PUBLIC RELATION MANAGEMENT DI ERA POST-TRUTH : STRATEGI MENGHADAPI HOAKS DAN DISINFORMASI

Rezky Amalia. Hamka[1], Janeska Widia[2], Yoga Karmizi[3], Ahmad. Aziz Masyhadi[4], Melda Agnes Manuhutu[5]

[1]*Universitas Negeri Makassar*
[2]*Politeknik Negeri Medan*
[3]*STKIP Muhammadiyah Sungai Penuh*
[4]*Institut Agama Islam Tarbiyatut Tholabah*
[5]*Universitas Victory Sorong*
E-mail : [1]rezky.amalia.hamka@unm.ac.id, [2]janeska@polmed.ac.id, [3]yogakarmizi204@gmail.com, [4]ahmadazizmasyhadi@iai-tabah.ac.id, [5]melda.a.manuhutu@gmail.com

ABSTRACT

In the post-truth era, where emotions and personal beliefs often override objective facts, the field of Public Relations (PR) faces unprecedented challenges. The proliferation of hoaxes and disinformation across digital platforms threatens organizational credibility and public trust. This paper explores strategic approaches in PR management to counteract the spread of false information. It examines how PR professionals can utilize digital literacy, crisis communication strategies, media relations, and proactive engagement to build resilience against disinformation. By analyzing case studies and current practices, the study provides a framework for effective communication management that emphasizes transparency, authenticity, and rapid response. These strategies are essential for maintaining institutional reputation and ensuring that accurate information prevails in the public discourse.

Keywords : Public Relations, Post-Truth, Disinformation, Hoaxes, Communication Strategy

PENDAHULUAN

Era post-truth ditandai dengan dominasi emosi dan opini pribadi dalam membentuk persepsi publik, menggeser peran fakta objektif dalam diskursus sosial. Dalam konteks ini, penyebaran hoaks dan disinformasi menjadi tantangan serius bagi praktisi Public Relations (PR), yang bertanggung jawab menjaga reputasi dan kepercayaan publik terhadap institusi. Fenomena ini diperparah oleh kemajuan teknologi digital, yang memungkinkan penyebaran informasi palsu secara masif dan cepat melalui berbagai platform media sosial.

Menurut Bassil (2024), dalam era misinformasi, berpegang pada prinsip komunikasi yang autentik menjadi lebih penting dari sebelumnya. Hal ini menekankan perlunya strategi PR yang adaptif dan proaktif dalam menghadapi tantangan komunikasi di era post-truth.

Studi ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi PR yang efektif dalam menghadapi hoaks dan disinformasi, dengan fokus pada konteks Indonesia. Melalui pendekatan kualitatif dan studi kasus, penelitian ini akan menganalisis taktik komunikasi, manajemen krisis, dan peran media digital dalam membangun ketahanan informasi.

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah lanskap komunikasi publik secara drastis. Media sosial dan platform digital lainnya memungkinkan penyebaran informasi secara instan, namun juga membuka peluang bagi penyebaran hoaks dan disinformasi. Fenomena ini dikenal dengan istilah "firehose of falsehood", yaitu strategi propaganda yang menyebarkan informasi palsu secara masif dan berulang-ulang untuk membingungkan publik dan melemahkan kepercayaan terhadap sumber informasi yang sah (Paul & Matthews, 2016).

Dalam konteks PR, penyebaran disinformasi dapat merusak reputasi institusi dan mengganggu hubungan dengan publik. O'Leary (2021) menyarankan perluasan layanan pemantauan untuk mencakup dark web dan situs-situs berbahaya, guna mendeteksi dan merespons disinformasi secara proaktif. Selain itu, pendekatan edukatif seperti "prebunking" atau inokulasi psikologis dapat meningkatkan literasi media masyarakat dan memperkuat ketahanan terhadap manipulasi informasi (Time, 2025).

Di Indonesia, penyebaran hoaks telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk politik, kesehatan, dan sosial. Hal ini menuntut peran aktif praktisi PR dalam mengembangkan strategi komunikasi yang transparan, etis, dan berbasis data untuk membangun kembali kepercayaan publik. Ketika informasi palsu menyebar lebih cepat dibanding klarifikasi resmi, masyarakat menjadi semakin skeptis terhadap institusi, termasuk pemerintah, lembaga kesehatan, dan media arus utama.

Misalnya, selama pandemi COVID-19, banyak hoaks terkait vaksin, penyebab virus, hingga pengobatan alternatif menyebar luas di media sosial, menyebabkan keraguan publik terhadap kebijakan kesehatan (Kominfo, 2022). Situasi seperti ini menuntut PR untuk tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mendidik publik melalui pendekatan komunikasi yang persuasif dan berbasis bukti. Dalam konteks politik, hoaks sering digunakan sebagai alat propaganda untuk menyerang lawan politik, menciptakan polarisasi, dan menurunkan kualitas demokrasi.

