

Identifikasi moral remaja di era informasi *post-truth*: perspektif psikologi sosial gestalt

Alfaiz¹, Wiwi Sanjaya², Eka Heriyani³, Handriadi⁴

¹Program Studi Bimbingan dan Konseling, STKIP PGRI Sumatera Barat

alfaiz.science.icp@gmail.com & alfaiz@stkip-pgri-sumbar.ac.id

²SMA N 2 Padang, Sumatera Barat

sanjayawiwi2101@gmail.com

³Program Studi Bimbingan dan Konseling, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka

ekaheriyani@uhamka.ac.id

⁴Jurusan Pendidikan Agama Islam, STIT Syekh Burhanuddin Pariaman

handriadi@stit-syekhburhanuddin.ac.id

Keywords

Morale, Value, Social, Culture, Hoax, and Post-Truth

Abstract

In the last 5 years, term "post-truth" is very widely used and practiced by individual and groups. This has an effect on individual and group's cognitive perception and behavior in education, social and cultural. The fact found that lot of hoax information, social media that convey an information that result to stigmatize of cognitive perceptions, thus impacting abuse behavior so it is not clear which are good or bad, which are right or wrong. This study was conducted qualitative and quantitative based on observational data, interview and questionnaire with a sample of 100 teenagers in the city of Padang. The purpose of this preliminary research is to identification of the moral values of adolescents in terms of moral's cognitive perception and moral's social behavior in the era information of post-truth, and analyze it with gestalt social psychology perspective. This is important as a preliminary finding, that in the era of post-truth can lead to change in a mindset and social culture in the future generation of human with the era of social revolution 5.0.

Dalam kurun waktu 5 tahun terakhir istilah *post-truth* sangat banyak digunakan dan dipraktikkan meski individu dan kelompok itu tidak semua menyadari hal itu sesuatu yang buruk, baik berupa perilaku maupun pemikirannya. Hal ini memiliki efek pada pola persepsi kognitif, perilaku dalam pendidikan, sosial budaya individu dan kelompok. Ditemukan maraknya informasi *hoax*, media sosial yang menyampaikan informasi yang mengakibatkan stigmatisasi persepsi akan suatu hal, sehingga berimbas pada perilaku perundungan sehingga tidak jelas mana yang baik dan buruk, mana yang benar dan salah. Kajian ini dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif berdasarkan data survey observasi, wawancara dan angket pada sampel 100 remaja di kota Padang. Tujuan penelitian awal ini untuk mengidentifikasi nilai moral remaja dari segi persepsi kognitif moral dan perilaku sosial moral di era informasi *post-truth*, serta menganalisisnya dalam perspektif psikologi sosial gestalt. Hal ini penting sebagai temuan awal, bahwa era *post-truth* bisa mengakibatkan perubahan tata pikir, dan budaya generasi manusia masa depan dengan era revolusi sosial 5.0 ini.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi yang berkembang pesat memberikan pengaruh yang positif bagi arus informasi di tengah-tengah masyarakat, seperti halnya informasi mudah diakses bagi mahasiswa, mereka bisa mendapatkan materi dan referensi untuk bahan

perkuliahan hingga para pengusaha bisa berinovasi untuk melahirkan bisnis online. Akan tetapi perkembangan yang pesat tersebut juga menjadi efek negatif bagi sebagian masyarakat, permasalahan yang muncul adalah ketidaksiapan masyarakat dalam mencerna informasi yang beredar di media masa online serta media sosial. Ketidaksiapan tersebut dikarenakan kurangnya bacaan referensi yang dimiliki masyarakat pada umumnya (Hartono, 2018).

Masyarakat masih kurang memiliki keterampilan dalam menganalisa, mencerna, menentukan serta memutuskan antara informasi yang benar dan informasi yang salah. Hal ini menimbulkan banyak bermunculan informasi yang membentuk opini dan pendapat yang keliru dikarenakan situasi seperti ini memunculkan perkembangan *hoax* (berita bohong) (Hartono, 2018). Dalam konteks informasi yang mengkonstruksi pola pikir seseorang yang terdiri dari pengetahuan, media masa dan media sosial menentukan hal tersebut. Terlebih lagi pada masa sekarang di era digital revolusi industri 4.0 setiap individu mampu mengakses berbagai informasi dan pemberitaan yang membentuk opini publik, ditambah lagi informasi tersebut berisikan materi yang sensitif dan sentimental yang memancing kondisi psikologis seperti memancing gejolak emosi dan mengganggu logika berfikir sehat, karena bisa saja itu berkaitan dengan fakta tapi fakta yang telah dibumbui dengan berita fiktif yang diulang-ulang oleh media, hal ini dikenal dengan *post-truth*.

Kata *post-truth* merupakan representasi dari informasi pasca-kebenaran yang mana ada dalam fakta yang mengaburkan batasan antara berbohong dengan kebenaran yang dikatakan seperti halnya fakta yang dibuat-buat (Keyes, 2004; Kalpokas, 2019). Dengan kata lain, informasi yang tidak ada lagi batas antara kebenaran dengan kebohongan, yang berita itu seperti benar adanya dan ini didukung oleh penyelia berita itu sendiri secara berulang-ulang yaitu media masa dan sosial. Sehingga seperti fakta yang berbau fiktif, didengar ada tapi ketika dilihat itu hanya diada-adakan, hal ini menimbulkan munculnya *hoax*. Karakteristik dari *post-truth* adalah bersifat kualitatif dalam ketidakjujuran yang merupakan bagian dari politik yang secara praktis membuat fakta yang fiktif untuk mendukung narasi informasi kualitatif tadi seakan-akan betul, dengan kata lain fakta yang benar itu tidak ada lagi. Mereka hanya membuat dan menghadirkan segelintir cerita dan agenda yang disetting (Kalpokas, 2019).

