



Komunikasi Massa

dalam

Era Disinformasi

Antara Informasi dan Kebenaran

Dr. Julia Magdalena Wuysang, M.Si
editor : Dr. Ira Patriani, M.Si

KOMUNIKASI MASSA DALAM ERA DISINFORMASI

Antara Informasi dan Kebenaran

Penulis:

Dr. Julia Magdalena Wuysang, M.Si

Editor:

Dr. Ira Patriani, M.Si



UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan Sifat Hak Cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan fonogram yang telah dilakukan pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000,00 (seratus juta rupiah).
2. Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

KOMUNIKASI MASSA DALAM ERA DISINFORMASI

Antara Informasi dan Kebenaran

Dr. Julia Magdalena Wuysang, M.Si

EDITOR:
Dr. Ira Patriani, M.Si

TATA LETAK:
Sari

DESAIN SAMPUL:
Muhammad Adhar

SUMBER:
www.tdjpublisher.com

ISBN:
978-634-7193-97-1

CETAKAN PERTAMA:
Agustus 2025

UKURAN:
v + 115 Hal; 17,6 cm x 25 cm

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang.
Dilarang menggandakan atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam
bentuk apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit dan penulis.

ANGGOTA IKAPI: 006/NTT/2022
TANGGUH DENARA JAYA PUBLISHER
Jl. Timor Raya No. 130 B, Kota Kupang, NTT
E-mail: tdj.denarapublisher@gmail.com

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
KATA PENGANTAR	iv
BAB 1	
KRISIS KEBENARAN DI ERA INFORMASI BERLIMPAH	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan Pokok.....	3
1.3 Metode Dan Pendekatan Penulisan	6
BAB 2	
EVOLUSI KOMUNIKASI MASSA DARI OTORITAS KE	
PARTISIPASI	9
2.1 Komunikasi Massa Sebagai Sistem Yang Dinamis	9
2.2 Komunikasi Massa Tradisional (Top-Down)	11
2.3 Era Konvergensi Digital	13
2.4 Dari Penyiaran Ke Sirkulasi: Perubahan Arsitektur Informasi.....	16
2.5 Peran media sosial dan platform dalam diseminasi konten (Castells, 2009).....	19
BAB 3	
ISU, TEORI, DAN PERSPEKTIF DALAM KOMUNIKASI MASSA	
DIGITAL	23
3.1 Isu-Isu Kritis Dalam Komunikasi Massa Digital	23
3.2 Teori-Teori Utama Komunikasi Massa Digital	23
3.3 Perspektif-Perspektif Kritis Dalam Komunikasi Massa Digital.....	24
3.4 Relevansi Teori dan Perspektif dalam Menghadapi Disinformasi	25
BAB 4	
ANATOMI DISINFORMASI DALAM KOMUNIKASI MASSA	26
4.1 Anatomi Disinformasi dalam Komunikasi Massa.....	26
4.2 Definisi Dan Tipe: Misinformasi, Disinformasi, Malinformasi	29
4.3 Aktor Dan Motif Penyebaran Disinformasi	32
4.4 Mekanisme Penyebaran: Algoritma Dan Viralitas	34

BAB 5

DISINFORMASI DAN KERUNTUHAN OTORITAS KEBENARAN. 38

- 5.1 Disinformasi dan Keruntuhan Otoritas Kebenaran 38
- 5.2 Erosi Institusi Jurnalisme 41
- 5.3 Komunikasi Politik Populis Dan Manipulatif 43
- 5.4 Publik Sebagai Kurator Yang Rentan 46

BAB 6

KOMUNIKASI MASSA DAN ECHO CHAMBER DIGITAL 49

- 6.1 Komunikasi Massa Dan Echo Chamber 49
- 6.2 Personalization Dan Filter Bubble (Berdasarkan Konsep Eli Pariser, 2011) 52
- 6.3 Fragmentasi Informasi Dan Polarisasi Sosial 55

