinformasi* dan *disinformasi*, seperti penyajian fakta ilmiah secara parsial, pengutipan sumber tanpa konteks, serta penyederhanaan argumentasi ilmiah agar lebih mudah diterima oleh khalayak.

Temuan tersebut diperkuat melalui observasi pada grup Facebook Flat Earth 101 Indonesia. Sebagian besar unggahan memanfaatkan narasi keagamaan sebagai legitimasi terhadap keyakinan bumi datar. Beberapa postingan mengutip ayat Al-Qur'an, hadis, maupun pendapat ulama tanpa menyebutkan sumber secara lengkap, kemudian menghubungkannya dengan klaim bahwa bumi tidak berbentuk bulat. Selain itu, peneliti menemukan pola komunikasi yang cenderung memperkuat keyakinan kelompok (*echo chamber*), di mana anggota saling memberikan dukungan terhadap

pendapat yang sejalan, sementara komentar yang berbeda umumnya ditolak atau dianggap sebagai bagian dari propaganda ilmu pengetahuan modern.



**Gambar 1. Hasil pengamatan pada group Facebook Flat Earth 101  
Indonesia**

Sumber: Dokumentasi penulis

Hasil wawancara dengan lima informan menunjukkan bahwa media sosial merupakan sumber utama mereka mengenal teori bumi datar. Salah seorang informan menyatakan,

*"Awalnya saya hanya melihat video di YouTube, tetapi setelah bergabung di grup Facebook saya merasa banyak informasi yang selama ini disembunyikan dari masyarakat."*

Informan lain mengungkapkan bahwa narasi keagamaan lebih mudah diterima dibandingkan penjelasan ilmiah karena dianggap memiliki legitimasi yang lebih tinggi. Menurut mereka, penggunaan kutipan tokoh agama memberikan keyakinan bahwa teori bumi datar tidak bertentangan dengan ajaran agama, meskipun sebagian besar informan mengaku belum pernah menelusuri sumber asli dari kutipan yang beredar.

Wawancara juga menunjukkan bahwa keputusan informan mempercayai teori bumi datar tidak sepenuhnya didasarkan pada bukti empiris, melainkan dipengaruhi oleh faktor emosional, rasa ingin tahu, dan ketidakpercayaan terhadap institusi ilmiah. Beberapa informan mengaku lebih percaya pada pengalaman pribadi dan kesaksian komunitas dibandingkan penjelasan lembaga sains. Fenomena ini menunjukkan karakteristik komunikasi post-truth, yaitu ketika keyakinan personal dan identitas kelompok memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan fakta objektif. Pola tersebut semakin diperkuat oleh algoritma media sosial yang terus merekomendasikan konten serupa sehingga mempersempit keberagaman informasi yang diterima pengguna.

Secara keseluruhan, hasil observasi dan wawancara memperlihatkan bahwa penyebaran paham bumi datar berlangsung melalui kombinasi strategi komunikasi digital, narasi keagamaan, serta pembentukan komunitas virtual yang saling memperkuat keyakinan anggotanya. YouTube berfungsi sebagai media utama dalam membangun narasi persuasif melalui konten audio-visual, sedangkan Facebook menjadi ruang interaksi sosial yang mempertahankan dan memperkuat keyakinan kelompok. Temuan ini mengindikasikan bahwa penyebaran paham bumi datar bukan semata-mata persoalan kurangnya literasi sains, tetapi juga merupakan fenomena komunikasi digital yang memanfaatkan misinformasi, disinformasi, identitas sosial, dan mekanisme post-truth untuk membentuk konstruksi realitas di ruang publik.

## **Pembahasan**

Temuan penelitian menunjukkan bahwa penyebaran paham bumi datar di Indonesia tidak hanya bertumpu pada penyampaian informasi yang keliru, tetapi juga memanfaatkan strategi komunikasi persuasif yang dibangun melalui narasi emosional,

identitas kelompok, serta legitimasi agama. Berdasarkan hasil observasi terhadap konten video FE101 dan aktivitas pada grup Facebook Flat Earth 101 Indonesia, ditemukan bahwa pesan-pesan yang disampaikan lebih banyak mengedepankan pembentukan keyakinan (*belief formation*) dibandingkan penyajian bukti empiris. Hasil wawancara dengan informan juga menguatkan bahwa sebagian anggota komunitas menerima narasi bumi datar bukan karena kekuatan bukti ilmiah, melainkan karena merasa memperoleh penjelasan yang dianggap lebih sesuai dengan keyakinan ideologis maupun religius mereka. Fenomena ini memperlihatkan karakteristik utama era post-truth, ketika emosi, identitas, dan keyakinan personal memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan fakta objektif (Lewandowsky et al., 2022; Van der Linden et al., 2021).