Dalam hal ini media masa dan media sosial menjadi penentu, apakah sebagai alat atau tidak, terlepas dari memang dipegang oleh lembaga yang independen maupun tidak, mereka melaksanakan tersebut untuk menyampaikan informasi. Di era *post-truth* tidak ada lembaga atau institusi yang memonopoli berita lagi, mereka bebas menentukan dan mengambil berita, kejadian bahkan tren dan fenomena serta perlu digaris bawahi semuanya itu untuk bagaimana realitas sosial diwakilkan secara berkelanjutan sesuai dengan realita apa yang banyak diinginkan oleh orang-orang (Kalpokas, 2019; Lewandowsky, et al, 2017). Jika kita berbicara hal tersebut maka kita perlu memahami bagaimana kebenaran ditemukan dan kenapa itu disebut kebenaran. Kita tahu bahwa para filosof mencari dan selalu mengklaim kebenaran dari pengetahuannya, mereka melihat kebenaran tersebut apa adanya dari fakta yang ditemukan dan melakukan persuasi kepada orang lain untuk meyakini apa yang mereka yakini (Fuller, 2018; Peters, 2018). Dengan kata lain, para filosof tidak setuju proposisi benar atau salah, tapi lebih penting adalah mereka tidak setuju dari makna yang digunakan pada sesuatu dengan kata benar atau salah (Fuller, 2018; Peters, 2018).

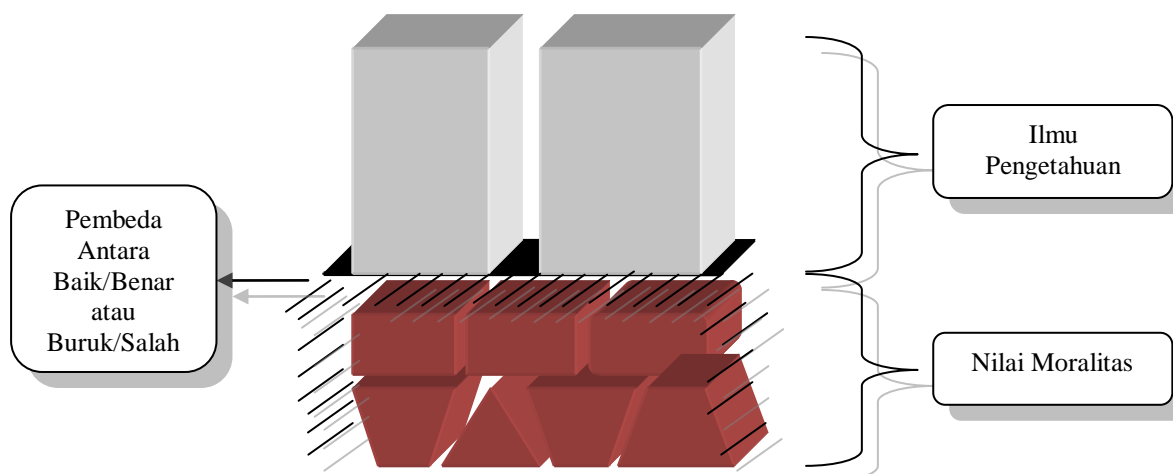
Benar atau salah merupakan kata yang relatif dimata para filosof untuk mengukur makna dari sesuatu yang dinilai. Akan tetapi mereka setuju bahwa kebenaran itu adalah kebenaran yang sesuai dengan fakta yang terjadi dan ada bukti yang cukup, bukan fakta yang dibumbukan dengan fiktif yang menyinggung sentiment dari suatu kelompok (Peters, 2018). *Post-truth* merupakan fakta yang dibumbukan dengan fiktif yang bertujuan untuk membentuk opini individu atau golongan agar mendukung informasi tersebut. Hal ini mempengaruhi situasi sosial, iklim sosial hingga iklim dalam dunia pendidikan dalam pola pikir mahasiswa

dan pelaku akademik itu sendiri. Karena informasi tersebut tersebar bukan hanya dari si *produser* awal melainkan juga dari si *konsumer* awal, karena kecenderungan bagi mereka untuk men-*share* informasi tanpa memfilter informasi terlebih dahulu, karena sudah terpapar sentimental informasi atau rasa ingin dikenal (*exhibition*).