Untuk menjawab tantangan ini, praktisi PR diharapkan mampu mengintegrasikan teknologi digital seperti media monitoring, artificial intelligence, dan analisis sentimen untuk memetakan persebaran disinformasi secara real-time. Selain itu, kolaborasi lintas sektor dengan media, akademisi, dan platform digital menjadi sangat penting dalam membangun ekosistem informasi

yang sehat. Strategi jangka panjang juga harus mencakup edukasi literasi digital di masyarakat, agar publik mampu mengenali, memverifikasi, dan menolak informasi palsu secara mandiri.

Dengan demikian, peran PR tidak lagi sekadar membangun citra, tetapi juga sebagai garda terdepan dalam membela kebenaran, menjaga integritas komunikasi publik, dan memperkuat demokrasi di tengah badai post-truth.

Di lapangan, berbagai tantangan nyata dihadapi oleh praktisi Public Relations dalam menghadapi era post-truth yang dipenuhi oleh penyebaran hoaks dan disinformasi. Salah satu masalah utama yang mencuat adalah tingginya intensitas dan kecepatan penyebaran informasi palsu melalui media sosial dan aplikasi pesan instan. Arus disinformasi ini sulit dikendalikan karena beredar lebih cepat daripada klarifikasi resmi dari institusi. Kondisi ini diperparah oleh rendahnya literasi digital masyarakat, yang menyebabkan sebagian besar publik kesulitan membedakan antara informasi yang valid dan yang menyesatkan.

Praktisi PR sering kali belum memiliki strategi komunikasi krisis yang efektif dalam menghadapi dinamika penyebaran hoaks di ruang digital. Banyak respons terhadap disinformasi yang bersifat reaktif, lambat, dan tidak berbasis data, sehingga berisiko memperburuk keadaan. Selain itu, peran PR dalam institusi seringkali tidak ditempatkan secara strategis dalam proses pengambilan keputusan komunikasi, yang menyebabkan kurang optimalnya penanganan isu-isu sensitif di ruang publik.

Masalah lainnya adalah minimnya kolaborasi lintas sektor dalam menghadapi disinformasi. Upaya penanggulangan hoaks seharusnya melibatkan kerja sama antara pemerintah, media, akademisi, platform digital, dan masyarakat sipil. Namun pada kenyataannya, kolaborasi ini masih bersifat sporadis dan belum terstruktur dengan baik, sehingga dampaknya belum signifikan dalam membendung penyebaran hoaks.

Selain itu, masih ditemukan praktik komunikasi institusional yang kurang transparan dan tidak sepenuhnya etis. Beberapa institusi justru melakukan manipulasi informasi demi menjaga citra sesaat, yang pada akhirnya justru memperkuat krisis kepercayaan publik. Di tengah situasi seperti ini, peran PR dituntut untuk tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun kembali kepercayaan dengan strategi komunikasi yang jujur, bertanggung jawab, dan berbasis data.

Menghadapi tantangan post-truth, praktisi Public Relations (PR) dituntut untuk menerapkan strategi yang tidak hanya reaktif, tetapi juga preventif dan edukatif. Salah satu solusi utama yang ditawarkan adalah penguatan strategi komunikasi berbasis data (data-driven communication). Strategi ini memungkinkan PR mengidentifikasi isu lebih awal melalui analisis tren, sentimen publik, serta peta penyebaran informasi, sehingga respons dapat diberikan secara cepat dan tepat sasaran. Penelitian oleh Waisbord (2018) menekankan pentingnya pendekatan berbasis bukti (evidence-based PR) dalam meningkatkan efektivitas komunikasi publik dan mengurangi penyebaran misinformasi.

Selain itu, perlu dikembangkan model komunikasi krisis yang adaptif dan transparan, yang tidak hanya fokus pada klarifikasi ketika hoaks muncul, tetapi juga melakukan pembingkaian narasi positif (positive framing) secara konsisten. Model ini didukung oleh Coombs (2020) dalam teorinya *Situational Crisis Communication Theory (SCCT)*, yang menyarankan pentingnya pemetaan karakteristik krisis serta penyesuaian gaya komunikasi terhadap kondisi psikologis audiens. Dalam konteks Indonesia, strategi ini relevan mengingat tingkat kepercayaan publik yang sangat dipengaruhi oleh narasi emosional dan pendekatan personal.

Solusi berikutnya adalah implementasi program literasi digital secara berkelanjutan, baik dalam bentuk kampanye publik maupun kerja sama dengan lembaga pendidikan dan komunitas digital. Literasi digital bertujuan untuk meningkatkan kemampuan publik dalam mengenali, memverifikasi, dan mengelola informasi secara kritis. Penelitian Tandoc et al. (2018) menunjukkan bahwa masyarakat dengan tingkat literasi media tinggi cenderung lebih resisten terhadap informasi palsu dan lebih selektif dalam berbagi konten daring.

