



USAID
DARI RAKYAT AMERIKA



Internews
Local voices. Global change.

Tipologi Hoaks Pilpres 2019

MASYARAKAT ANTIFITNAH INDONESIA

Penulis

Finsensius Yuli Purnama, Fitri Murfianti, Nuril Hidayah,
Anita Wahid, Wijayanto, Hamdan Kurniawan, M. Habib Shaleh,
Lo'ina Lalolo Krina Perangin-angin, Raundoh Tul Jannah,
Syifa'ul Arifin, Khairunnisa Nur Agustyati



Tipologi Hoaks Pilpres 2019

Tipologi Hoaks Pilpres 2019

Copyright ©2023, Mafindo

All rights reserved

Penulis :

Finsensus Yuli Purnama, Fitri Murlianti,

Nuril Hidayah, Anita Wahid, Wijeyanto, Hamdan Kurniawan,

M. Habib Shaleh, Syifa'ul Arifin, Khairunnisa Nur Agustyati,

Lolna Laloto Krina Perangin-angin, Raundoh Tul Jannah

Editor :

Nuril Hidayah

Layout dan Cover :

Toper Graphic Studio

Christopher Chandra

Febrian Helmi Raharjo

"Buku ini terlaksana atas dukungan rakyat Amerika Serikat melalui USAID, isinya adalah tanggung jawab Mafindo dan tidak mencerminkan pandangan Internews, USAID, atau Pemerintah Amerika Serikat."

Diterbitkan atas Kerjasama :

Mafindo (Masyarakat Antifitnah Indonesia), USAID, dan Internews

Cetakan I, September 2023

ISBN 978-623-8091-69-0

Alamat Penerbit

BILDUNG

Jl. Raya Pleret KM 2 Banguntapan Bantul Yogyakarta 55791

Email: bildungpustakautama@gmail.com

Website: www.penerbitbildung.com

Anggota IKAPI

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku tanpa izin tertulis dari Penerbit dan Penulis

Tipologi Hoaks Pilpres 2019

MASYARAKAT ANTIFITNAH INDONESIA

Kata Pengantar

Pemilu 2024 sudah di depan mata. Pesta demokrasi kali ini akan menjadi yang terbesar bagi bangsa Indonesia karena Pemilihan Anggota Legislatif (Pilleg), Pemilihan Presiden (Pilpres), dan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) akan dilaksanakan secara serentak di tahun tersebut. Jadwal penyelenggaraan Pemilu 2024 berlangsung dalam 20 tahap, dimulai dari Tahapan Penyusunan Perencanaan, Program dan Anggaran Pemilu serta Penyusunan Peraturan KPU (PKPU) pada 14 Juni 2022, dan berakhir dengan pengucapan sumpah atau janji anggota legislatif, serta presiden dan wakil presiden terpilih di bulan Oktober 2024. Setelah itu barulah proses Pilkada dilaksanakan pada November 2024. Seluruh proses penyelenggaraan Pemilu 2024 akan memakan waktu lebih dari 2 tahun.

Setiap tahapan tentunya menghasilkan sejumlah besar informasi yang membuka peluang terjadinya disinformasi, misinformasi, maupun malinformasi. Kekacauan informasi dalam berbagai bentuknya semakin luas tersebar dengan adanya penggunaan sistem atau bot yang mensimulasikan manusia, influencer maupun buzzers uang untuk mengarahkan topik yang sedang tren atau mendorong isu tertentu agar populer. Hal ini diperparah oleh penggunaan kampanye hitam yang terorganisir dan terkoordinasi dengan tujuan untuk merusak reputasi lawan/oposisi. Selain itu ada politik identitas maupun SARA yang mendorong terjadinya polarisasi masyarakat menjadi kelompok yang saling bertentangan. Polarasi merusak nilai-nilai demokrasi, memperburuk intoleransi dan memperkuat diskriminasi bahkan meningkatkan kekerasan di berbagai lapisan masyarakat. Masyarakat berada pada situasi "kita versus mereka".

Situasi itulah yang terjadi pada pemilu sebelumnya, terutama Pemilu 2019. Jika di Pemilu 2014, hoaks berjalan satu arah dan hanya menyerang satu pihak tertentu, di Pemilu 2019, hoaks berjalan dua arah, kedua belah pihak saling menyerang. Jika di Pemilu 2014, hoaks untuk mendelegitimasi pemilu baru muncul pada saat pengumpulan suara di Pemilu 2019, hoaks untuk mendelegitimasi pemilu sudah muncul jauh sebelum pemungutan suara dimulai. Pola yang sama sudah mulai tampak dari penyebaran hoaks politik di akhir tahun 2022. Hoaks dan hasutan kebencian menimbulkan dampak baik di level personal maupun di level komunitas dan masyarakat. Di level personal, hoaks dan hasutan kebencian bisa membuat seseorang mendiskreditkan atau malah mengagung-agungkan seseorang secara berlebihan.

Pada level komunitas dan masyarakat, hoaks dan kebencian dapat menimbulkan rasa takut (*fear mongering*), rasa tidak percaya (*distrust*) maupun kebimbangan yang mendorong sikap apatis terhadap berbagai kebijakan yang dibuat, serta menyuburkan ujaran kebencian (*hate speech*) dan eksploitasi SARA, yang pada akhirnya dapat menimbulkan potensi kekacauan (*choos*). Dalam bentuknya yang paling ekstrem, hasutan kebencian dan hoaks dapat mengikis demokrasi dan merusak harkat martabat manusia.

Pemahaman tentang tipologi hoaks Pemilu 2019 menjadi penting terutama untuk mendeteksi secara dini hoaks yang beredar menjelang Pemilu 2024. Pemahaman tersebut diharapkan dapat memperkuat kemampuan mendeteksi, menganalisis, dan mengungkap disinformasi pemilu. Dimana pada akhirnya, pemahaman tersebut dapat memperkuat ketahanan masyarakat terhadap disinformasi pemilu. Masyarakat tak lagi mudah terpancing dan terpecah belah.

Ucapan terima kasih dan penghargaan luar biasa diucapkan kepada Tim Litbang Mafindo, dipimpin Nuril Hidayah a.k.a Vaya Arina, bersama Septiaji Eko Nugroho (Ketua Presidium Mafindo), Sitti Reskiawaty Utami Kamil (Tami Kamil), Fathul Gorib yang sudah membantu mengumpulkan data serta menyusun draft awal instrumen coding. Juga kepada Fins Purnama dan Fitri Murfianti yang sudah melakukan analisis data hasil pemetaan. Selain itu, kepada para kontributor yang sudah meluangkan waktu untuk berbagi pemikiran kritisnya, khususnya kepada Anita Wahid (Presidium Mafindo 2018–2020), Wijayanto (Direktur LP3ES), Hamdan Kurniawan (Ketua KPU DI Yogyakarta), Muhammad Habib Shaleh (Ketua Bawaslu Magelang), Khoirunnisa Nur Agustyati (Direktur Eksekutif Perludem), serta Syifauf Arifin (Presidium Mafindo) dan Raundoh Tul Jannah (Komite Litbang Mafindo).

Kepada para pembaca, selamat menikmati eksplorasi dalam Laporan
Tipologi Hoaks Pilpres 2019.

Presidium Mafindo Pengampu Komite Litbang.

Loira Laloto Krina Perangin-angin

Daftar Isi

Pengantar

Loine Lololo K. Perangin-angin (Presidium Pengampu Komite Litbang Mafindo).....	1
Daftar Isi.....	3
Daftar Tabel.....	5
Daftar Grafik.....	6
Ikhtisar.....	7

BAB I.....	9
------------	---

Selayang Pandang

BAB II.....	15
-------------	----

Tahapan Pemetaan

BAB III.....	19
--------------	----

Hoaks dalam Angka

Politik : Delegitimasi Pemilu.....	21
Pemetaan Hoaks terkait Target Proses.....	31
Tindak Lanjut.....	33

BAB IV.....	35
-------------	----

Hoaks dan Potensi Kerawanan Pemilu

Meningkatnya Jumlah Hoaks di Tahapan Pasca Pilpres.....	37
Polarisasi yang Semakin Tajam Antarpending.....	39
Waspada Potensi Delegitimasi Pemilu.....	41
Kerentanan KPU sebagai Lembaga Penyelenggara Pemilu.....	43