Hartono (2018) menuliskan bahwa riset yang diselesaikan oleh Fahmi menemukan bahwa 92,40% *hoax* di Indonesia diklaim tersebar melalui media sosial (*facebook, twiter dll*), serta dengan kontinuitas melalui aplikasi *whatsapp, line dll* sebanyak 62,80%. Serta melalui situs web sebanyak 34,90%, baik berupa tulisan 62,10% dan gambar 37,50%. Berdasarkan penelitian Fahmi isu berita bohong (*hoax*) di era *post-truth* ini paling banyak adalah isu sosial-politik yaitu 91,80% dan setelah itu isu SARA (Suku, Agama, Ras dan Antargolongan) dengan 88,60%. Fenomena lapangan ini merupakan fenomena era *post-truth* yang mana mengedepankan keyakinan opini yang fiktif dari pada mengedepankan fakta real sesuai dengan bukti. Hal ini membentuk pola pikir dan perilaku individu yang terpapar oleh berita bohong di era *post-truth* ini menjadi manusia yang sentimen dan negatif dalam memandang sesuatu, kondisi ini merusak dan menular. Seperti dalam temuan fakta lapangan melalui observasi bahwasanya pengguna media sosial bukan hanya remaja sekolah, akan tetapi juga mahasiswa. Serta melalui wawancara dari salah satu pengguna tersebut di kota Padang mayoritas dari pengguna tersebut membagikan (*sharing*) informasi tersebut kepada orang lain melalui media sosial. Jika informasi itu memang benar adanya itu tidak akan masalah, yang mengkhawatirkan adalah ketika berita tersebut adalah bohong (tergolong *hoax*). Kondisi ini akan berimplikasi pada perspektif moral dan perilaku moral mahasiswa yang notabenehnya adalah civitas akademik yang memiliki pola pikir kritis dan ideal dalam menemukan kebenaran melalui proses belajar dan pengalamannya.

Moral merupakan aspek etis dan estetis dari hasrat dasar manusia yang menjunjung tinggi nilai keharmonisan dan kedamaian manusia sebagai makhluk yang bermartabat dan berfikir. Keharmonisan dan kedamaian tersebut terbentuk ketika adanya sistem nilai moral yang ada dan terbentuk dalam suatu lingkungan masyarakat (Faiz, A., et. al, 2018). Nilai yang juga merupakan moralitas yang dibentuk untuk menciptakan keselarasan dan membedakan antara baik atau buruk, benar atau salah, susila atau tidak susila dalam interaksi antar manusia (Wilujeng, 2013; Faiz, A. et. al, 2018). Semua itu berlaku dalam kelompok sosial budaya masyarakat, serta juga tertanam dalam diri manusia secara mendasar. Akan tetapi fakta sejarah menjelaskan bahwa dalam perkembangan keilmuan dan budaya manusia, manusia lebih membanggakan kemampuan akal dan rasionalitas di atas segalanya sehingga melahirkan istilah *post-truth* pada masa sekarang ini sehingga memblurkan dan membuat ragu apa makna “kebenaran” itu sendiri, serta yang disebut “baik dan buruk” itu seperti apa karena mereka telah mencampur adukan antara yang benar dan salah dalam bungkusan sentimen dan perasaan bukan lagi nilai moral yang menjadi tolok ukur.

Kekhawatiran itu sudah disampaikan oleh Kant yang menyuarakan bagaimana kembali pada pola filsafat moral, untuk menemukan kebenaran tidak hanya mengandalkan akal saja melainkan nilai moral yang hakiki dalam diri manusia itu sendiri sehingga membedakan antara manusia dengan hewan (Wilujeng, 2013). Dalam hal ini, Kant menekankan bahwa moralitas diatas segalanya dan moralitas menjadi pondasi dasar dari suatu ilmu pengetahuan sehingga memisahkan jelas antara pengetahuan yang benar dan pengetahuan yang salah baik dari segi ontologinya, epistemologinya maupun dari segi aksiologinya. Seperti yang telah dirumuskan oleh Burhanudin (2013) dalam diagram lingkaran yang dia susun bahwa etika merupakan inti dari filsafat dan filsafat merupakan inti lapisan kedua dari ilmu pengetahuan. Jika digambarkan moral merupakan pondasi dari ilmu pengetahuan maka mengembangkan ilustrasi tersebut bisa disusun sebagai berikut.



Gambar 1. Ilustrasi Hubungan Mendasar Antara Nilai Moralitas dengan Ilmu Pengetahuan dan Posisi Pembeda antara Baik/Buruk atau Benar/Salah

Berdasarkan fakta lapangan dan tantangan yang ditemui pada era *post-truth* ini ditambah lagi tantang pada masa globalisasi revolusi industri 4.0 yang menuntut persaingan dan originalitas dari keilmuan serta etika berfikir yang baik dan benar menjadi modal awal bagi generasi muda untuk berkarya dan cerdas dalam menemukan kebenaran. Hal ini menjadi ancaman tersendiri bagi kemajuan generasi muda Indonesia. Karena satu sisi mereka dituntut untuk mengikuti perkembangan zaman agar bisa menyiapkan diri dengan segala potensi untuk mengembangkan keilmuan, akan tetapi disatu sisi, tantangan dan wabah *post-truth* menyebarkan penularan informasi yang salah dan *hoax* sehingga mengganggu proses berfikir sehat dan bermoral bagi generasi muda.