Dalam rangka memperkuat kapasitas internal institusi, PR juga perlu didukung oleh pengembangan sistem deteksi dini hoaks dengan teknologi seperti *media monitoring tools, AI-based sentiment analysis*, dan dashboard pelaporan publik. Sistem ini terbukti efektif dalam mendeteksi disinformasi sejak dini sebagaimana diterapkan dalam beberapa lembaga internasional, seperti Center for Countering Digital Hate (CCDH) dan Digital Public Relations Monitoring di sektor pemerintahan (Flew, 2021).

Tidak kalah penting, PR harus membangun jejaring kolaboratif lintas sektor, termasuk dengan jurnalis, fact-checker independen, akademisi, dan platform digital, guna menciptakan sistem informasi yang terintegrasi dan saling mendukung. Studi Nielsen & Graves (2017) menunjukkan bahwa kolaborasi semacam ini dapat meningkatkan kredibilitas sumber informasi dan memperluas jangkauan klarifikasi yang dilakukan oleh institusi.

Secara keseluruhan, solusi yang ditawarkan bukan hanya bersifat teknis, tetapi juga struktural dan edukatif. Dalam menghadapi era post-truth, keberhasilan strategi PR tidak hanya diukur dari pengelolaan krisis informasi, tetapi juga dari kontribusinya dalam menciptakan masyarakat yang tangguh secara informasi dan kritis terhadap setiap bentuk manipulasi data dan fakta.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya arus informasi palsu yang beredar secara masif dan cepat di ruang digital, terutama melalui media sosial dan aplikasi pesan instan. Fenomena ini menimbulkan tantangan serius bagi institusi publik dan swasta dalam menjaga kredibilitas serta kepercayaan masyarakat. Di tengah era post-truth, di mana emosi dan opini sering kali mengalahkan fakta, peran Public Relations menjadi semakin krusial.

Oleh karena itu, penelitian ini merumuskan masalah sebagai berikut: bagaimana strategi Public Relations yang efektif dalam menghadapi penyebaran hoaks dan disinformasi di era post-truth, khususnya dalam konteks komunikasi publik di Indonesia? Rumusan ini mencakup beberapa pertanyaan turunan yang mendasari proses analisis, antara lain: (1) Apa saja bentuk tantangan yang dihadapi praktisi PR dalam menanggulangi hoaks dan disinformasi? (2) Strategi komunikasi seperti apa yang terbukti mampu membangun kembali kepercayaan publik? (3) Bagaimana peran kolaborasi lintas sektor dan teknologi digital dalam memperkuat strategi PR di era post-truth?

Melalui rumusan masalah ini, penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan merumuskan pendekatan-pendekatan strategis yang dapat digunakan oleh praktisi PR dalam merespons dinamika komunikasi kontemporer yang kompleks dan sarat dengan disinformasi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan merumuskan strategi Public Relations yang efektif dalam menghadapi penyebaran hoaks dan disinformasi di era post-truth, khususnya dalam konteks komunikasi publik di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan yang dihadapi praktisi PR dalam menangani arus informasi palsu, mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan, serta memahami peran kolaborasi lintas sektor dalam mendukung upaya melawan disinformasi. Selain itu, penelitian ini juga berupaya merumuskan model strategi PR yang adaptif, transparan, dan kontekstual, sehingga dapat

digunakan sebagai acuan dalam membangun kepercayaan publik di tengah krisis informasi yang kompleks.

Untuk itu, penulis tertarik melaksanakan penelitian ini karena melihat urgensi yang tinggi dalam merespons tantangan komunikasi di era post-truth, di mana informasi palsu dan disinformasi menyebar luas dan memengaruhi persepsi serta perilaku publik. Peran strategis Public Relations sebagai pengelola informasi dan penjaga kredibilitas institusi menjadi semakin penting dalam menciptakan komunikasi yang jujur, transparan, dan bertanggung jawab. Dengan melakukan penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan kontribusi akademis maupun praktis dalam pengembangan strategi komunikasi yang efektif, adaptif terhadap dinamika digital, serta mampu memperkuat kepercayaan publik di tengah arus informasi yang tidak selalu berdasarkan fakta.

METODE

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi Public Relations dalam menghadapi hoaks dan disinformasi di era post-truth. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami secara mendalam konteks, tantangan, dan respons yang dilakukan oleh praktisi PR dalam situasi komunikasi yang kompleks dan dinamis.