BAB V.....	45
------------	----

Call to Action

PASUKAN SIBER DAN DISINFORMASI POLITIK PADA PEMILU 2019 (LP3ES).....	51
HOAKS, POLARISASI, DAN DEMOKRASI (MAFINDO).....	61
MERAWAT AKAL SEHAT DALAM PEMILU (KPU DI YOGYAKARTA).....	71
HOAKS LAKSANA VIRUS. BISA SERANG SIAPA SAJA STUDI KASUS TAHAPAN PEMILU 2019 DI KABUPATEN MAGELANG (BAWASLU MAGELANG).....	75
ANCAMAN DEEPFAKE KARENA POLARISASI (MAFINDO).....	79
EVOLUSI KONTEN HOAKS DELEGITIMATIF PEMILU 2024 DI TWITTER.....	87
UPAYA MENANGGULANGI PENYEBARAN HOAKS PADA PEMILU 2024, REFLEKSI PEMILU 2019 (PERLUDEM).....	107
PREBUNKING: USAHA MENCAPAI MASYARAKAT DENGAN HERD IMMUNITY HOAKS (SWISS GERMAN UNIVERSITY).....	117
PROFIL PENULIS.....	123

Daftar Tabel

TABEL 1.....	18
Hasil Uji Reliabilitas	
TABEL 2.....	21
Distribusi Frekuensi Jumlah Hoaks pada Tahapan Pilpres	
TABEL 3.....	22
Tabulasi Silang Entitas – Tahapan	
TABEL 4.....	24
Tabulasi Silang Target Proses – Tahapan	
TABEL 5.....	26
Distribusi Frekuensi Target Entitas	
TABEL 6.....	28
Lima Besar Target Entitas dari Hoaks	
TABEL 7.....	31
Jumlah Hoaks pada Pilpres 2019	
TABEL 8.....	33
Pemetaan Aktor Yang Melakukan Tindak Lanjut atas Hoaks	
TABEL 9.....	42
Potensi Dampak Hoaks	
TABEL 1.....	110
Bentuk Kekacauan Informasi Pemilu yang Beredar di Pemilu 2019	

Daftar Grafik

GRAFIK 1.....	23
Hoaks atas Target Entitas di Tiap Tahapan	
GRAFIK 2.....	25
Hoaks atas Target Proses di Tiap Tahapan	
GRAFIK 3.....	29
Jumlah Hoaks pada 5 Entitas Tertinggi	
Target Hoaks di Tiap Tahapan	
GRAFIK 4.....	32
Persentase Hoaks atas Target Proses	
GRAFIK 5.....	34
Jumlah Inisiatif Klarifikasi	
Hoaks Pilpres 2019	

Ikhtisar

Mafindo melakukan pengamatan pada peredaran hoaks selama berbagai periode pemilu di Indonesia, dan menemukan adanya peningkatan intensitas hoaks pada momen-momen tertentu, terutama saat ada event politik. Data yang diperoleh menunjukkan peningkatan jumlah hoaks dari tahun 2018 hingga 2022, dengan jumlah tertinggi pada tahun 2020 (2298 hoaks) saat muncul wabah Covid-19. Walaupun data ini tidak merepresentasikan seluruh hoaks yang beredar karena hanya berdasarkan tangkapan dari tim fact-checker Mafindo dan laporan dari masyarakat, namun pemetaan ini dapat menggambarkan variasi isu dan metode yang digunakan dalam penyebaran hoaks.

Mafindo melakukan pemetaan hoaks pada Pilpres 2019 untuk mendapatkan gambaran komprehensif dan objektif terkait peta narasi hoaks serta sebagai antisipasi terhadap hoaks yang mungkin akan beredar pada periode pemilu 2024. Kajian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis isi kuantitatif pada 128 narasi hoaks sepanjang Pilpres 2019 dan dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu seleksi berdasarkan tema hoaks Pilpres 2019, pembentukan coding unit, dan pengisian lembar coding, pemetaan, interpretasi, dan pembahasan. Proses ini melibatkan panel ahli dan menggunakan uji validitas dan reliabilitas.

Berdasarkan pemetaan tipologi hoaks pemilu 2019 yang telah dilakukan, dapat dipaparkan bahwa, temuan hoaks menyebar dalam tiga tahapan utama: pra-pemilu, hari H pemilu, dan pasca-pemilu. Namun, ternyata tidak ada hoaks yang ditemukan pada hari H pemilu, dan cenderung melonjak tinggi pada tahap pasca-pemilu. Pada tahapan pra-pemilu, hoaks paling banyak membahas proses kampanye (14,8% dari 128 temuan), termasuk dukungan atau penolakan terhadap kandidat, juga tentang hasil survei palsu. Sementara pada masa pasca pemilu, hoaks yang beredar lebih banyak tentang pemungutan suara (14,1%), dan proses sengketa pemilu (39,8%), yang menjadikan sebagai hoaks yang paling populer masa ini. Menariknya, proses pemungutan suara dan penghitungan suara juga menjadi bahan hoaks sebelum pemilu berlangsung, yang mengindikasikan dugaan adanya upaya delegitimasi hasil pemilihan sejak awal. Sementara pada tahap pasca-pemilu, hoaks terbanyak berkaitan dengan proses sengketa pemilu, yang mungkin adalah upaya untuk mempengaruhi opini publik sebelum jatuhnya putusan Mahkamah Konstitusi.

Kandidat dan pendukungnya adalah target utama hoaks, dari 128 hoaks selama pemilu, paling banyak menyerang pendukung kandidat (35%) dan kandidat (25%). Hal ini berkaitan dengan fanatisme buta, di mana pendukung fanatik cenderung mempertahankan kandidat mereka sekuat mungkin, termasuk melalui penyebaran hoaks di media sosial. Selanjutnya, Komisi Pemilihan Umum (KPU) menduduki posisi ketiga target hoaks (15,6%), diikuti oleh aparat kepolisian (11,7%) dan pemerintah pusat (7%).

Terkait topik, hoaks terbanyak berhubungan dengan sengketa pemilu, terutama menyerang para pendukung kandidat (12,5%) dan kandidat (8,6%). Pemerintah pusat juga tidak lepas dari sasaran hoaks dengan topik sengketa pemilu dan voting, sementara KPU, sebagai instansi penyelenggara pemilu (7,6%) disasar dengan hoaks terkait proses penghitungan suara.

Dari paparan tersebut, dapat dikatakan bahwa dalam dekade terakhir, media sosial telah mengubah ekosistem informasi pemilihan umum secara drastis. Dengan meningkatnya akses terhadap teknologi dan internet, kabar bohong atau hoaks bertema politik merajalela, terutama dalam konteks pemilihan umum. Hoaks politik sangat meresahkan masyarakat karena dapat mengubah persepsi dan pandangan publik terhadap kandidat atau partai politik.

Pemilihan Umum 2019 di Indonesia menjadi contoh kasus yang menarik. Hoaks politik diproduksi dan disebar secara massal, terutama melalui media sosial. Penyebaran hoaks ini mencapai puncaknya pada tahapan Pasca Pemilu. Para pelaku penyebaran hoaks umumnya memiliki dua motif utama. Pertama, motif finansial di mana mereka mencari keuntungan ekonomis melalui penyebaran hoaks. Kedua, motif ideologis di mana hoaks digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan politik. Kedua motif ini mendorong produksi hoaks tanpa memperhatikan akurasi informasi atau membangun reputasi jangka panjang.

Sementara itu, khalayak menjadi target serangan hoaks politik karena beberapa faktor. Rendahnya literasi media dan fanatisme politik menjadi dua alasan utama. Selain itu, fenomena filter bubble dan echo chamber dalam media sosial juga membuat masyarakat lebih rentan terhadap hoaks, karena pengguna hanya mendapatkan informasi yang sejalan dengan pandangan dan minatnya, sehingga berpotensi menguatkan bias dan memperparah polarisasi. Kondisi ini dibuktikan dengan tingginya hoaks yang menasar kandidat dan pendukungnya.

Dengan pemetaan hoaks dalam konteks Pilpres 2019, delegitimasi proses pemilu menjadi potensi risiko serius. Hoaks dapat merusak integritas proses pemilu dan menciptakan ketidakpercayaan publik terhadap proses demokrasi itu sendiri. Oleh karena itu, penting untuk menghadirkan solusi seperti meningkatkan literasi media dan keterbukaan informasi, serta membangun partisipasi aktif masyarakat dalam melawan hoaks. Tidak cukup hanya melakukan debunking, mengecek fakta dari hoaks tersebut, namun penting untuk melakukan prebunking, yaitu meningkatkan daya imun masyarakat terhadap hoaks yang beredar.

BAB I

Selayang Pandang

Pengamatan Mafindo terhadap peredaran hoaks selama beberapa periode pemilu di Indonesia telah menunjukkan peningkatan banyak intensitas hoaks pada momen - momen tertentu yang menarik perhatian publik, terutama pada momen -momen politik. Sejak tahun 2018, Mafindo telah melakukan pemetaan terhadap hoaks yang tertangkap oleh radar dan diklarifikasi oleh Tim Pemeriksa Fakta Mafindo. Berikut ini adalah data yang diperoleh Tim Litbang Mafindo terkait peningkatan jumlah dan pergeseran tema hoaks.