Maka pada artikel ini, akan dipaparkan beberapa pertanyaan penelitian yaitu bagaimana kondisi moral remaja sebagai pelajar terkait pada era *post-truth*, serta bagaimana sintesis untuk mengantisipasi penularan ini bagi remaja sebagai pelajar. Untuk itu akan dikaji dalam perspektif pendekatan psikologi sosial, hal ini perlu dibahas karena untuk menjawab kekhawatiran yang telah disampaikan sebelumnya serta juga membantu mengaktivasi kesadaran individu akan kehati-hatian dalam menyerap informasi.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif untuk mendeskripsikan suatu kondisi, kualitas, dan persepsi suatu kelompok sampel mengenai suatu variabel dengan representasi angka atau skor yang diklasifikasikan dengan kriteria tertentu (Yusuf, 2010). Sampel yang diambil untuk penelitian ini terdiri dari 100 orang remaja siswa SMA di kota Padang yang diambil secara acak. Data dikumpulkan melalui angket kesadaran moral yang terdiri dari persepsi moral dengan 4 butir pernyataan, yaitu Apakah informasi yang anda terima bisa dipercaya atau tidak?, Menurut anda tidak mengikuti informasi sekarang merasa rugikah?, Apakah anda cenderung merasakan manfaat informasi bagi anda dan untuk umum yang diperoleh dari media sosial?, Bagaimana pandangan anda penggunaan media sosial bagi pelajar?. Perilaku moral 4 butir pernyataan yaitu Akankah anda cenderung membagikan informasi dari media sosial?, Adakah anda memeriksa terlebih dahulu informasi media sosial?, Bagaimana sikap anda ketika mendapatkan informasi dari media sosial?, Akankah anda menyetujui atau menghindari sikap dari informasi dari media sosial?.

Serta dianalisis melalui analisis distribusi frekuensi setiap butir yang mewakili setiap aspek pengukuran. Untuk lebih memberikan suatu analisis sintesis yang bisa menjadi suatu

bentuk asumsi solusi, maka temuan ini didiskusikan melalui perspektif psikologi sosial dengan pendekatan teori gestalt.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Temuan lapangan yang telah dikumpulkan melalui instrumen kesadaran moral yang dimodifikasi dan disesuaikan dengan kondisi era post-truth untuk remaja usia sekolah yang aktif dalam media sosial, menjelaskan untuk bagian persepsi moral dan perilaku moral.

1. Persepsi Moral

Responden yang merupakan remaja yang sedang menjalani pendidikan sekolah menengah atas yang mengisi butir instrumen kesadaran moral terkait dengan informasi yang diterima melalui media sosial, indikator dari pengukuran ini adalah persepsi moral tentang informasi tersebut dan perilaku moral tentang informasi tersebut.

Untuk persepsi moral, butir dari instrumen kesadaran moral dapat dilihat pada tabel 1 yang menjelaskan persentase dari jumlah responden yang menjawab butir persepsi moral tersebut. Pada tabel tersebut, dapat dilihat bahwa remaja merasa informasi yang mereka terima lewat media sosial dapat dipercaya (Butir 1: 69%). Mereka merasa jika tidak mengikuti informasi sekarang merasa rugi (Butir 2: 62%). Mereka cenderung merasakan manfaat informasi dari media sosial meskipun itu belum jelas adanya (Butir 3: 58%). Mengenai pandangan baik atau tidak media sosial bagi pelajar, mereka cenderung tidak (Butir 4: 52%).

Tabel 1. Persentase Respon Remaja tentang Persepsi Moral akan Informasi Media Sosial

No Butir	Butir Persepsi Moral	Iya	Tidak
1	Apakah informasi yang anda terima bisa dipercaya atau tidak	69	31
2	Menurut anda tidak mengikuti informasi sekarang merasa rugikah	62	38
3	Apakah anda cenderung merasakan manfaat informasi untuk anda dan umum yang diperoleh media sosial	58	42
4	Bagaimana pandangan anda penggunaan media sosial bagi pelajar, sesuai atau tidak	48	52

2. Perilaku Moral

Butir yang tersedia pada indikator perilaku moral tentang informasi pada media sosial adalah berkaitan dengan bagaimana menyikapi informasi yang diperoleh dari media sosial. Remaja cenderung membagikan informasi dari media sosial tanpa memikirkan efek dan kebenaran (Butir 5: 73%). Mereka tidak memeriksa informasi terlebih dahulu sebelum membagikan atau memahaminya (Butir 6: 57%). Sedangkan untuk percaya atau tidak dan mempraktekkan informasi, cenderung berimbang (Butir 7: Ya, 50% dan Tidak, 50%). Untuk netral pada informasi yang mereka peroleh dari media sosial (Butir 8: 56% Tidak).

Tabel 2. Persentase Respon Remaja tentang Perilaku Moral akan Informasi Media Sosial

No Butir	Butir Persepsi Moral	Iya	Tidak
5	Akankah anda cenderung membagikan informasi dari media sosial	73	27
6	Adakah anda memeriksa terlebih dahulu informasi media sosial	43	57
7	Bagaimana sikap anda ketika mendapatkan informasi dari media sosial, anda percaya atau tidak	50	50
8	Akankah anda netral akan sikap dari informasi dari media sosial	44	56

Respon yang diberikan oleh 100 responden tersebut menggambarkan kondisi nilai moral yang ada pada diri mereka masing-masing, meskipun instrumen ini hanya mengukur sebagian kecil dari kondisi persepsi moral dan perilaku moral, temuan ini juga diungkap melalui proses wawancara kepada responden terkait hal tersebut. Untuk temuan berdasarkan instrumentasi angket ini, menjelaskan bahwa responden mayoritas meyakini informasi media sosial bermanfaat dan bisa dipercaya kebenarannya hal ini didukung juga oleh banyak dan seringnya informasi tersebut dibagi pada setiap individu atau grup media sosial, sehingga perilaku moral berkaitan informasi media sosial mereka cenderung juga membagi informasi tersebut bahkan menerapkan informasi tersebut dalam perilakunya, sehingga hanya 44 % responden yang masih berusaha bersikap moral yang netral dengan informasi tersebut.