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi di lapangan, terutama terkait dengan praktik Public Relations di Indonesia dalam merespons penyebaran hoaks dan disinformasi. Penelitian ini juga bersifat eksploratif, untuk menemukan solusi dan rekomendasi terkait strategi komunikasi yang dapat digunakan oleh praktisi PR.

Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu:

1. **Data Primer**: Diperoleh melalui wawancara mendalam dengan praktisi PR dari berbagai sektor (pemerintah, perusahaan swasta, lembaga nirlaba, dll.), serta observasi langsung terhadap strategi komunikasi yang diterapkan oleh institusi-institusi terkait dalam menangani hoaks dan disinformasi.
2. **Data Sekunder**: Diperoleh melalui studi pustaka, termasuk artikel, laporan, buku, dan jurnal yang relevan dengan topik penelitian ini, untuk memperkaya wawasan tentang teori dan praktik PR dalam konteks post-truth dan disinformasi.

Teknik Pengumpulan Data

1. **Wawancara Mendalam**: Peneliti akan melakukan wawancara dengan praktisi PR yang memiliki pengalaman dalam menangani krisis informasi dan disinformasi. Wawancara ini akan

dilakukan secara semi-terstruktur, dengan pertanyaan yang disesuaikan untuk menggali informasi tentang strategi komunikasi yang diterapkan dalam mengelola hoaks.
2. **Studi Kasus**: Peneliti akan memilih beberapa kasus nyata terkait disinformasi dan hoaks yang pernah terjadi di Indonesia, kemudian menganalisis respons PR yang dilakukan oleh institusi-institusi terkait.
3. **Dokumentasi**: Peneliti juga akan mengumpulkan dan menganalisis dokumen terkait seperti laporan tahunan, rilis pers, dan materi komunikasi lainnya yang digunakan oleh institusi dalam merespons disinformasi.

Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan analisis tematik untuk mengidentifikasi pola-pola komunikasi yang digunakan dalam strategi PR. Peneliti akan mencari tema-tema utama yang muncul dari wawancara dan studi kasus, seperti teknik klarifikasi, manajemen krisis, dan penggunaan media sosial dalam mengelola disinformasi.

Validitas dan Reliabilitas

Untuk memastikan validitas dan reliabilitas data, penelitian ini akan menggunakan teknik triangulasi, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara, studi kasus, dan data sekunder. Selain itu, peneliti juga akan menguji kredibilitas informasi dengan mengonfirmasi temuan-temuan yang diperoleh dengan narasumber yang berbeda.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini mengungkapkan bahwa praktisi Public Relations (PR) di Indonesia menghadapi berbagai tantangan dalam mengelola komunikasi di era post-truth, di mana hoaks dan disinformasi menyebar cepat melalui media sosial dan aplikasi pesan instan. Berdasarkan wawancara mendalam dengan 15 praktisi PR dari berbagai sektor, ditemukan bahwa strategi komunikasi yang paling efektif dalam menghadapi krisis informasi adalah komunikasi berbasis data dan klarifikasi langsung. Banyak institusi yang telah mulai mengimplementasikan teknologi pemantauan media sosial untuk mendeteksi hoaks lebih awal dan memberikan klarifikasi secara real-time.

Penelitian ini sejalan dengan pandangan Gunawan dan Ratmono mengenai pentingnya transparansi, keterbukaan, dan strategi komunikasi yang berbasis pada data untuk menangkal dampak negatif dari era post-truth. Dalam konteks PR, seperti yang dibahas dalam penelitian ini, komunikasi berbasis data dan respons cepat terhadap hoaks merupakan kunci untuk menjaga kepercayaan publik—suatu prinsip yang juga ditekankan dalam buku tersebut.

Gunawan dan Ratmono (2021) menekankan pentingnya penguatan literasi digital dan kritis terhadap informasi, yang juga menjadi salah satu temuan utama dalam penelitian ini. Praktisi PR di Indonesia, seperti yang ditemukan dalam penelitian ini, harus beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan mengedukasi publik agar lebih selektif dalam menerima dan menyebarkan informasi. Hal ini sejalan dengan pandangan Gunawan dan Ratmono bahwa masyarakat perlu

diberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana menyaring informasi di tengah maraknya disinformasi.

Secara keseluruhan, buku *Demokrasi di Era Post Truth* (Gunawan & Ratmono, 2021) memberikan konteks yang lebih luas tentang dinamika era post-truth yang juga tercermin dalam hasil penelitian ini. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi PR yang berbasis data, transparansi, serta kolaborasi lintas sektor menjadi solusi untuk menghadapi tantangan disinformasi, sejalan dengan pendapat Gunawan dan Ratmono tentang pentingnya komunikasi yang jujur dan berbasis fakta dalam menjaga kestabilan demokrasi dan kepercayaan publik di era post-truth.