Tahun 2018, Mafindo telah mengklarifikasi 997 hoaks. Angka temuan meningkat pada tahun 2019 menjadi 1221 sepanjang momen Pemilihan Presiden. Hoaks bertema politik sangat dominan selama dua tahun tersebut. Data bersumber pada website turnbackhoax.id yang didapatkan dari dua sumber utama: laporan masyarakat dan pantauan fact checker. Kenaikan jumlah hoaks yang di-debunk ini menunjukkan adanya kenaikan kesadaran publik yang meningkat untuk melaporkan hoaks kepada Mafindo.

Pada tahun 2020, seiring dengan masuknya wabah Covid-19 di Indonesia aktivitas daring meningkat secara signifikan. Temuan hoaks bertambah menjadi 2298. Tema kesehatan mengubah tren dan menggeser dominasi tema politik. Sekalipun demikian, hoaks kesehatan pun tak luput dari politisasi. Masuk ke tahun 2021 temuan hoaks berjumlah 1888 (Mafindo, 2019; Mafindo, 2020; Mafindo, 2021; Mafindo, 2022). Pada paruh terakhir 2021, hoaks bertema politik kembali menguat dan mendominasi. Tren ini berlanjut di tahun 2022 ketika temuan hoaks berjumlah 1698 (Mafindo, 2023).

Jumlah temuan ini tidak merepresentasikan hoaks yang beredar secara keseluruhan karena dikumpulkan berdasarkan tangkapan Tim Pemeriksa Fakta serta laporan masyarakat kepada Mafindo. Selain itu, ada hoaks yang beredar di area-area dark social di media sosial atau yang beredar melalui word of mouth yang sulit untuk dideteksi. Tetapi, dalam titik tertentu, pemetaan tersebut dapat menggambarkan ragam isu dan modus yang digunakan dalam hoaks.

Pada paruh kedua tahun 2022, Mafindo menemukan 47 hoaks politik yang berkaitan dengan pemilu 2024. Memasuki tahun 2023, jumlah hoaks pemilu 2024 semakin meningkat tiap bulannya (Mafindo, 2023). Hal ini perlu disikapi secara serius karena pengalaman di beberapa negara menunjukkan bahwa peredaran hoaks dapat menurunkan kualitas demokrasi. Hoaks dapat mengakibatkan dampak personal dan sosial yang mahal karena membuat orang sulit mengenali fakta. Dalam konteks pemilu misalnya, hoaks dapat membuat orang sulit menentukan kandidat mana yang mereka pilih berdasarkan informasi yang benar (Allcott & Gentzkow, 2017).

Untuk mengatasi dampak negatif hoaks atau disinformasi, telah banyak upaya dilakukan untuk meningkatkan kecakapan deteksi hoaks pada masyarakat. Upaya deteksi hoaks dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori yaitu : 1) knowledge-based; 2) context based; dan 3) style-based (Potthast, et.al., 2018). Deteksi hoaks yang bersifat knowledge-based juga disebut dengan istilah fact checking yang didasarkan pada metode pemerolehan informasi. Deteksi hoaks yang bersifat context-based memanfaatkan analisis jaringan untuk mengidentifikasi alur dan pola penyebaran hoaks. Sementara itu, deteksi yang bersifat style based digunakan untuk mengungkap manifestasi penyesatan dalam teks (deception detection in text). Menurut Potthast et.al. (2018), style-based detection masih belum mendapatkan perhatian yang cukup. Karena itu, pemetaan ini berupaya mengisi celah yang masih tersedia dalam lapangan riset tentang style-based detection. Model deteksi yang terakhir ini akan sangat berguna dalam strategi prebunking yang sangat mengandalkan pengetahuan tentang modus dan tipe manipulasi yang digunakan dalam hoaks.

Upaya tersebut menjadi semakin penting karena ada kecenderungan bahwa tiap pemilu memiliki pola hoaks yang berbeda. Kajian yang dilakukan Astuti dan Beng (2022) pada hoaks politik semasa Pilpres 2019 menunjukkan adanya perbedaan pola antara hoaks pada Pilpres 2014 dengan Pilpres 2019. Jika tahun 2014 hoaks didominasi oleh penggunaan isu SARA untuk mendiskreditkan masing-masing pasci, pada tahun 2019 tren ini tetap ada namun ditambah pula juga dengan hoaks yang bertujuan untuk mendelegitimasi proses pemilu dengan menyerang penyelenggara dan proses kepemiluan.

Buku Tipologi Hoaks Pilpres 2019 ini dikerjakan bersama oleh Tim Litbang Mafindo dengan dukungan dari USAID dan Internews dalam program USAID-MEDIA (*Media Empowerment for Democratic Integrity and Accountability*). Tujuannya terutama adalah mendapatkan gambaran yang cukup komprehensif dan objektif terkait peta narasi hoaks sekaligus sebagai langkah antisipasi terkait kemungkinan beredarnya hoaks pada tema, aktor, dan proses yang sama. Lebih lanjut, harapannya hasil pemetaan ini berguna sebagai salah satu rekomendasi dalam proses perancangan kurikulum prebunking terkait Pemilu 2024.

Penyusunan buku ini dibagi dalam dua bagian utama. Bagian awal berisi pemaparan atas hasil pemetaan oleh tim penyusun, yang terdapat lima bagian utama pemaparan data yaitu, hoaks yang berdasarkan tahapan Pilpres, aktor yang menjadi target, proses yang ditargetkan menjadi hoaks, pelaku klarifikasi hoaks, pembahasan dan terakhir kesimpulan dan rekomendasi.

Beberapa topik hoaks yang banyak beredar selama Pilpres 2019 terentang dalam sejumlah topik: hoaks politik, agama, dan politik-ekonomi. Berikut ini beberapa tema hoaks tersebut.

Politik : Delegitimasi Pemilu.

Hoaks dengan judul "Prof. Tokuda tersejurn ketika memperlihatkan data kecurangan KPU" (turnbackhoax.id, 22 Juni 2019). Narasi hoaks tersebut mengklaim adanya pernyataan dari profesor asal Jepang bernama Prof. Tokuda tentang kemenangan Prabowo Subianto.

Profesor yang dikatakan merupakan pengamat demokrasi tersebut bersuara oleh karena kepeduliannya kepada Indonesia. Ia menyatakan bahwa kemenangan Capres 02 sebagai hasil sebenarnya dari data penghitungan suara KPU. Faktanya, foto yang dibagikan sudah mengalami proses penyuntingan. Pria di foto tersebut bukanlah ahli demokrasi melainkan aktor video porno di Jepang.

Agama : Tidak Boleh Ibadah di Masjid karena Pemerintah Anti Islam.

Akun Hulk TapTeng Sibolga (fb.com/profile.php?id=100028805225544) mengunggah sebuah video cuplikan berita dari tvOne dengan sebuah narasi sebagai berikut : "Setelah wacanakan Menghapus pelajaran agama disekolah. Nah kini terang-terangan melarang busana muslim disekolah."

Faktanya, dalam kasus yang terjadi pada tahun 2017 tersebut Kepala SMA 1 Maumere, NTT, menerapkan kebijakan pelarangan penggunaan rok panjang (sampai mata kaki). Bukan melarang menggunakan pakaian seragam sekolah khas muslimah atau larangan penggunaan jilbab.

Melalui pertemuan dengan para pihak terkait, telah disepakati bahwa siswi Muslim di SMA 1 Maumere diperkenankan memakai jilbab dengan paduan rok sesuai yang sudah disyaratkan bagi seorang muslimah (turnbockhoaxid, 9 Juli 2019).

Motif Politik dan Ekonomi pada Serangan Kandidat dan Pendukung.

Hoaks dengan judul "Di Jepang (Jokowi) Plonga-Plongo Sendiri, Gak Ada yang Kasih Ucapan Selamat. Katanya Sih Udah Menang" mengandung motif politik untuk mendeligitimasi hasil Pilpres 2019 sekaligus memancing emosi dengan ejekan untuk mendapatkan engagement dari pendukung maupun *haters* Jokowi.

Faktanya, Presiden Joko Widodo (Jokowi) mendapat banyak ucapan selamat atas kembali terpilihnya sebagai Presiden RI periode 2019 — 2024. Ucapan selamat itu disampaikan sejumlah kepala negara ketika Jokowi menghadiri acara pelaksanaan Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) G20 di Osaka, Jepang (turnbockhoaxid, 28 Juni 2019).