Sedangkan dari hasil wawancara untuk memklarifikasi temuan data angket sebelumnya, diperoleh dari 100 responden, 4 yang telah diwawancarai secara acak mengenai persepsi moral dan perilaku/sikap moral mereka dengan informasi dari media sosial sebagai berikut. Responden yang memiliki persepsi moral dan perilaku moral yang baik berkaitan informasi yang belum jelas kebenarannya dari media sosial mereka memiliki kesadaran kognitif dan antisipatif dalam setiap informasi yang diperoleh, sehingga nilai moral baik-buruk dan benar salah menjadi pertimbangannya, seperti pada partisipan 23 berikut.

“Saya setiap hari mendapatkan informasi terkait sosial, politik, pendidikan hingga agama di WhatsApp saya baik itu melalui japri maupun lewat grup, akan tetapi saya hanya menjadikan informasi tersebut sebagai konsumsi pribadi saya, karena baik-buruknya informasi tersebut akan berefek pada pikiran kita”.

Untuk bisa mengantisipasi hal tersebut partisipan ini berusaha untuk menetralsisir dan menyikapi informasi tersebut sebagai berikut.

“Saya kadang menghapus informasi tersebut di chat WhatsApp saya, kadang saya juga berusaha mengklarifikasi informasinya terlebih dahulu. Jikalaupun benar informasinya, saya tidak membagi informasinya ke yang lain. Kecuali informasi tersebut bermanfaat bagi orang lain. Bagi saya kebermanfaatan informasi tersebut tidak begitu besar, makanya rata-rata saya hapus langsung”.

Sedangkan bagi partisipan yang memiliki lemahnya kesadaran persepsi moral dan perilaku moralnya berkaitan informasi dari media sosial, mereka kurang memunculkan kesadaran kognitif pertimbangan hingga hanya berfokus pada waktu sekarang untuk mengejar kepuasan sementara, seperti partisipan 13 berikut.

“Ketika saya menerima informasi via media sosial seperti instagram dan WhatsApp, saya merasa kalau informasi tersebut harus dibagi kepada semua teman saya, karena suatu kebanggaan bagi saya ketika saya membagi informasi tersebut. Mungkin ada beberapa informasi yang sensitif, akan tetapi setiap orang tentu memiliki pandangan berbeda dalam menerima informasi tersebut”

Untuk memperjelas bagaimana sikap dan perilakunya menyikapi informasi tersebut sebagai berikut.

“Saya memaklumi bahwa pada masa ini arus informasi sangat mudah dan banyak, saya menjadikan informasi itu sebagai patokan melihat kondisi pada masa sekarang. Oleh karena itu, saya membagi informasi tersebut meskipun belum bermanfaat bagi yang lain. Kadang memang saya kurang memperhatikan informasinya, kadang pengaruh teman dalam membagikan informasi di media sosial mendorong saya juga membagi informasi juga, akan tetapi saya tidak menyikapi betul jika informasi tersebut sensitif.

Akan tetapi berbeda dengan partisipan 31 yang antara persepsi moral akan berita bohong dengan perilaku moralnya berbeda, sebagai berikut.

“Saya telah menggunakan HP android sejak SMP, dan saya aktif di media sosial instagram dan WhatsApp. Saya sangat terbantu mengikuti berita dan informasi yang saya peroleh dari media sosial tersebut, kadang saya ikut terpancing dengan informasi tersebut

yang kadang berunsur SARA, budaya, politik hingga ekonomi. Saya merasa hal ini penting untuk di bagi, tapi saya merasakan bahwa jika ini media sosial, tentu bukan hanya saya yang mendapatkan informasi ini, tentu semuanya juga dapat maka saya menyimpan informasi ini untuk saya kadang saya hapus begitu saja”

Dalam menyikapi tersebut partisipan 31 ini cenderung tidak membagikan informasi dan juga tidak bersikap atau menjustifikasi informasi tersebut seperti

“Kadang pemikiran saya terpancing sehingga persepsi saya jadi buruk juga memandang sesuatu hal dari informasi ini. Akan tetapi saya berusaha tidak membagikan informasi tersebut karena saya menimbang efeknya nanti, jikalau orang lain mendapatkan info yang sama, yang jelas itu bukan dari saya. Saya pun cenderung tidak berbuat negatif karena terpancing informasi ini”.

Secara umum, studi pendahuluan dari survey dan wawancara ini menemukan bahwa identifikasi moral remaja dari segi persepsi dan perilaku moral dalam menggunakan dan mendapatkan informasi dari media sosial yang sarat berisikan informasi bohong/*hoax* di era *post-truth* ini masih berada pada kondisi yang cukup memprihatinkan, hal ini dilihat dari tabel 1 dan 2 di atas, yang rata-rata mereka menanggapi setiap informasi yang diperoleh hingga membagikan informasi tersebut kepada yang lain, akan tetapi cukup baiknya adalah sikap netral mereka dalam menyikapi atau bertindak berdasarkan informasi tersebut masih pada posisi netral.