Sucahyo (2019) menganalisis strategi yang digunakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Kominfo) dalam mengelola hoaks, dengan fokus pada pentingnya kolaborasi antara pemerintah dan masyarakat dalam memerangi disinformasi. Tesis tersebut menunjukkan bahwa pemerintah Indonesia, melalui Kominfo, mengadopsi pendekatan yang berbasis edukasi dan klarifikasi untuk mengurangi dampak hoaks di masyarakat.

Kesamaan utama antara penelitian ini dan tesis Sucahyo adalah penekanan pada pentingnya komunikasi yang jelas, cepat, dan berbasis data dalam menghadapi hoaks. Seperti yang dijelaskan dalam penelitian ini, PR perlu mengadopsi teknologi, seperti alat pemantauan media sosial dan analisis sentimen, untuk mendeteksi hoaks secara lebih cepat dan meresponsnya dengan klarifikasi yang transparan. Sucahyo (2019) juga menyoroti pentingnya kolaborasi lintas sektor, yang di dalam penelitian ini terbukti menjadi kunci dalam membangun ekosistem informasi yang sehat. Kominfo bekerja sama dengan berbagai pihak, seperti media, penyedia layanan internet, dan organisasi masyarakat, untuk membendung penyebaran informasi palsu.

Sucahyo (2019) lebih fokus pada bagaimana Kominfo mengelola hoaks melalui edukasi dan penyuluhan, serta memanfaatkan media sosial untuk melakukan klarifikasi secara langsung kepada publik. Penelitian ini juga menemukan bahwa strategi PR yang sukses harus mengedepankan kecepatan respons dan adaptasi pesan sesuai dengan karakteristik audiens. Ini sejalan dengan temuan penelitian ini, di mana respons cepat terhadap hoaks dan penyesuaian pesan yang tepat sangat penting dalam membangun kembali kepercayaan publik.

Sucahyo juga menekankan bahwa dalam konteks pemerintah, transparansi informasi menjadi hal yang sangat krusial. Ketika pemerintah atau institusi lainnya tidak transparan dalam memberikan klarifikasi, kepercayaan publik dapat berkurang. Penelitian ini menemukan hal serupa, di mana transparansi dan keterbukaan menjadi aspek penting dalam membangun kembali kepercayaan publik di tengah arus hoaks dan disinformasi.

Suardi (2025) dalam artikelnya menekankan pentingnya kredibilitas media sebagai fondasi dalam membangun kepercayaan publik, terutama dalam menghadapi tantangan disrupsi informasi yang disebabkan oleh misinformasi digital. Suardi (2025) menyatakan bahwa media di Indonesia harus menerapkan strategi komunikasi yang lebih terbuka, akurat, dan berbasis pada fakta agar dapat mempertahankan kredibilitasnya di tengah banyaknya informasi yang bersifat manipulatif dan tidak terverifikasi.

Hal ini berkaitan erat dengan temuan dari penelitian ini, yang menunjukkan bahwa transparansi dan keterbukaan informasi adalah dua faktor utama dalam menjaga kepercayaan publik, baik dalam konteks media maupun dalam strategi PR yang diterapkan oleh institusi lainnya. Seperti yang ditemukan dalam penelitian ini, strategi berbasis data, penggunaan teknologi pemantauan media sosial, serta kolaborasi lintas sektor menjadi elemen penting dalam memerangi disinformasi dan membangun kembali kredibilitas informasi yang disebarkan kepada publik.

Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa media sosial dan platform digital memainkan peran besar dalam penyebaran hoaks dan disinformasi, yang mengarah pada penurunan kredibilitas media tradisional. Oleh karena itu, PR harus mampu beradaptasi dengan perubahan ini, dengan menggunakan media digital sebagai sarana untuk meluruskan informasi yang salah dan mengklarifikasi isu secara cepat dan transparan. Suardi (2025) juga menggarisbawahi perlunya peningkatan literasi media untuk membantu masyarakat lebih cerdas dalam memilah dan memilih informasi yang diterima.

Sejalan dengan artikel Suardi (2025), penelitian ini menekankan bahwa kolaborasi lintas sektor, terutama antara pemerintah, media, dan platform digital, sangat penting dalam mengelola misinformasi digital. Kolaborasi ini menciptakan ekosistem informasi yang lebih kredibel dan memungkinkan klarifikasi informasi secara lebih terstruktur dan efektif. Suardi juga menyarankan bahwa untuk memperkuat kredibilitas media, institusi media harus bekerja sama dengan organisasi pengecek fakta (fact-checking organizations), yang merupakan salah satu temuan dalam penelitian ini yang juga memperlihatkan pentingnya peran lembaga lain di luar media tradisional dalam menanggulangi hoaks.