Pada bagian kedua, sejumlah pakar dan pihak terkait diminta untuk memberikan analisis dan komentar terkait poin-poin penting dari pemaparan tipologi hoaks yang telah dihasilkan. Harapannya, data tidak hanya dibaca sebagai informasi, namun bertransformasi menjadi *insight* baru yang memberikan peta jalan lebih terang terkait upaya *prebunking* dalam Pilpres 2024.

Menanggapi temuan tipologi hoaks selama Pilpres 2019, sebagai pengamat politik dan akademisi, Wijayanto (Direktur LP3ES) menyoreti pengerahan pasukan siber yang menggunakan hoaks dan mengeksploitasi sentimen identitas sebagai strategi politik. Anita Wahid sebagai akademisi dan aktivis demokrasi menekankan bahaya penggunaan strategi politik semacam itu bagi kesuksesan demokrasi dan keutuhan bangsa.

Hamdan Kurniawan (KPU Di Yogyakarta) dan Muhammad Habib Shaleh (Bawaslu Magelang) memberikan contoh nyata bagaimana hoaks deligitimatif selama penyelenggaraan pemilu tidak hanya memberikan dampak negatif bagi penyelenggara pemilu, melainkan juga untuk penyelenggaraan negara secara umum.

Nuril Hidayah dan Reundoh Tut Jannah mewakili Komite Litbang Mafindo, menyajikan gambaran terbaru tentang hoaks deligitimatif yang sudah beredar menjelang pelaksanaan Pemilu 2024. Syifaul Arifin, jurnalis yang juga merupakan salah satu presidium Mafindo, memperingatkan potensi pemanfaatan kecanggihan teknologi terbaru untuk memproduksi hoaks di masa depan.

Mengantisipasi potensi penyebaran hoaks dalam ekosistem informasi Pemilu 2024, Khoirunnisa Nur Agustyati (Perludem) dan Lolina Lalolo Krina Perangin-angin (Swiss German University) juga menawarkan sejumlah perspektif sebagai upaya mitigasi.



Foto Atas :
Hoaks Prof. Tokuda
memperlihatkan data
kecurangan KPU (Juli, 2019)

Foto Bawah Kiri :
Hoaks Larangan Berbusana
Muslim (Juli, 2019)

Foto Bawah Kanan :
Hoaks Jikalau Plong Plong (Juli, 2019)

Sumber gambar : www.turnbackhoax.id



BAB II

Tahapan Pemetaan

Pemetaan narasi hoaks dalam tulisan ini menerapkan metode analisis isi kuantitatif dengan total populasi 128 narasi hoaks Pilpres 2019 (dari keseluruhan 1221 narasi hoaks tahun 2019). Periode pengambilan sampel mulai tanggal hingga tanggal 12 Juli 2017 hingga 15 Agustus 2020.

Langkah yang dilakukan dalam proses tersebut meliputi beberapa tahap utama yaitu, familiarisasi dan seleksi berdasarkan kriteria tema hoaks Pilpres 2019, pembentukan coding unit berdasarkan kriteria pemetaan awal data, pengisian coding sheet, uji validitas dan reliabilitas, tabel distribusi dan tabulasi silang, visualisasi data, analisis, kesimpulan dan rekomendasi.

Proses seleksi total data 135 narasi hoaks menghasilkan 128 data dan 7 klarifikasi dari laman www.turnbackhoax.id yang tidak termasuk dalam tema hoaks terkait Pilpres 2019.

Selanjutnya, coding unit dikonstruksi dengan melihat pola dimensi utama dalam keseluruhan narasi hoaks yang terdiri atas dimensi waktu (tahapan pemilu), targeted entity, dan targeted processes. Tahap selanjutnya, proses coding dilakukan oleh tim panel ahli yang terdiri atas satu peneliti utama, dua intercoder internal, dan satu intercoder eksternal.

Peneliti utama dalam riset ini adalah Nuril Hidayah, koordinator divisi Riset Program MEDIA Mafindo, dengan dua hakim coder internal yang terdiri atas Fitri Murfianti, kandidat doktor di Graduate School Cultural Anthropology and Development Sociology, Leiden University, dan Finsensius Yuli Purnama, koordinator book production Pemetaan Hoaks Pilpres 2019, sekaligus pengajar di Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Untuk kepentingan dalam administrasi dan uji instrumen, kami juga mengucapkan terima kasih kepada Vanessa Olivia, relawan Komisarlat Mafindo, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Septiaji Eko Nugroho (Ketua Presidium Mafindo), dua anggota Litbang Mafindo Fathul Qorib dan Sitti Utami Razlawaty Kamil yang turut berperan dalam pengumpulan data serta penyusunan draft awal instrumen penelitian.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan validitas muka (*face validity*) dengan cara melakukan pengujian apakah alat ukur yang dipakai memang tepat mengukur konsep yang ingin diukur (Eriyanto, 2011, p. 260). Juga validitas muka berorientasi pada data sesuai dengan penelitian ini yang berorientasi pada narasi hoaks Pilpres 2019 dengan pendekatan utama "what you see is what you get" atau "apa yang Anda lihat adalah apa yang Anda dapat" (Neuendorf, 2002, p. 115 dalam Eriyanto, 2011, p. 262).

Dengan kata lain, validitas muka terutama tidak dilakukan untuk melihat kedalaman atau kelengkapan indikator dari konsep yang hendak diukur namun melihat gambaran besar dari keragaman isi. Alat ukur (lembar coding) dalam penelitian ini telah diuji oleh panel ahli (coder) maka dapat dipastikan sah (valid).

Uji reliabilitas data mapping hoaks ini juga menggunakan jenis reliabilitas antar-coder. Oleh karena itu, perhitungan reliabilitas membutuhkan dua atau lebih orang coder (Eriyanto, 2011, p. 288). Proses coding juga melibatkan tiga coder dengan 1 peneliti utama, dan 2 intercoder yang berperan sebagai hakim atas pengujian reliabilitas atas hasil pengisian coding sheet.

Penghitungan reliabilitas data menggunakan rumus penghitungan oleh R. Holsti (1969), yang populer dikenal dengan rumus Holsti, Holsti juga menyatakan bahwa reliabilitas data ditentukan dari besaran persentase persetujuan antar-coder ketika menilai suatu isi (Eriyanto, 2011, p. 290). Berikut ini formulasi penghitungannya :

$$CR = 2M/N1 + N2$$

Keterangan:

CR : Coefficient Reliability

M : Jumlah coding yang disetujui oleh 2 coder

N1 : Jumlah coding yang diisi coder 1

N2 : Jumlah coding yang diisi coder 2

Holsti menyatakan bahwa persentase persetujuan antar-coder disebut reliabel jika melebihi angka reliabilitas minimum yang ditoleransi yaitu 0,7 atau 70%. Jika hasil perhitungan di bawah 0,70 (70%) berarti alat ukur tidak reliabel, sebaliknya apabila hasil perhitungan menunjukkan angka 0,70 (70%) atau lebih dari itu, maka alat ukur dipastikan memiliki hasil reliabel.

Hasil uji reliabilitas antar coder menunjukkan skor di atas parameter angka reliabilitas (0,70) baik pada kategori tahapan pemilu, target entitas, target proses, maupun tidak lanjut. Dengan demikian, keseluruhan hasil coding dinyatakan reliabel.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Coding Unit	CR 1	CR 2	Parameter	Keterangan
Tahapan Pemilu	1	1	0.70	Reliabel
Target Entitas	0.98	0.98	0.70	Reliabel
Target Proses	0.89	0.96	0.70	Reliabel
Tindak Lanjut	0.98	0.98	0.70	Reliabel

BAB III

Hoaks dalam Angka

Politik : Delegitimasi Pemilu.

Tahapan Pilpres yang dimaksud dalam mapping ini adalah mengacu pada tiga bagian utama dari Pilpres, yakni masa pra-pemilu, hari H pemilu, dan pasca-pemilu. Kategorisasi ini ditentukan berdasarkan tanggal aduan masyarakat atau penemuan oleh fact checker.

Kategorisasi ini digunakan dengan asumsi bahwa hoaks yang diadukan biasanya sedang beredar. Hal ini juga terkait dengan karakteristik hoaks yang sulit diidentifikasi kapan mulai beredar. Tabel 2 memperlihatkan angka temuan hoaks pemilu berdasarkan tahapan pelaksanaan Pemilihan Presiden pada tahun 2019.

Data ini memperlihatkan angka temuan hoaks pemilu berdasarkan tahapan pelaksanaan Pemilihan Presiden 2019. Tampak bahwa pada tahapan pra-Pemilu hoaks sudah banyak beredar (34 hoaks, 26.6%). Menariknya, pada Hari-H Pemilu tidak ada aduan hoaks yang masuk dari masyarakat dan temuan fact checker.