Hal ini cukup menjadi perhatian khusus yang perlu di benahi pada era *post-truth* ini, apalagi dengan revolusi industri 4.0 yang merupakan era digital dan online. Sehingga informasi bisa menyebar dari mana saja dan untuk siapa saja tanpa jelas sumber informasi dan kebenaran informasi tersebut. Maka hal ini perlu didiskusikan untuk menemukan asumsi teoritis kenapa bisa terjadi temuan tersebut pada remaja yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

Pembahasan

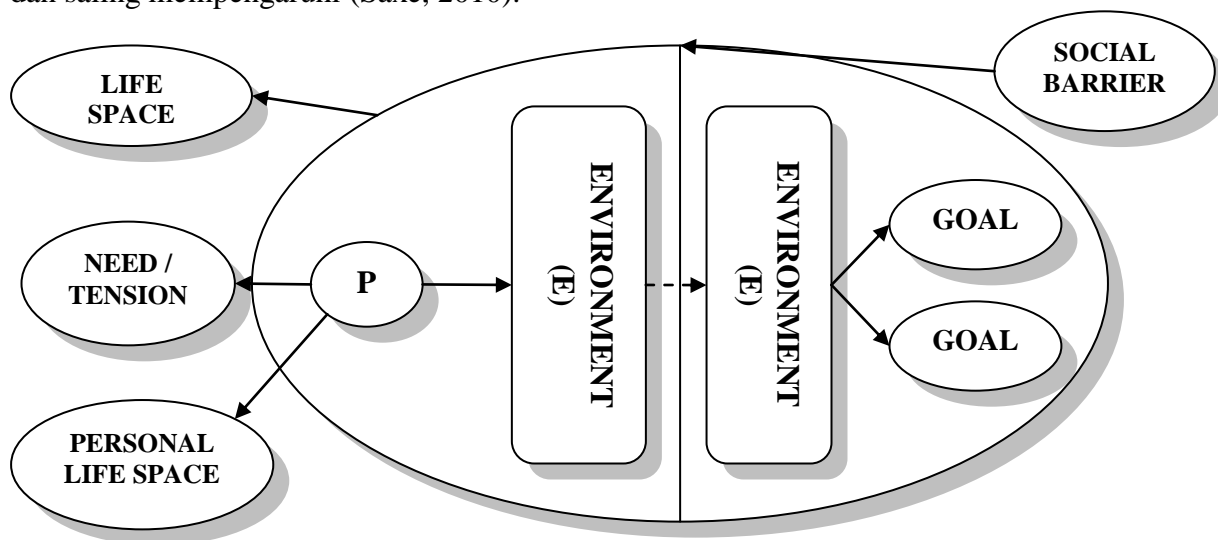
Jawaban dari hasil wawancara dan respon dari setiap butir angket tersebut mencerminkan bahwa adanya perbedaan dalam persepsi moral dan perilaku moral yang ditampakkan oleh remaja yang merupakan pelajar di sekolah menengah atas. Tidak hanya perbedaan tersebut, melainkan kecenderungan persepsi moral mereka mengenai informasi pada media sosial, dianggap dibutuhkan, dipercayai bahkan suatu kebanggaan untuk di bagi ke teman dan grup media sosial mereka. Tanpa mengkhawatirkan efek informasi tersebut, ada kecenderungan kurang memahami kepentingan pribadi atau ranah pribadi dan kepentingan atau ranah sosial/umum (Nida, 2013).

Dalam pendapat Arnold Toynbee bahwa dari 21 kemajuan dunia dalam hal budaya dan peradaban, 19 diantaranya musnah bukan disebabkan oleh pengaruh atau serangan dari luar, akan tetapi disebabkan oleh penyakit moral dari internal negara tersebut (Nida, 2013). Hal ini jelas bahwa pembangunan karakter moral baik persepsi maupun perilaku harus dibentuk terlebih dahulu agar menjadikan negara dan masyarakat yang memiliki nilai moral dan karakter yang bagus.

Kondisi moral tidak terlepas dari bagaimana individu dalam lingkungan sosial budaya mereka itu sendiri. Dalam pandangan psikologi sosial bahwasanya konstruksi sosial terbentuk karena adanya kesepakatan sosial dari setiap individu dalam kelompok (Chirkov, 2011), sehingga kebudayaan itu muncul dari setiap generasi ke generasi berikutnya, kebudayaan tersebut termasuk pewarisan pola pikir, persepsi hingga perilaku sosial yang terjadi (Chirkov, 2011; Bandura, 2018). Kebudayaan yang salah akan memunculkan perilaku yang salah yang menyimpang dengan nilai moral yang berkaitan dengan bagaimana seharusnya mempersepsi hingga berperilaku dan bersikap. Kekurangterlibatan moral dalam perilaku sosial memiliki pengaruh pada perilaku menyimpang meskipun perilaku tersebut melalui

topeng prososial (Bandura, 2016: 35). Hal ini menjelaskan bahwa ada hubungan antara adanya keterlibatan sosial, baik dengan perilaku menyimpang seperti dengan membagikan informasi yang salah (*hoax*), ada atau tidaknya intensional, sadar atau tidaknya hal inilah yang memunculkan sentimen dan permasalahan sosial pada era *post-truth*.