BAB 7

ETIKA DAN PRIVASI DALAM EKOSISTEM INFORMASI

DIGITAL 59

- 7.1 Etika Dan Privasi Dalam Ekosistem Informasi Digital Disusun Secara Cermat Dan Ilmiah 59
- 7.2 Kapitalisme Pengawasan Dan Monetisasi Data 62
- 7.3 Dilema Etika Dalam Produksi Dan Konsumsi Konten 65
- 7.4 Peran Platform Digital: Netralitas Atau Komplisitas? 68

BAB 8

STRATEGI MENANGKAL DISINFORMASI DALAM

KOMUNIKASI MASSA 72

- 8.1 Strategi Menangkal Disinformasi dalam Komunikasi Massa Digital 72
- 8.2 Literasi Media Digital sebagai Ketahanan Warga 76
- 8.3 Peran Jurnalisme Solutif dan Investigatif 79
- 8.4 Reformasi Kebijakan dan Regulasi Platform 81

BAB 9

MENUJU EKOSISTEM KOMUNIKASI MASSA YANG ETIS DAN

BERKELANJUTAN 85

- 9.1 Fokus: Nilai, Norma, Dan Keberlanjutan Demokratis Dalam Ruang Digital 85
- 9.2 Restorasi Kepercayaan Publik melalui Transparansi 87

9.3 Desain Media Digital yang Humanistik dan Inklusif	90
9.4 Rekomendasi Kebijakan, Pendidikan, dan Teknologi Etis	92
DAFTAR PUSTAKA.....	98
TENTANG PENULIS	113

KATA PENGANTAR

Dalam era digital yang semakin kompleks, komunikasi massa menghadapi tantangan besar yang satu ini: disinformasi—informasi yang sengaja dirancang atau disebarkan untuk menyesatkan. Buku ini lahir dari kesadaran bahwa meskipun akses informasi semakin luas, kebenaran justru semakin terkikis.

Seperti ditegaskan oleh Wardle dan Derakhshan (2017), disinformasi kini beroperasi sebagai ancaman struktural terhadap demokrasi dan kepercayaan publik. Penelitian di MIT bahkan menemukan bahwa informasi palsu mampu tersebar enam kali lebih cepat dibandingkan informasi akurat, terutama didorong oleh emosi dan algoritma platform media sosial.

Perspektif Ahli Terkini. Menurut Renée DiResta (Georgetown University), platform media sosial kini menjadi “ground zero” bagi aktor negara dan non-negara yang memasang narasi palsu melalui taktik yang terstruktur dan bermotif politik. Fenomena ini disebutnya sebagai “*asimetri gairah*”, di mana konten ekstrem yang diskriminatif digunakan untuk membentuk pemahaman realitas publik. Sementara itu, Samuel Woolley (University of Pittsburgh), Profesor Disinformasi, menyoroti munculnya otomatisasi dalam propaganda digital. Dalam bukunya “*Manufacturing Consensus*” (2023), ia menjelaskan bagaimana teknologi—terutama AI—dipakai untuk membentuk konsensus palsu secara masif dan anonim. Dalam konteks lokal, Dr. Novi Kurnia (FISIPOL UGM) menekankan bahwa di Indonesia, misinformasi tentang isu iklim hampir selalu berbasis media sosial. Meskipun publik mengatakan mereka bisa mengenali hoaks, praktik literasi digital sejatinya masih sangat rendah, terutama di antara kelompok tertentu yang sulit dijangkau oleh narasi ilmiah.

Urgensi dan tujuan buku Ini hadir sebagai upaya sistematis untuk:

1. Menganalisis anatomi disinformasi—mulai dari aktor, motif hingga mekanisme algoritmisnya.
2. Menyoroti krisis kepercayaan terhadap otoritas media dan narasi kebenaran dalam ekosistem digital.
3. Merekomendasikan strategi interdisipliner: literasi digital, verifikasi fakta, regulasi platform, dan komunikasi krisis yang etis.