Meskipun, jika dicermati, pada tabel 4 terdapat 6 hoaks bertema pemungutan suara ada 6 (4,7%) yang diadukan atau ditemukan tim fact checker pada periode pasca-Pemilu.

Fenomena ini menunjukkan salah satu upaya delegitimasi pemilu dengan menyerang proses pemungutan suara.

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Jumlah Hoaks pada Tahapan Pilpres

Tahapan Pemilu	Frekuensi	Persentase
Pre Pemilu	34	26,6 %
Hari H Pemilu	0	0,0%
Pasca Pemilu	94	73,4%
Total	128	100,0%

Sementara itu, pada tahapan pasca-Pemilu angka hoaks melonjak tinggi dengan jumlah sebanyak 94 temuan (73,4%). Hoaks pada tahapan pra-Pemilu paling banyak mengangkat isu dukungan atau penolakan terhadap kandidat, atau tentang potensi perolehan suara melalui informasi hasil survei palsu. Terdapat beberapa temuan penting terkait isu yang diangkat dalam narasi hoaks.

Upaya pembunuhan karakter terhadap kandidat merupakan salah satu kampanye negatif yang dilakukan melalui hoaks. Bahkan tidak hanya kandidat, melainkan juga pendukungnya yang menjadi sasaran hoaks, terutama dengan mengangkat isu SARA. Isu lain yang cukup menonjol adalah soal DPT, prosedur memilih, dan logistik.

Tabel 3. Tabulasi Silang Target Entitas - Tahapan

Kategori Target Entitas	Pra -Pemilu		Pasca Pemilu		Total	
	F	%	F	%	F	%
Kandidat	7	5,5%	18	14,1%	25	19,5%
KPU	6	4,7%	14	10,9%	20	15,6%
Bawaslu	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Polisi	3	2,3%	12	9,4%	15	11,7%
TNI	0	0,0%	2	1,6%	2	1,6%
Mahkamah Konstitusi	0	0,0%	1	0,8%	1	0,8%
Lembaga Survei	5	3,9%	1	0,8%	6	4,7%
DKPP	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Pemerintah Pusat	2	1,6%	7	5,5%	9	7,0%
Pemerintah Daerah	0	0,0%	1	0,8%	1	0,8%
Pendukung Kandidat	9	7,0%	26	20,3%	35	27,3%
Pihak Asing	0	0,0%	4	3,1%	4	3,1%
Campuran	0	0,0%	6	4,7%	6	4,7%
Lain-lain	2	1,6%	2	1,6%	4	3,1%
Total	34	26,6	94	73,4	128	100

Contohnya hoaks tentang simulasi pemilihan gila yang beredar bulan Desember 2018 (turnback hoax.id, 27 Desember 2018); e-voting (turnback hoax.id, 26 Agustus 2018); dan penggunaan kotak suara kardus (cekfakta.tempo.co, 12 Maret 2019). Komposisi isu tersebut merupakan indikasi bahwa hoaks pemilu memang didedarkan dengan tujuan tertentu.

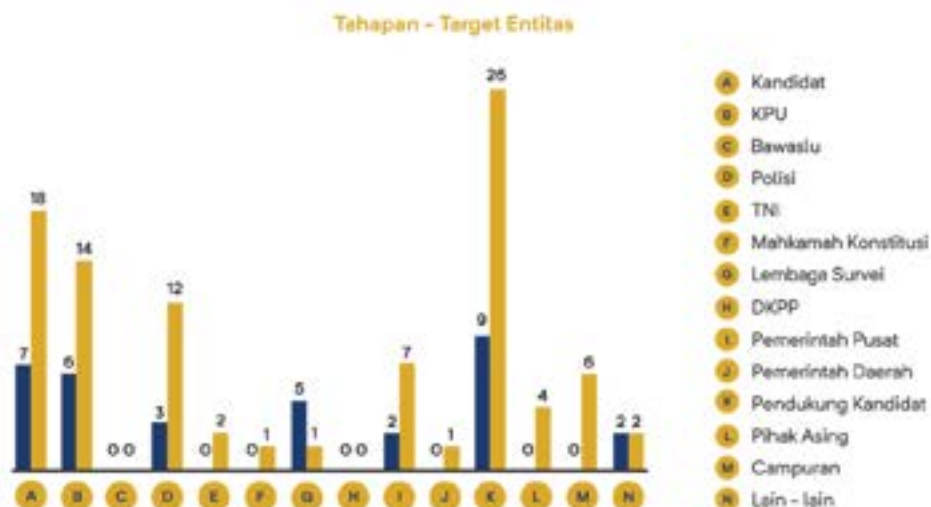
Pada tahapan pra-Pemilu, hoaks didedarkan untuk mempengaruhi perolehan suara, sedangkan pada tahapan pasca Pemilu, hoaks didedarkan untuk mempengaruhi sikap publik terhadap hasil penghitungan suara. Tabulasi silang dapat menunjukkan secara lebih terperinci siapa saja yang menjadi target hoaks dan isu apa yang digunakan pada tahapan kepemiluan tertentu.

Pada tahapan pra-Pemilu, kandidat dan para pendukungnya paling banyak menjadi sasaran hoaks. Dari total 128 temuan yang diamati, 5,5% menyangkut kandidat dan 7% menyangkut pendukung kandidat.

Pada Pasca-Pemilu, mereka masih menjadi target utama dengan persentase yang lebih tinggi (14,1% dan 20,3%). Entitas lain yang cukup banyak diserang hoaks sejak tahapan pra-Pemilu adalah KPU, 4,7% hoaks menyerang KPU sebelum pemungutan suara. Angka ini juga naik secara signifikan pada saat pasca pemungutan suara menjadi 10,9%. Ketiga entitas yang telah disebutkan memiliki kesamaan, yaitu menjadi target hoaks sejak tahapan pra-Pemilu dengan jumlah yang signifikan, dan jumlahnya menjadi berlipat pada tahapan pasca-Pemilu.

Pola yang berbeda berlaku pada entitas lembaga survei dan polisi, 3,9% hoaks menyerang lembaga survei sebelum pemungutan suara, lalu turun drastis setelah pemungutan suara (0,8%). Sebaliknya, angka hoaks yang menyerang entitas polisi sebelum pemungutan suara cukup kecil (2,3%), tapi melonjak cukup tinggi pada tahapan pasca-Pemilu (9,4%). Secara visualisasi, kecenderungan tersebut dapat dilihat dalam grafik 1 berikut ini.

Grafik 1. Hoaks atas Target Entitas di Tiap Tahapan



Kita juga dapat melihat hasil tipologi hoaks pra-Pemilu dan pasca-Pemilu berdasarkan proses dari kepemiluan yang menjadi sasaran dalam tabel 4 sebagai berikut :

Tabel 4. Tabulasi Silang Target Proses - Tahapan

Kategori Target Entitas	Pra -Pemilu		Pasca Pemilu		Total	
	F	%	F	%	F	%
Pra Registrasi	2	1,6%	0	0,0%	2	1,6%
Registrasi	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Verifikasi	1	0,8%	0	0,0%	1	0,8%
Kampanye	19	14,8%	0	0,0%	19	14,8%
Pemungutan Suara	6	4,7%	0	0,0%	6	4,7%
Penghitungan Suara	1	0,8%	18	14,1%	19	14,8%
Penetapan Pemenang	1	0,8%	6	4,7%	7	5,5%
Sengketa Pemilu	0	0,0%	51	39,8%	51	39,8%
Pemilu Secara Umum	4	3,1%	4	3,1%	8	6,3%
Lain-lain	0	0,0%	16	11,7%	16	11,7%
Total	34	26,6	94	73,4%	128	100,0%

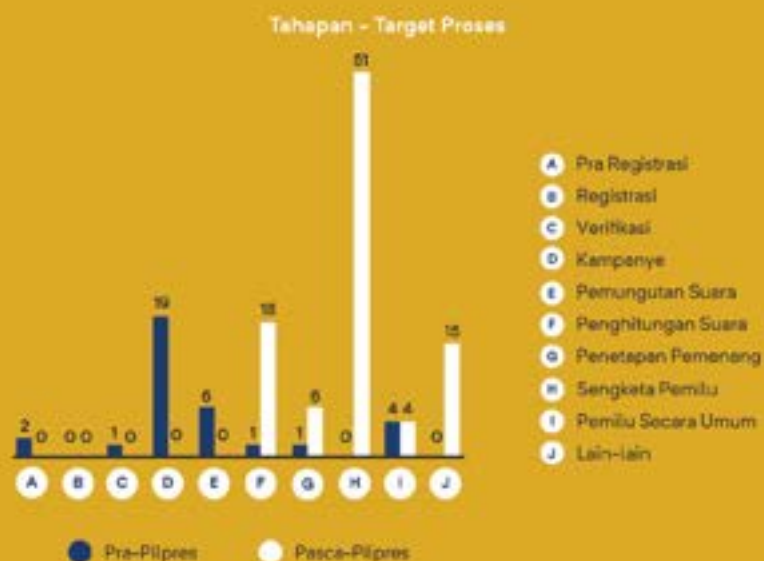
Tabel dan grafik di atas memperlihatkan bahwa pada tahapan pra-Pemilu, hoaks paling banyak membahas proses kampanye (14,8%) dari total 128 temuan sepanjang pelaksanaan pemilu.