Dalam pandangan perspektif psikologi sosial gestalt menjelaskan bahwa kondisi persepsi individu dengan sosial memiliki wilayah (*domain*) yang berbeda, akan tetapi saling bersinggungan satu dengan yang lain. Sehingga perlu dilihat secara holistik (*gestalt*), pengembangan dari perspektif psikologi sosial dalam gestalt salah satunya adalah teori lapangan (*field theory*) dari Kurt Lewin. Dalam pandangannya perilaku manusia dilihat dari fungsinya dalam interaksi sosial secara fisik dan sosial (Saxe, 2010). Dalam pandangan Lewin, bahwa perilaku individu (B) yang terdiri dari kebutuhan (*tension*) berupa pemikiran persepsi, tindakan, dan nilai moral dicerminkan oleh individu tersebut sebagai personal *life space* (P) yang berinteraksi dengan lingkungan sosial *life space* (E) yang saling berinteraksi dan saling mempengaruhi (Saxe, 2010).



.Gambar 2. Life Space dalam Interaksi Sosial Individu dalam Lingkungan Sosial dan Lingkungan Tujuan dalam Teori Lapangan Gestalt

Pada gambar 2 tersebut jelas dapat dilihat bahwa individu yang memiliki ruang hidup pribadi yang berada dalam ruang hidup yang luas harus berinteraksi sosial untuk mencapai tujuannya karena disebabkan adanya kebutuhan dan tegangan dalam diri dan keluar dari ruang hidup pribadi ke lingkungan sosial yaitu ruang hidup individu lainnya dan berinteraksi untuk memasuki ruang hidup lainnya dalam mencapai tujuan kebutuhan tersebut.

Kondisi ini menuntut penerimaan dan persyaratan dari lingkungan sosial agar mampu masuk ke ruang hidup tujuan tersebut, hal ini direpresentasikan melalui garis batas sosial (*Social Barrier*). Dengan kata lain, individu merupakan produk dari lingkungan dan harus memenuhi persyaratan dan sesuai dengan nilai budaya moral yang dijunjung oleh lingkungan sosial tersebut (Al Wisol, 2005).

Jika dilihat mengapa remaja yang dijadikan responden untuk studi ini lebih memilih untuk ikut dan mempercayai informasi yang diperoleh dari media sosial dan membaginya ke orang lain, hal ini karena adanya efek ruang hidup lain yang mempengaruhinya untuk bisa terlibat dengan lingkungan tersebut untuk mengejar pengakuan, mencapai tujuan serta melaksakan tegangan dalam diri di lingkungan sosialnya. Akan tetapi, dalam teori lapangan gestalt ini, individu yang tidak memenuhi tersebut atau tidak ingin terlibat dalam kehidupan sosialnya maka dia akan menghadapi kondisi psikologis *unfinished bussines* yaitu kondisi adanya kebutuhan dan tujuan yang belum terpenuhi (Saxe, 2010).

Jika kondisi era *post-truth* menjadikan individu dalam lingkungan sosial terjebak dengan ruang hidup yang sarat dengan informasi dari media sosial, maka hal yang paling penting untuk membentuk nilai moral individu adalah kesadaran moral itu sendiri yang perlu dibentuk. Seperti halnya Toynbee (Nida, 2003) mengatakan bahwa peradaban yang maju sekalipun akan hancur bukan karena pengaruh dan penaklukan dari luar, melainkan lemahnya moral individu dalam kelompok sosialnya (*life space*) yang hal tersebut dibudayakan dari generasi ke generasi.

Kondisi lapangan yang telah ditemukan tersebut merupakan deskripsi lapangan bagaimana media sosial yang terintegrasi dalam teknologi komunikasi sudah sangat melekat pada ruang hidup pribadi individu dan menjadikan itu budaya dan kebiasaan dalam ruang hidup sosial masyarakat. Sehingga persepsi dan perilaku moral individu dalam ruang hidup sosial berubah seiring dengan berubahnya nilai yang dijunjung oleh kelompok sosial tersebut. Meskipun demikian, dari temuan tersebut masih adanya remaja yang masih memiliki kesadaran moral dalam mempertahankan dan menghindari persepsi dan perilakunya dari pengaruh informasi *hoax* di era *post-truth*.

SIMPULAN

Berdasarkan diskusi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kehidupan sosial masyarakat selalu berubah dan hal tersebut tidak lepas pengaruhnya pada kondisi psikologis individu dalam kelompok sosial budaya. Hal ini disebut dengan proses pembudayaan dalam kehidupan sosial.

Kondisi ini juga mempengaruhi kondisi nilai moral dalam diri individu dimulai dari persepsi moralnya hingga perilaku moral individu. Seperti temuan di atas jelas bahwa dari 100 responden rata-rata dalam persepsi moral mereka mengenai informasi dari media sosial, mereka merasakan hal tersebut bermanfaat dan kurangnya usaha mengklarifikasi informasi tersebut, ditambah lagi ada kecenderungan untuk membagikan informasi tersebut kepada orang lain. Jika dilihat dari pandangan teori lapangan psikologi sosial hal ini wajar terjadi karena ruang hidup individu terkait dengan ruang hidup sosialnya, untuk bisa mencapai tujuannya dalam ruang hidup sosial, maka mereka harus interaksi dan membuktikan keberadaannya dalam media sosial di era *post-truth* ini. Meski dari 100 responden tersebut masih adanya 50% nya memiliki perilaku moral yang baik dalam menyikapi untuk mengklarifikasi informasi dari media sosial.