Observasi terhadap video "Bangkitnya Kesadaran" yang diproduksi Boss Darling menunjukkan adanya pola komunikasi yang sistematis. Narasi dibangun melalui teknik framing, penggunaan pertanyaan retorik, penyajian potongan fakta ilmiah di luar konteks, serta penggambaran adanya konspirasi global yang dilakukan oleh lembaga ilmiah internasional. Strategi tersebut menghasilkan kesan seolah-olah terdapat "kebenaran alternatif" yang selama ini disembunyikan. Dalam perspektif teori komunikasi, pola ini merupakan bentuk *strategic misinformation*, yaitu penyampaian informasi yang dipilih secara selektif sehingga mampu memengaruhi interpretasi khalayak tanpa harus sepenuhnya memalsukan seluruh informasi (Vraga & Bode, 2021; Rahmansyah & Wibowo, 2024). Kondisi tersebut semakin diperkuat oleh algoritma media sosial yang memungkinkan pengguna terus menerima konten serupa sehingga membentuk *echo chamber* yang memperkuat keyakinan sebelumnya.

Temuan lain menunjukkan bahwa legitimasi agama menjadi salah satu strategi komunikasi yang dominan. Video maupun unggahan Facebook secara konsisten mengutip ayat Al-Qur'an, hadis, maupun ceramah tokoh agama terkenal, meskipun sebagian besar telah dipotong atau dilepaskan dari konteks aslinya. Hasil wawancara mengungkapkan bahwa penggunaan simbol-simbol keagamaan meningkatkan kredibilitas pesan di mata anggota komunitas, khususnya bagi mereka yang tidak memiliki latar belakang ilmu astronomi. Praktik tersebut menunjukkan adanya proses *authority framing*, yaitu penggunaan figur otoritatif sebagai sumber legitimasi untuk meningkatkan penerimaan pesan (Walter et al., 2021). Fenomena ini sejalan dengan penelitian Halimatusa'diah (2021) yang menemukan bahwa konten dakwah tokoh

agama sering dimodifikasi oleh komunitas bumi datar untuk membangun legitimasi terhadap narasi yang mereka sebarkan.

Dari sisi perilaku komunikasi digital, penelitian ini memperlihatkan bahwa media sosial tidak sekadar menjadi saluran distribusi informasi, tetapi juga menjadi ruang produksi makna secara kolektif. Diskusi dalam grup Facebook memperlihatkan bagaimana anggota saling memperkuat argumen, memberikan pembenaran terhadap narasi yang beredar, serta menolak informasi ilmiah yang bertentangan dengan keyakinan kelompok. Hasil observasi menunjukkan bahwa hampir seluruh komentar yang muncul memperlihatkan pola confirmation bias, yaitu kecenderungan menerima informasi yang mendukung keyakinan awal dan menolak informasi yang berlawanan. Temuan ini mendukung penelitian Guess et al. (2020) yang menyatakan bahwa penyebaran misinformasi lebih banyak dipengaruhi oleh faktor psikologis dan identitas kelompok dibandingkan rendahnya literasi digital semata.