Menariknya, proses pemungutan suara dan penghitungan suara sudah menjadi bahan hoaks bahkan sebelum proses itu terjadi. Angkanya pun cukup besar, terutama soal pemungutan suara (4,7%). Ini menunjukkan bahwa sejak awal sudah ada upaya-upaya untuk mendeligitimasi hasil pemungutan suara.

Upaya ini menjadi semakin intens pada tahapan pasca-Pemilu dengan tingginya angka hoaks tentang pemungutan suara (14,1%). Akan tetapi porsi terbesar hoaks di tahapan ini berkaitan dengan proses sengketa pemilu (39,8%).

Tampaknya karena proses ini adalah titik akhir dimana pihak yang berkepentingan berupaya mencapai tujuannya dengan mempengaruhi opini publik sebelum keputusan Mahkamah Konstitusi dijatuhkan.

Grafik 2. Hoaks atas Target Proses di Tiap Tahapan



Tabel dan grafik tersebut memperlihatkan bahwa pada tahapan pra-Pemilu, hoaks paling banyak membahas proses kampanye (14,8% dari total 128 temuan sepanjang pelaksanaan pemilu).

Menariknya, proses pemungutan suara dan penghitungan suara sudah menjadi bahan hoaks bahkan sebelum proses itu terjadi. Angkanya pun cukup besar, terutama soal pemungutan suara (4,7%). Ini menunjukkan bahwa sejak awal sudah ada upaya-upaya untuk mendeligitimasi hasil pemungutan suara.

Upaya ini menjadi semakin intens pada tahapan pasca-Pemilu dengan tingginya angka hoaks tentang pemungutan suara (14,1%). Akan tetapi porsi terbesar hoaks di tahapan ini berkaitan dengan proses sengketa pemilu (39,8%).

Tampaknya, karena proses ini adalah titik akhir dimana pihak yang berkepentingan berupaya mencapai tujuannya dengan mempengaruhi opini publik sebelum keputusan Mahkamah Konstitusi diucapkan.

Pemetaan Hoaks terkait Target Entitas

Bagian penting kedua yang dipetakan dalam persebaran hoaks Pilpres 2019 adalah siapa saja entitas yang menjadi sasaran hoaks.

Entitas dalam hal ini bisa berwujud lembaga, kelompok masa tertentu, maupun individu. Tim telah memetakan 13 kategori entitas yang berpotensi besar menjadi sasaran hoaks.

Tabel 5. Distribusi Frekuensi Target Entitas

Target Pemilu	Frekuensi	Persentase
Kandidat	25	19,6%
KPU	20	15,6%
Bawaslu	0	0,0%
Polisi	15	11,7%
TNI	2	1,6%
Mahkamah Konstitusi	1	0,8%
Lembaga Survei	6	4,7%
DKPP	0	0,0%
Pemerintah Pusat	9	7,0%
Pemerintah Daerah	1	0,8%
Pendukung Kandidat	35	27,3%
Pihak Asing	4	3,1%
Campuran	6	4,7%
Lain-lain	4	3,1%
Total	128	100,0%

Tabel 5 menunjukkan bahwa dari keseluruhan 128 hoaks yang beredar selama proses pemilu, pihak yang paling banyak mendapat serangan hoaks adalah para pendukung kandidat (35%) dan kandidat (25%). Hal ini menunjukkan bahwa para pendukung tetap dianggap sebagai garda terdepan untuk kesuksesan kandidat dalam memenangkan pertarungan dengan cara apapun.

Banyak pihak menyebut hal ini sebagai fanatisme. Fanatisme berasal dari kata fanatik yang artinya teramat kuat kepercayaan (keyakinan) terhadap suatu ajaran baik politik, agama, maupun yang lainnya (Kamus Besar Bahasa Indonesia).

Menurut beberapa pendapat tokoh lainnya, fanatisme merupakan sebuah keadaan di mana seseorang atau kelompok yang menganut paham tertentu, baik politik, agama, kebudayaan atau apapun saja dengan cara berlebihan sehingga berakibat kurang baik, bahkan cenderung menimbulkan perseteruan dan konflik serius (Collas, D, 1997; Poe, 2021; Toscano, A, 2010).

Dalam upaya saling menyerang di media sosial, beberapa simpatisan fanatik tidak jarang membela mati-matian pasangan idolanya. Dalam beberapa kasus, terdapat korelasi yang signifikan antara fanatisme para pendukung dengan munculnya hoaks. Hal ini terjadi karena beberapa simpatisan fanatik sengaja membuat hoaks untuk menyerang dengan membangun opini buruk tentang lawan politik, baik berupa isu-isu negatif, rumor, maupun desas-desus (Winarno, 2019).

Hal ini mereka lakukan sebagai bentuk mereka atas kecintaan dan loyalitas mereka pada para kandidat yang didukung. Banyak pendukung fanatik tidak memiliki kemampuan untuk melihat lawan politik mereka secara objektif bahkan malah sengaja mengabaikan kualitas positif dari lawan politik mereka.

Belajar dari pengalaman, pemilihan presiden di Indonesia hanya dipandang sebagai sarana untuk menang atau kalah. Diikuti atau tidak, kampanye pemilihan presiden telah melahirkan fanatisme membabi buta di kalangan pendukung, dan fanatisme ini masih terus berlanjut hingga akhir kompetisi, bahkan mungkin sampai sekarang. Fanatisme ini yang menjadi salah satu faktor tingginya hoaks yang menyasar kandidat dan pendukung kandidat di media sosial.

Selanjutnya, posisi ketiga sebagai target entitas diduduki oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebesar 15,6%. Sebagai penyelenggara pemilu, KPU pun tidak lepas dari hoaks. Ada upaya dari pihak-pihak tertentu yang ingin menjatuhkan wibawa KPU yang tentunya akan berujung pada ketidakpercayaan masyarakat terhadap hasil pemilu. Hal ini juga terjadi terhadap aparat kepolisian dengan jumlah hoaks yang menyerang sebanyak 15 temuan (11,7%) dan Pemerintah Pusat sebanyak 9 berita (7%). Sementara entitas lain seperti Mahkamah Konstitusi, Pemerintah Daerah, dan TNI menjadi entitas yang sedikit mendapat serangan hoaks, hanya dibawah 2%.

DKPP (Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilu) dan Bawaslu (Badan Pengawas Pemilu) dianggap kurang strategis untuk menjadi sasaran hoaks dalam proses pemilu 2019, sehingga tidak ada satu hoaks pun menyasar kedua entitas ini. Keberadaan kedua entitas ini justru dikarenakan adanya ketidakpercayaan atau sulitnya untuk menumbuhkan kepercayaan terhadap proses pemilu. Walaupun Bawaslu sebagai lembaga pengawas sudah ada pada tiap level, tetapi terkadang beberapa orang tertentu masih kurang tingkat kepercayaannya, sehingga perlu dibentuk DKPP yang bertugas menjaga kemandirian, integritas dan kredibilitas.

Tugas dan wewenang DKPP sesuai ketentuan Undang-undang Nomor 15 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum Pasal 155 ayat (2) yakni DKPP dibentuk untuk memeriksa dan memutus aduan dan atau laporan adanya dugaan pelanggaran kode etik yang dilakukan oleh anggota KPU, anggota KPU provinsi, anggota KPU kabupaten atau kota, anggota Bawaslu, anggota Bawaslu provinsi, dan anggota Bawaslu kabupaten/kota. DKPP harus menjaga integritasnya karena organisasi ini yang dipercaya untuk menjaga KPU dan Bawaslu tetap terhormat agar proses pemilihan berjalan dengan baik berkualitas dan berintegritas (dkpp.go.id/).

Pada Tabel 6, dapat dilihat bahwa secara general, topik hoaks yang beredar selama proses pemilu, terlebih pada pasca-pemilu, paling banyak terkait masalah electoral dispute atau sengketa pemilu.

