

ABSTRAK

Istilah post-truth didefinisikan sebagai kondisi di mana fakta tidak lagi memiliki pengaruh yang besar dalam membentuk opini publik dibanding emosi dan keyakinan personal. Istilah ini mengalami peningkatan pada penggunaannya beberapa tahun terakhir. Penggunaan tertinggi terjadi sepanjang tahun 2016 dengan angka peningkatan penggunaan mencapai 2000%. Post-Truth menjadi fenomena dan dinobatkan sebagai *Oxford Dictionary Word of The Year 2016*.

Khalayak memiliki peran yang besar dalam proses pemaknaan produk media, penonton film adalah salah satunya. Film dokumenter digolongkan memiliki khalayak lebih tersegmentasi menilik dari segi konten yang dimilikinya. Post-truth, film dokumenter, dan khalayak yang memiliki persepsi dalam porsinya masing-masing memunculkan harmonisasi bagaimana penonton meresepsi makna post-truth yang sarat akan kebenaran yang telah dipengaruhi opini dan keyakinan personal dalam film dokumenter yang sarat akan fakta. Penelitian ini berusaha untuk melihat bagaimana penonton film dokumenter meresepsi makna post-truth dalam film dokumenter melalui film-film kategori Perspektif Festival Film Dokumenter 2017 “Post-Truth”

Menggunakan *Consolidated Analytical Framework* untuk melihat posisi implikasi pesan post-truth sebagai realita sosial yang terjadi dalam film maupun kehidupan sebenarnya, penelitian ini menunjukkan hasil yang menarik mengenai cara penonton film dokumenter meresepsi pesan dalam film dokumenter. Post-truth sebagai sebuah fenomena dilihat sebagai fenomena kebenaran yang dipengaruhi oleh persepsi orang-orang dan tujuan pembentuk kebenaran itu sendiri.

Kata Kunci: Khalayak, Film Dokumenter, Post-Truth, Resepsi

ABSTRACT

Post-Trust is a term defined as circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief. This term has increased in use in recent years. The highest record occurred throughout 2016 which usage rate reaching 2000%. Post-truth became a phenomenon and awarded as Oxford Dictionary Word of The Year 2016.

Audience have a big role in reception process on media products, one of them is film audience. Documentary Films are classified as having more segmented segmentation in terms of content they have. Post-truth, documentary films, and audience which is having perception in each portions bringing harmonization on how are the audiences perceiving the meaning of post-truth which talks about opinion-influenced truth and personal belief in documentary film which talks about fact and reflection of reality. This research is trying to see how the documentary film audiences perceives the meaning of post-truth in documentary films through the film of Perspektif Category of Festival Film Dokumenter 2017 "Post-Truth."

Using Consolidated Analytical Framework to see implication position of the meaning of post-truth as social reality that is occurred in the films and real life, this research has showed interesting result about the way documentary film audiences perceived messages in documentary film. Post-truth as a phenomenon has been seen as truth phenomenon that is influenced by each perception of people and the purpose of truth-maker itself.

Key Word: Audience, Documentary Film, Post-Truth, Reception