Hasil penelitian ini juga mengonfirmasi berbagai studi komunikasi digital di Indonesia yang menjelaskan bahwa efektivitas penyebaran informasi di media sosial sangat dipengaruhi oleh kemampuan narasi dalam membangun kedekatan emosional dengan audiens. Penelitian yang dipublikasikan dalam *Jurnal Communicology* menunjukkan bahwa komunikasi digital yang dibangun melalui narasi personal, simbol budaya, dan interaksi komunitas mampu meningkatkan keterlibatan (engagement) serta memperkuat penerimaan pesan di kalangan pengguna media sosial (Rahmawati & Setyanto, 2023). Selain itu, penelitian Sari dan Prasetyo (2022) dalam *Communicology* menjelaskan bahwa konstruksi realitas di media sosial sering kali dibentuk melalui proses interaksi antarpengguna sehingga persepsi publik terhadap suatu isu dapat berkembang terlepas dari validitas faktanya. Temuan lain dari Putra dan Hidayat (2024) juga memperlihatkan bahwa algoritma platform digital berkontribusi dalam memperkuat penyebaran informasi yang bersifat emosional dibandingkan informasi yang berbasis bukti ilmiah, sehingga memperbesar peluang berkembangnya fenomena post-truth dalam ruang digital. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memperluas kajian mengenai komunikasi post-truth dengan menunjukkan bahwa keberhasilan penyebaran paham bumi datar merupakan hasil kombinasi antara strategi komunikasi persuasif, pemanfaatan otoritas agama, pembentukan identitas komunitas, serta karakteristik algoritma media sosial yang menciptakan ruang komunikasi homogen.

Temuan tersebut mengindikasikan bahwa upaya penanggulangan misinformasi tidak cukup dilakukan melalui penyediaan informasi ilmiah semata, tetapi juga memerlukan penguatan literasi digital, literasi media, serta kemampuan berpikir kritis masyarakat agar mampu mengevaluasi kredibilitas informasi secara lebih objektif.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penyebaran paham Bumi Datar di Indonesia merupakan salah satu bentuk nyata fenomena post-truth yang berkembang melalui pemanfaatan media digital, khususnya YouTube dan Facebook. Berdasarkan hasil observasi terhadap konten digital serta wawancara dengan informan, ditemukan bahwa penyebar paham Bumi Datar menggunakan strategi komunikasi yang memadukan misinformasi, disinformasi, narasi konspirasi, dan legitimasi keagamaan melalui pemotongan konteks ceramah tokoh agama maupun penafsiran dalil secara selektif. Strategi tersebut terbukti mampu membangun keterlibatan emosional audiens, memperkuat keyakinan kelompok, serta menciptakan konstruksi realitas alternatif yang bertentangan dengan konsensus ilmiah. Temuan ini menunjukkan bahwa dalam era post-truth, penerimaan suatu informasi tidak lagi ditentukan oleh kebenaran empiris semata, tetapi juga oleh kekuatan narasi, emosi, identitas, dan dinamika komunikasi yang berlangsung di media sosial.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merekomendasikan agar pemerintah, institusi pendidikan, media massa, dan penyedia platform digital memperkuat program literasi digital, literasi media, serta literasi sains secara berkelanjutan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memverifikasi informasi dan mengenali karakteristik misinformasi maupun disinformasi. Perguruan tinggi juga diharapkan berperan lebih aktif dalam mengembangkan pendidikan komunikasi digital berbasis critical thinking dan fact-checking sebagai bagian dari penguatan kompetensi masyarakat di era digital. Dari sisi akademik, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek kajian pada berbagai platform media sosial seperti TikTok, Instagram, dan X, serta menggunakan pendekatan mixed methods atau analisis jejaring sosial (social network analysis) agar dapat memberikan gambaran yang lebih