Sengketa pemilu Pilpres 2019 terjadi karena adanya pencalonan dari Paslon nomor 02, yaitu Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno terhadap hasil perolehan suara yang diumumkan oleh Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia pada tanggal 21 Mei 2019. Tim Paslon 02 menganggap sumber penetapan hasil tersebut adalah kecurangan (Erwanti, 2019).

Tabel 6. Lima Besar Target Entitas dari Hoaks

Target Proses	Kandidat		KPU		Polisi		Pemerintah Pusat		Pendukung Kandidat	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Pra-Registrasi	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.8%
Registrasi	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Verifikasi	1	0.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Kampanye	6	4.7%	0	0.0%	1	0.8%	0	0.0%	8	6.3%
Penampilan Suara	0	0.0%	3	2.3%	2	1.6%	1	0.8%	0	0.0%
Penghitungan Suara	2	1.6%	9	7.0%	3	2.3%	0	0.0%	1	0.8%
Penetapan Pemenang	1	0.8%	4	3.1%	0	0.0%	0	0.0%	2	1.6%
Sengketa Pemilu	11	8.6%	1	0.8%	8	6.3%	7	5.5%	16	12.5%
Pemilu Secara Umum	0	0.0%	3	2.3%	0	0.0%	1	0.8%	1	0.8%
Lain-lain	4	3.1%	0	0.0%	1	0.8%	0	0.0%	6	4.7%
Total	25	19.5%	20	15.6%	15	11.7%	9	7.0%	35	27.3%

Menurut mereka, terdapat sejumlah pelanggaran Pilpres 2019 yang sistematis, terstruktur, dan masif meliputi penyalahgunaan APBN dan atau Program Kerja Pemerintah, ketidaknetralan aparatur negara, penyalahgunaan birokrasi dan BUMN, pembatasan kebebasan media dan pers, dan diskriminasi perlakuan, dan penyalahgunaan penegakan hukum (Komara, 2019).

Maraknya pemberitaan terkait hal ini, memicu sengketa pemilu menjadi topik hoaks yang paling populer.

Topik ini terkait dengan sengketa perolehan hasil suara dalam pemilu, pelaporan ke Bawaslu, hingga proses sidang di Mahkamah Konstitusi. Entitas yang paling banyak diserang dengan isu ini adalah para pendukung kandidat sebanyak 12,5 %, baik dari paslon nomor 01 maupun paslon nomor 02, disusul dengan hoaks yang menyasar kandidat sebesar 8,6%.

Pendukung kandidat tetap menjadi sasaran utama hoaks pasca-Pemilu. Seperti yang telah diulas dalam bahasan sebelumnya, hal ini tidak bisa lepas dari fanatisme suporter. Secara visual, jumlah hoaks pada 5 entitas tertinggi yang menjadi target hoaks di tiap tahapan dapat dilihat dalam grafik berikut ini.

Grafik 3. Jumlah Hoaks pada 5 Entitas Tertinggi Target Hoaks di Tiap Tahapan



Tidak mudah untuk mengontrol suporter fanatik. Militansi para relawan seringkali beriringan dengan loyalitas yang berlebihan. Pendukung fanatik, terutama anak muda, biasanya rentan bias kognitif, kadang lebih mengutamakan emosi daripada pemahaman menyeluruh terhadap calon yang didukungnya.

Ketertarikan mereka seringkali tidak didasarkan pada literasi, kecerdasan, informasi, atau pengetahuan politik yang memadai, yang mengakibatkan fanatisme buta (Winarno, 2019). Mereka percaya bahwa calon yang mereka dukung sempurna tidak cela, sehingga tidak jarang mereka membelanya secara membabi buta, termasuk dengan menyebarkan dan membuat hoaks untuk menyerang lawan yang berusaha menggoyahkan mereka. Mereka akan berkonsentrasi untuk mengungkap kelemahan lawan mereka, daripada menyoroti keunggulan kandidat yang mereka dukung.

Terkait dengan isu hoaks tentang sengketa pemilu, pemerintah pusat juga menjadi target yang disasar, yaitu sebesar 5,5%, lebih kecil dibanding kandidat dan pendukungnya. Tidak hanya isu tentang sengketa pemilu, pemerintah pusat juga disasar isu tentang voting. Walaupun angkanya relatif sangat kecil, yaitu 0,8%, namun ini menunjukkan bahwa ada upaya untuk mendiskreditkan pemerintah pusat dengan melontarkan isu-isu negatif terkait kebijakan, seperti rencana penerapan e-voting dalam pilg dan pilpres.

Sistem e-voting dinilai akan mempercepat perhitungan suara, menghemat biaya cetak surat suara, menyederhanakan pemungutan suara, meningkatkan partisipasi pemilih, dan peralatan yang ada dapat digunakan berulang kali untuk Pemilu dan Pilkada.

Meskipun begitu, berbagai pihak masih menyoroti soal keamanan data (Masrully, 2022). Sistem ini memiliki celah kemungkinan manipulasi data atau hasil suara. Hal ini bisa saja dilakukan oleh orang yang memiliki akses ke dalam sistem maupun peretas dari luar.

Jadi masih perlu dibangun sistem keamanan dan pengawasan yang efektif, karena jika sistem ini mau diterapkan harus dipastikan proses pemberian suara benar-benar dilakukan oleh pemilih secara "langsung", dan tidak ada upaya yang mengarahkan pemilik identitas pada saat pemberian suara. SDM dan infrastruktur juga perlu dipersiapkan dengan matang.

Terkait dengan penyelenggaraan pemilu, KPU sebagai instansi yang bertanggung jawab atas penyelenggaraan pemilu, juga menjadi sasaran hoaks sebesar 7,6 %. Berbeda dengan target entitas yang telah dipaparkan sebelumnya, instansi ini lebih banyak diserang dengan isu-isu tentang proses counting, yaitu pada saat penghitungan perolehan suara termasuk sumber suara tersebut, contohnya isu tentang simulasi penyandang disabilitas mental yang dibawa ke TPS saat pemungutan suara pada pilpres 2019, dan juga tentang situs KPU yang diretas, sehingga penghitungan suara bisa dimanipulasi.

Terkait penyandang disabilitas mental yang boleh memilih, terjadi kesalahpahaman di masyarakat terkait istilah orang gila dan ODGJ Orang Dengan Gangguan Jiwa. KPU hanya mengizinkan ODGJ untuk memilih, bukan orang gila (news.republika, 2019). Isu ini dimanfaatkan oleh oknum tertentu dengan menggoreng isu orang gila boleh mencoblos dalam Pilpres 2019, sebagai upaya menambah jumlah suara salah satu paslon. Hal ini akan berdampak kepada ketidakpercayaan masyarakat terhadap kredibilitas KPU sebagai penyelenggara pemilu.

Pemetaan Hoaks terkait Target Proses

Mapping narasi hoaks berdasarkan target proses Pemilihan Presiden 2019 menunjukkan bahwa terdapat sembilan isu terkait proses Pilpres yang mendapatkan serangan hoaks. Kategori target proses tersebut meliputi proses pra-registrasi, verifikasi, kampanye, pemungutan suara, penghitungan suara, penetapan pemenang, sengketa pemilu, pemilu secara umum, dan satu kategori lain-lain.

Hoaks terendah adalah terkait proses registrasi bakal calon pasangan Presiden dan Wakil Presiden (0 narasi hoaks), proses verifikasi (1 narasi hoaks), dan tahapan pra-registrasi (2 narasi hoaks). Berikut ini tabel 7 memaparkan tabel distribusi frekuensi hoaks dalam kategori proses Pemilihan Presiden 2019.