Akan tetapi, pekerjaan rumah besar bagi para pendidik dan pemerhati karakter yang menjunjung tinggi nilai moral dan budaya bangsa, bahwa keterlibatan moral dalam pemikiran dan perilaku harus tertanam dan mempribadi bagi individu terutama remaja sebagai pelajar. Melalui peningkatan pendidikan karakter dan kesadaran moral antara baik-buruk dan benar-salah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfaiz, A. (2018). Guidance and Counseling Profession: a Philosophy and Professional Challenges In The Future. *Couns-Edu: International Journal of Counseling and Education*, 3(1): pp. 44-47. DOI: <https://doi.org/10.23916/0020180313420>. <http://journal.konselor.or.id/index.php/cousedu/article/view/134>.
- Bandura, A. (2016). *“Moral Disengagement”*. Worth Publisher. New York.
- Barrera, O. Guriev, S. Henry, & Zhuravskaya, E. (2018). Facts, Alternative Facts, and Fact Checking in Times of Post-Truth Politics.
- Block, D. (2019). Post-Truth and Political Discourse. *Palgrave MacMillan*.
- Brassington, I. (2007). Truth and Normativity An Inquiry into the Basis of Everyday Moral Claims. *Ashgate Publishing Company*

- Burhanuddin. A. (2013). Etika keilmuan. Retrieved May 20, 2017, from website: https://afidburhanuddin.files.wordpress.com/2012/05/etikakeilmuan_2013_1.pdf.
- Chirkov, V. Ryan, M.R, Sheldon, M. K. (2011). “*Human Autonomy in Cross-Cultural Context*”. Springer.
- Faiz, A., Dharmayanti, A., & Nofrita. (2018). Etika Bimbingan dan Konseling dalam Pendekatan Filsafat Ilmu. *Indonesian Journal of Educational Counseling*. 2 (1). 1-12. <https://doi.org/10.30653/001.201821.26>.
<http://ijec.ejournal.id/index.php/counseling/article/view/26>.
- Forstner, J. (2018). *Something Has Cracked: Post-Truth Politics and Richard Rorty's Postmodernist Bourgeois Liberalism*. Ash Center for Democratic Governance and Innovation. Harvard Kennedy School.
- Fluck, M. (2017). The Concept of Truth in International Relation Theory Critical Thought Beyond Post-Positivism. *Palgrave MacMillan*.
- Fuller. S. (2018). Post-Truth Knowledge as a Power Game. *Anthem Press*.
- Hartono, R. (2018). Era Post-Truth: Melawan Hoax dengan Fact Checking. *Prosiding Seminar Nasional Prodi Ilmu Pemerintah*.
- Misak, C. (2000). Truth, Politics, Morality Pragmatism and Deliberation. *Routledge*, London
- Nida, K.L.F. (2013). “Intervensi Teori Perkembangan Moral Lawrence Kohlberg Dalam Dinamika Pendidikan Karakter”. *Edukasia: Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*. Vol. 8. No. 2.
- Peters, M.A, Rider, S, Hyvonen, M, Besley, T. (2018). Post-Truth, Fake News Viral Modernity & Higher Education. *Springer*
- Saxe, L. (2010). “Lewin, Kurt (1890-1947). *Research Gate Publication*.
<https://www.researchgate.net/publication/317388452>.
- Sim, S. (2019). Post-Truth, Scepticism & Power. *Palgrave MacMillan*.
- Sismondo, S. (2017). Post-Truth?. *Social Studies of Science*. Vol. 47 (1). Hal (3-6).
<http://DOI.org/10.1177/0306312717692076>. <http://journals.sagepub.com/home/sss>.
- Syuhada, K.D. (2017). Etika Media di Era “Post-Truth”. *Jurnal Komunikasi Indonesia*. Vol. 5. No. 1.
- Wilujeng, S. R. (2013). Filsafat, etika dan ilmu: Upaya memahami hakikat ilmu dalam konteks keindonesiaan. *HUMANIKA*, 17(1), 79-90.
- Yuzarion, Y., Alfaiz, A., Kardo, R., & Dahren, L.D. (2017). Condition of perceived selfefficacy as a predictive of student readiness in college tasks. *Terapeutik: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 1(2),105–112. DOI: <https://doi.org/10.26539/1221>.
<https://ejournal-bk.unindra.ac.id/index.php/terapeutik/article/view/21>.
- Yuzarion, Y., Alfaiz, A., Kardo, R., Dianto, M., & Dahren, L. D. (2018). Supervision in counseling service based on psychological test result to student's learning satisfaction. *Konselor*, 7(12), 63–70. <https://doi.org/10.24036/020187210736-0-00>.
<http://ejournal.unp.ac.id/index.php/konselor/article/view/10736>.
- Zulfikar, Z, Alfaiz, A, Zaini, A, Suarja, S, Nofrita, N & Kardo, R. (2019). Counseling as A Science or Educational Practice in Multicultural Philosophy Dimension (a Synthesize and Counselor Perception about Counseling Profession). *International Journal of Research in Counseling and Education*, 3 (1): pp 1-7,
<https://doi.org/10.24036/0049za0002>,
<http://ppsfip.ppj.unp.ac.id/index.php/ijrice/article/view/49>.