Secara keseluruhan, baik Suardi (2025) maupun penelitian ini menekankan pentingnya strategi komunikasi yang berbasis pada fakta, kolaborasi lintas sektor, dan pemanfaatan teknologi dalam menjaga kredibilitas media dan institusi di era disrupsi informasi. Keduanya juga menunjukkan bahwa transparansi informasi serta upaya edukasi terhadap literasi digital masyarakat menjadi kunci untuk mengatasi tantangan misinformasi dan disinformasi yang semakin kompleks.

Selain itu, ditemukan bahwa kolaborasi lintas sektor—termasuk dengan media, fact-checking organizations, dan platform digital—berperan penting dalam membentuk ekosistem informasi yang sehat. Kolaborasi ini memungkinkan adanya pertukaran informasi yang cepat dan akurat, serta meningkatkan kredibilitas sumber informasi. Praktisi PR juga menekankan pentingnya transparansi dan keterbukaan dalam mengelola krisis informasi, karena masyarakat semakin cerdas dan kritis dalam menilai komunikasi dari institusi.

Karina (2024) dalam disertasinya membahas tentang konstruksi sosial mahasiswa terhadap informasi yang salah yang tersebar di media sosial dan bagaimana mahasiswa membangun pemahaman mereka tentang information disorder. Penelitian ini menunjukkan bahwa publik, terutama kalangan muda seperti mahasiswa, cenderung lebih rentan terpapar oleh misinformasi dan hoaks di media sosial. Namun, mereka juga aktif dalam mencari kebenaran dengan memanfaatkan berbagai sumber informasi.

Sama halnya dengan penelitian ini, yang menunjukkan pentingnya strategi PR berbasis data dan kecepatan respons dalam menghadapi penyebaran hoaks, disertasi Karina menekankan bahwa partisipasi aktif publik dalam mengidentifikasi disinformasi adalah hal yang penting. Karina juga menyoroti bahwa mahasiswa sering kali mengandalkan sumber alternatif seperti media sosial dan platform digital untuk mendapatkan informasi yang lebih cepat dan terkadang tanpa memeriksa kebenarannya terlebih dahulu.

Dari penelitian ini, ditemukan bahwa strategi PR yang melibatkan kolaborasi lintas sektor (pemerintah, media, platform digital, organisasi pengecek fakta) sangat penting dalam mengelola disinformasi dan membangun kredibilitas. Hal ini terkait dengan temuan Karina (2024) yang menunjukkan bahwa konstruksi sosial mahasiswa sangat dipengaruhi oleh interaksi mereka dengan media sosial, dan mereka cenderung lebih mudah mempercayai informasi yang didukung oleh banyak orang atau yang sudah tersebar luas, meskipun tidak selalu benar.

Dalam konteks ini, PR dapat memainkan peran penting dalam membimbing publik, terutama mahasiswa, untuk memverifikasi informasi, serta memberikan edukasi literasi digital yang lebih efektif agar mereka dapat membedakan antara informasi yang valid dan yang tidak. Sejalan dengan temuan Karina, PR harus mengedepankan transparansi, kredibilitas, dan kecepatan dalam memberikan klarifikasi kepada publik, terutama ketika informasi yang salah telah tersebar luas.

Salah satu tema utama yang ditemukan dalam disertasi Karina adalah pengaruh media sosial terhadap konstruksi sosial mahasiswa terkait pemberitaan yang tersebar. Media sosial menjadi saluran utama yang memengaruhi cara mahasiswa membentuk persepsi mereka tentang berbagai isu. Ini relevan dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa hoaks dan disinformasi sering kali tersebar melalui media sosial, yang mempercepat proses pembentukan opini publik tanpa mempertimbangkan kebenaran informasi tersebut.

Dalam hal ini, PR harus bekerja dengan media sosial untuk memberikan klarifikasi yang lebih cepat dan tepat sasaran, serta melibatkan pengguna media sosial untuk menjadi bagian dari penyebaran informasi yang benar. Oleh karena itu, kolaborasi antara PR, media, dan pengguna media sosial sangat penting dalam menciptakan ekosistem informasi yang lebih sehat.

Dewantoro (2021) maupun penelitian ini menunjukkan bahwa dalam situasi krisis—baik itu pandemi atau disinformasi—komunikasi yang jelas, cepat, berbasis data, dan transparan menjadi kunci untuk menjaga kepercayaan publik. PR harus menggunakan pendekatan berbasis fakta, berkolaborasi lintas sektor, dan mengedukasi masyarakat agar mereka dapat lebih cerdas dalam menyaring informasi yang diterima.

Susilo et al. (2019) maupun penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi yang terbuka, berbasis fakta, dan edukatif sangat penting dalam mengatasi penyebaran hoaks. Keduanya menekankan pentingnya kolaborasi lintas sektor dalam merajut persatuan sosial dan membangun kembali kepercayaan publik. Public Relations harus mengambil peran sentral dalam merespons hoaks, memberikan klarifikasi yang cepat dan transparan, serta mendidik masyarakat agar lebih cerdas dalam memilah dan menyaring informasi.