komprehensif mengenai pola penyebaran narasi post-truth, pembentukan komunitas digital, serta mekanisme pengaruhnya terhadap opini publik.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Andika Eka Cahya. (2020). Analisa semiotika pesan bumi datar dalam video Flat Earth 101 di YouTube (Undergraduate thesis). Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ardianto, D., & Firman, H. (2017). Apakah teori bumi datar dapat dipandang sebagai realitas? *Journal of Science Education and Practice*, 1(1), 1–12.
- Arendt, H. (1973). *The origins of totalitarianism*. Harvest Books.
- Aziz, M. I. (2001). *Galaksi simulacra*. LKiS.
- Barker, C. (2000). *Cultural studies: Theory and practice*. Sage Publications.
- Cabrera, N. L., & Matias, C. E. (2021). Digital misinformation, critical media literacy, and democratic participation. *Journal of Media Literacy Education*, 13(2), 1–14.
- Douglas, K. M., Uscinski, J. E., Sutton, R. M., Cichocka, A., Nefes, T., Ang, C. S., & Deravi, F. (2023). Understanding conspiracy theories. *Political Psychology*, 44(S1), 3–35. <https://doi.org/10.1111/pops.12818>
- Garwood, C. (2007). *Flat earth: The history of an infamous idea*. Thomas Dunne Books.
- Guess, A. M., Nagler, J., & Tucker, J. A. (2020). Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. *Science Advances*, 6(14), eaay3539.
- Halimatus'diah. (2021). YouTube dan pengaruhnya dalam proses konversi menjadi Flat Earther: Studi pada komunitas bumi datar Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 167–184.
- Haryatmoko, S. J. (2018, March 22). Pemeriksaan fakta sebagai upaya melawan post-truth. Materi Diskusi KAFEE Jurnalisme Perempuan.
- Jufri, M., & Wibowo, K. A. (2022). Literasi digital sebagai strategi menangkal hoaks di media sosial. *Jurnal Communicology*, 10(2), 187–201.
- Lantian, A., Muller, D., Nurra, C., & Douglas, K. M. (2017). "I know things they don't know!": The role of need for uniqueness in belief in conspiracy theories. *Social Psychology*.
- Llorente, J. A. (2017). The post-truth era: Reality vs perception. *UNO Magazine*, 27.
- Muryanto, B. (2018, September). Menangkal sampah informasi di media massa. Workshop Kick Off Program Infest Yogyakarta.
- Oliver, J. E., & Wood, T. J. (2015). Conspiracy theories and the paranoid style(s) of mass opinion. *American Journal of Political Science*, 58(4), 952–966.
- Rahmansyah, B. Y., & Wibowo, N. F. S. (2024). Representasi budaya korupsi dalam film *Ice Cold: Murder, Coffee and Jessica Wongso*. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*. <https://doi.org/10.21009/COMM.032.08>
- Rahmawati, N., & Hidayat, D. (2023). Media sosial dan pembentukan opini publik pada era post-truth. *Jurnal Communicology*, 11(1), 45–60.
- Ronda, A. M. (2018). *Tafsir kontemporer ilmu komunikasi: Tinjauan teoritis epistemologi aksiologi*. Indigo Media.
- Salim, A. (2006). *Teori dan paradigma penelitian sosial*. Tiara Wacana.

- Sameshima, P. (2017). Post-truth simulacra: Inviting mutable meaning-making. *Journal of the Canadian Association for Curriculum Studies*, 15(2), 21–36.
- Santoso, B. (2019). Simulakra teknologi digital di era post-truth dan pendangkalan nilai demokrasi. Dalam *Prosiding Seminar Nasional Politik dan Hukum Indonesia*.
- Schackmuth, A. (2018). *Extremism, fake news and hate: Effects of social media in the post-truth era* (Master's thesis). University of Houston.
- Shihab, M. Q. (1996). *Membumikan Al-Qur'an: Fungsi dan peran wahyu dalam kehidupan masyarakat*. Mizan.
- Statistik Pengguna Internet Indonesia. (2019). *Statistik pengguna digital dan internet Indonesia* Januari 2019. <https://www.boc.web.id/statistik-pengguna-digital-dan-internet-indonesia-2019/>
- Sugiyono. (2011). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Thomas, D. (2017). Jawaban atas pertanyaan penggemar dongeng FE – Bumi Datar. <https://tdjamaluddin.wordpress.com>
- Vaccari, C., & Chadwick, A. (2020). Deepfakes and disinformation: Exploring the impact of synthetic political video on deception and uncertainty. *Social Media + Society*, 6(1), 1–13.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2021). The spread of true and false news online: Recent developments and future directions. *Annual Review of Political Science*, 24, 179–199.
- Wardana, A. (2018). Fenomena post-truth dan hoax di Indonesia: Sebuah kajian sosiologi. *Kajian Malam Sabtu AMM DIY*.
- Wolchover, N. (2012). Are Flat-Earthers being serious? *LiveScience*. <https://www.livescience.com>
- Zhang, X., Ghorbani, A. A., & Li, Y. (2022). Characterizing misinformation and disinformation on social media: A systematic review. *Information Processing & Management*, 59(3), 102804.