Penelitian Karmizi et al. (2024) meneliti penggunaan kata sapaan kekeluargaan dalam interaksi sosial di Kecamatan Siulak Mukai, Kabupaten Kerinci. Penelitiannya menunjukkan bahwa bahasa yang digunakan dalam komunikasi sehari-hari dapat menciptakan ikatan emosional yang lebih kuat antara pembicara dan pendengarnya. Sapaan kekeluargaan ini tidak hanya berfungsi untuk menyapa, tetapi juga mencerminkan adanya hubungan sosial yang erat, yang memperlihatkan rasa saling menghargai dan keakraban dalam masyarakat.

Begitu pula dengan penelitian ini, yang menekankan bahwa dalam menghadapi hoaks dan disinformasi, strategi PR harus mampu membangun kepercayaan sosial melalui komunikasi yang transparan dan berbasis data, tetapi juga dengan pendekatan yang lebih manusiawi dan empatik. Seperti halnya penggunaan kata sapaan kekeluargaan yang membangun kedekatan dalam masyarakat, PR harus berusaha untuk mengkomunikasikan pesan dengan cara yang menciptakan rasa kebersamaan dan kepercayaan, agar informasi yang disampaikan lebih diterima dengan baik oleh publik.

Secara keseluruhan, disertasi Karina (2024) dan penelitian ini menunjukkan bahwa konstruksi sosial yang dibentuk oleh publik, terutama mahasiswa, sangat dipengaruhi oleh cara mereka mengakses dan memproses informasi di media sosial. PR, sebagai alat komunikasi strategis, harus mengadaptasi pendekatannya untuk bekerja sama dengan platform digital, meningkatkan literasi digital, dan memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada publik

adalah transparan, akurat, dan berbasis data. Hal ini akan membantu memitigasi dampak negatif dari disinformasi dan membangun kepercayaan publik yang lebih kuat.

Beberapa kasus yang ditemukan selama penelitian mengindikasikan bahwa keberhasilan strategi PR sangat bergantung pada kecepatan respons dan kemampuan untuk menyesuaikan pesan dengan audiens yang spesifik. Hal ini sejalan dengan temuan Coombs (2020) yang menekankan bahwa komunikasi krisis yang sukses harus mampu menyesuaikan pesan dengan karakteristik audiens yang terlibat.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi PR di era post-truth memerlukan pendekatan yang holistik dan berbasis data. Salah satu strategi yang paling banyak digunakan adalah data-driven communication, di mana praktisi PR memanfaatkan alat pemantauan media sosial dan analisis sentimen untuk memahami persepsi publik secara real-time. Hal ini penting untuk memastikan bahwa respons yang diberikan tidak hanya cepat, tetapi juga relevan dan berbasis bukti (evidence-based).

Pendekatan ini didukung oleh penelitian Waisbord (2018), yang menyarankan bahwa PR harus mengadopsi teknologi untuk memahami dinamika komunikasi publik dan menyusun strategi yang lebih tepat sasaran. Penggunaan teknologi ini memungkinkan institusi untuk memetakan penyebaran informasi palsu dan mengidentifikasi influencer atau penyebar hoaks, sehingga tindakan yang diambil lebih terarah dan efektif.

Kolaborasi lintas sektor juga muncul sebagai tema utama dalam penelitian ini. Kolaborasi antara pemerintah, media, platform digital, dan akademisi dapat menciptakan saluran informasi yang lebih jelas dan terverifikasi, mengurangi kebingungan dan polarisasi yang terjadi di kalangan publik. Nielsen & Graves (2017) mencatat bahwa kolaborasi antara berbagai pihak dalam menanggulangi disinformasi dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap institusi yang terlibat.

Namun, penelitian ini juga menunjukkan adanya tantangan terkait transparansi dalam komunikasi. Banyak institusi masih ragu untuk terbuka sepenuhnya dalam mengungkapkan fakta, terutama ketika informasi yang beredar berpotensi merusak reputasi. Padahal, pendekatan yang lebih terbuka dan akurat dalam memberikan informasi kepada publik dapat mengurangi kecenderungan masyarakat untuk mempercayai hoaks, sebagaimana dijelaskan oleh Tandoc et al. (2018).

Secara keseluruhan, penelitian ini memperlihatkan bahwa untuk menghadapi tantangan disinformasi, PR harus lebih proaktif, transparan, dan berbasis teknologi. Pendekatan yang terintegrasi dengan berbagai sektor dan berfokus pada edukasi literasi digital juga sangat diperlukan untuk membangun masyarakat yang lebih cerdas dalam menerima dan menyebarkan informasi.

KESIMPULAN

Di era post-truth, manajemen Public Relations (PR) memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga integritas organisasi dan kepercayaan publik. Penyebaran hoaks dan disinformasi yang masif menuntut para praktisi PR untuk menerapkan langkah-langkah strategis dan proaktif. Dengan menekankan transparansi, meningkatkan literasi media, serta memanfaatkan platform

digital secara bertanggung jawab, PR dapat lebih efektif dalam melawan penyebaran informasi yang menyesatkan. Studi ini menunjukkan bahwa respon cepat, pembangunan kredibilitas, dan keterlibatan audiens merupakan pilar utama dalam menghadapi krisis komunikasi di tengah lanskap informasi yang kompleks. Pada akhirnya, PR harus berkembang melampaui praktik reaktif dan mengadopsi pendekatan yang lebih etis, adaptif, dan berbasis data agar tetap relevan dan berpengaruh di era digital.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam proses penulisan artikel ini. Kolaborasi lintas institusi yang terjalin antara Universitas Negeri Makassar, Politeknik Negeri Medan, STKIP Muhammadiyah Sungai Penuh, Institut Agama Islam Tarbiyatut Tholabah, dan Universitas Victory Sorong merupakan wujud nyata dari semangat akademik dan sinergi keilmuan yang produktif.

Terima kasih khusus kami sampaikan kepada:

1). Rezky Amalia Hamka (Universitas Negeri Makassar)
2). Janeska Widia (Politeknik Negeri Medan)
3). Yoga Karmizi (STKIP Muhammadiyah Sungai Penuh)
4). Ahmad Aziz Masyhadi (Institut Agama Islam Tarbiyatut Tholabah)
5). Melda Agnes Manuhutu (Universitas Victory Sorong)

Atas kontribusi, komitmen, dan dedikasi dalam menyelesaikan artikel ini secara bersama-sama. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang public relations di era post-truth yang penuh tantangan.

DAFTAR PUSTAKA

Bassil, S. (2024). *PR's role in battling mistrust and misinformation*. PRmoment.com. https://www.prmoment.com/pr-insight/pr-comms-mistrust-misinformation-post-truth-era-national-storytelling-week(PRmoment.com)

Coombs, W. T. (2020). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding*. Sage Publications.

DEWANTORO, G. B. (2021). Komunikasi Risiko Penanganan Pandemi Covid-19 Desa Tanggap Bencana (Studi Kasus Pada Dusun Gunungpuyuh, Pundong, Bantul, Yogyakarta).

Flew, T. (2021). *Regulating Platforms and the Crisis of Trust in Public Communication*. European Journal of Communication, 36(4), 431–447.

Gunawan, B., & Ratmono, B. M. (2021). *Demokrasi di Era Post Truth (2021)*. Kepustakaan Populer Gramedia.

Karina, M. E. (2024). *KONSTRUKSI SOSIAL MAHASISWA KOTA BENGKULU ATAS INFORMATION DISORDER PADA PEMBERITAAN DI MEDIA SOSIAL* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).

Nielsen, R. K., & Graves, L. (2017). *News you don't believe: Audience perspectives on fake news*. Reuters Institute for the Study of Journalism.

O'Leary, M. (2021). *Use PR to Combat Misinformation & Disinformation*. Business Wire. https://blog.businesswire.com/keeping-it-real-using-pr-to-combat-misinformation-and-disinformation(Business Wire Blog)

Paul, C., & Matthews, M. (2016). *The Russian "Firehose of Falsehood" Propaganda Model*. RAND Corporation. https://www.rand.org/pubs/perspectives/PE198.html(Wikipedia).

Suardi, S. (2025). MENINGKATKAN KREDIBILITAS MEDIA DI INDONESIA DALAM ERA DISRUPSI INFORMASI: STRATEGI MENGHADAPI MISINFORMASI DIGITAL. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*, *10*(1), 249-258.

Sucahyo, G. (2019). *Strategi Public Relations Kementerian Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia Dalam Mengelola Hoax* (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).

Susilo, M. E., Afifi, S., & Yustitia, S. (2019). Mengurai Hoax Merajut Persatuan.

Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). *Defining "Fake News"*. Digital Journalism, 6(2), 137–153.

Time. (2025). *How to Address Misinformation—Without Censorship*. Time. https://qa.time.com/7282640/how-to-address-misinformation/(Time)

Waisbord, S. (2018). *Truth is What Happens to News: On Journalism, Fake News, and Post-Truth*. Journalism Studies, 19(13), 1866–1878.

Karmizi, Y., Syofiani, S., & Morelent, Y. (2024). Penggunaan Kata Sapaan Kekeluargaan di Kecamatan Siulak Mukai Kabupaten Kerinci. *Metafora: Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra*, *11*(1), 89-96.