Tabel 7. Jumlah Hoaks pada Proses Pilpres 2019

Proses	Frekuensi	Persentase
Pra-Registrasi	2	1,6 %
Registrasi	0	0,0%
Verifikasi	1	0,8%
Kampanye	19	14,8%
Pemungutan Suara	6	4,7%
Penghitungan Suara	19	14,8%
Penetapan Pemenang	7	5,5%
Sengketa Pemilu	51	39,8%
Pemilu Secara Umum	8	6,3%
Lain-lain	15	11,7%
Total	128	100,0%

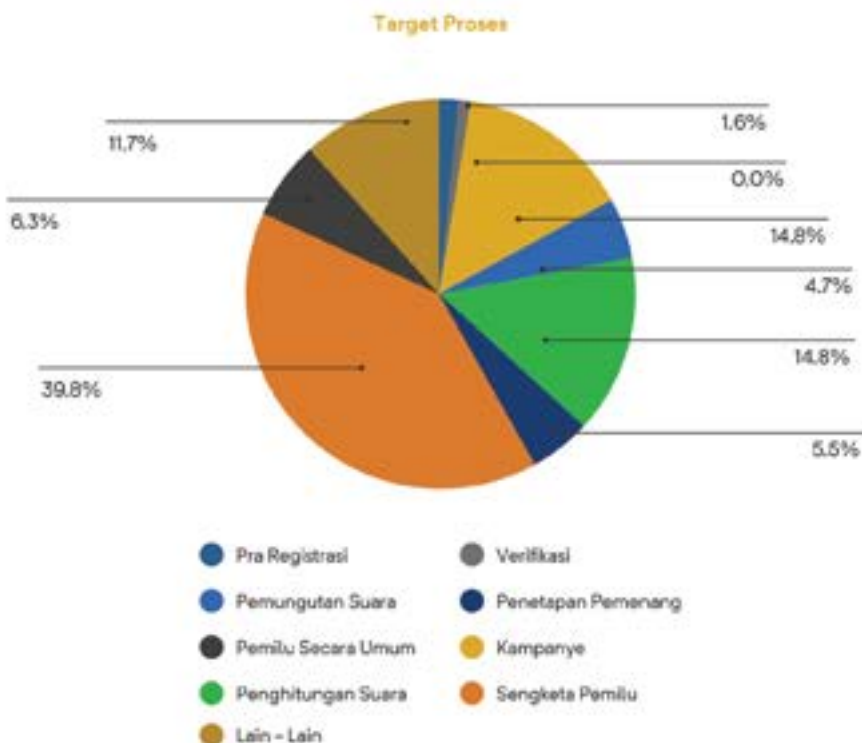
Merujuk pada Peraturan KPU tentang Pemilihan Umum No. 10 tahun 2019, tahapan sengketa pemilu meliputi beberapa tahapan sejak tanggal 21 Mei 2019 - 2 Juli 2019. Tiga besar dari proses Pilpres 2019 yang paling banyak mendapat serangan hoaks adalah sengketa pemilu, penghitungan suara, masa kampanye.

Ditemukan 51 narasi hoaks yang menyasar pada proses sengketa pemilu. Artinya, jumlah ini setara dengan 40% dari keseluruhan total hoaks. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat upaya untuk melakukan penggiringan isu yang cukup masif terkait sengketa pemilu.

Pada urutan kedua, terdapat 19 hoaks yang menyasar proses kampanye dan 19 hoaks terkait penghitungan suara. Hasil temuan tersebut menunjukkan bahwa tiga proses tersebut merupakan bagian penting yang perlu diwaspadai terkait potensi persebaran hoaks pada proses pemilihan presiden selanjutnya.

Selengkapnya, terdapat 8 narasi hoaks terkait pemilu secara umum dan 15 hoaks yang menyasar isu di luar 8 proses tahapan yang ada. Secara visual, persebaran hoaks yang menyasar proses Pemilihan Presiden 2019 dapat dilihat dalam grafik berikut ini.

Grafik 4. Persentase Hoaks atas Target Proses



Tindak Lanjut

Terkait dengan upaya melakukan klarifikasi atas narasi hoaks, hasil pemetaan menunjukkan data siapa saja aktor yang melakukan tindak lanjut atas narasi yang beredar. Terdapat 5 aktor yang aktif melakukan klarifikasi: organisasi yang dicatut, organisasi pemeriksa fakta, organisasi yang dicatut dalam narasi, pemerintah, dan klarifikasi oleh beberapa pihak sekaligus. Berikut ini tabel 8 menunjukkan hasil pemetaan aktor klarifikator yang terlibat.

Tabel 8. Pemetaan Aktor Yang Melakukan Tindak Lanjut atas Hoaks

Tindak Lanjut	Frekuensi	Persentase
Diklarifikasi oleh Organisasi yang Dicatut	25	19,5 %
Diklarifikasi oleh Pemeriksa Fakta	50	39,1%
Diklarifikasi oleh Orang yang Dicatut	18	14,1%
Diklarifikasi oleh Pemerintah	24	18,8%
Diklarifikasi oleh Lebih dari Satu Pihak	11	8,6%
Total	128	100,0%

Data menunjukkan bahwa dari total 128 klarifikasi yang dibuat, peran dari lembaga pemeriksa fakta menjadi paling dominan dengan jumlah 50 klarifikasi hoaks.

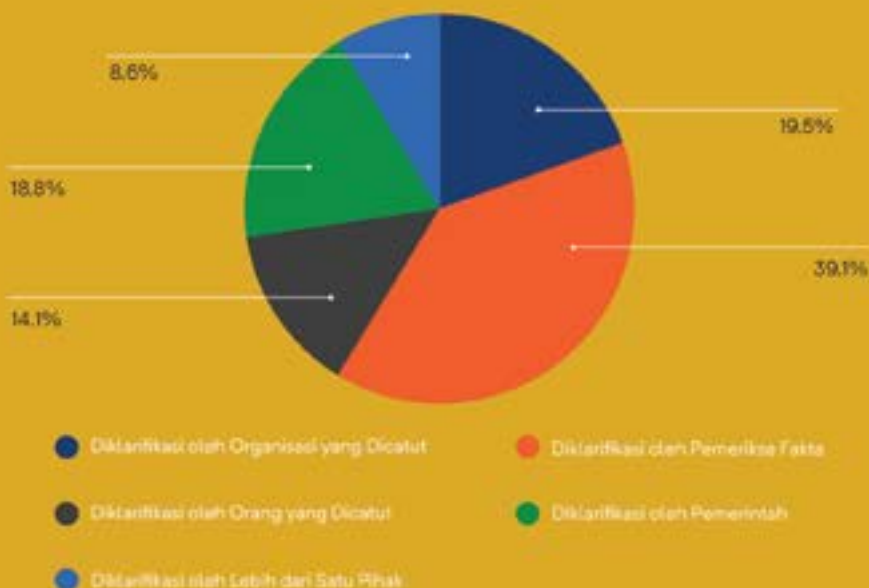
Angka ini lebih tinggi dibandingkan peran dari organisasi yang dicatut dalam narasi hoaks dan pemerintah yang berada pada angka separuh dari jumlah klarifikasi yang dibuat oleh lembaga pemeriksa fakta dengan angka 25 dan 24 klarifikasi. Angka ini menunjukkan bahwa perhatian dari pihak pemerintah masih perlu ditingkatkan dalam upaya memberikan klarifikasi terkait hoaks Pilpres 2019.

Di sisi lain, sudah ada kesadaran dari pihak yang menjadi target dari hoaks, baik dalam bentuk organisasi maupun perorangan yang juga melakukan klarifikasi.

Terdapat 43 klarifikasi dari pihak yang disasar oleh narasi hoaks dengan rincian 25 klarifikasi oleh lembaga dan 18 klarifikasi oleh pihak yang menjadi sasaran hoaks.

Sisanya, hanya terdapat 11 klarifikasi yang dikerjakan oleh lebih dari 1 pihak. Secara visual, persentase peran tiap aktor dalam proses klarifikasi dapat dilihat dalam grafik berikut ini.

Grafik 5. Jumlah Inisiatif Klarifikasi Hoaks Pilpres 2019



BAB IV

Hoaks dan Potensi Kerawanan Pemilu

Meningkatnya Jumlah Hoaks di Tahapan Pasca-Pilpres

Sejak media sosial semakin populer, ekosistem informasi pemilu mengalami perubahan. Penyebaran kabar bohong bermuatan politis tampak semakin intens. Menurut Allcott dan Gentzkow (2017), berdasarkan pengamatan terhadap ekosistem informasi selama pemilu di Amerika tahun 2016, ada beberapa sebab mengapa ekosistem informasi menjelang pemilu menjadi demikian.

Pertama, hambatan untuk memasuki kancah industri media telah turun drastis, karena sekarang mudah untuk membuat situs web dan memonetisasi konten web melalui platform periklanan. Kedua, penggunaan media sosial yang meningkat tajam. Media sosial sangat cocok untuk penyebaran hoaks karena penyebar informasi tidak harus memenuhi kode etik jurnalistik sebagaimana media massa. Ketiga, tergerusnya kepercayaan terhadap media massa, terutama di kalangan simpatisan dan pendukung kelompok-kelompok politik. Keempat, terjadinya peningkatan polarisasi politik yakni perasaan negatif yang semakin meningkat dari setiap sisi spektrum politik terhadap yang lain.

Pola yang serupa tampaknya juga terjadi di Indonesia. Tahun 2017, Indonesia menempati peringkat tertinggi penggunaan internet di dunia dengan penetrasi internet sebesar 54,8% (katadata, 2017). Dua tahun berikutnya tren peningkatan terus berlanjut hingga mencapai 64,8% pada tahun 2018 dan 73,7% pada tahun 2019-2020 (APJIL 2019-2020). Jumlah pengguna media sosial juga meningkat secara signifikan. Pada tahun 2017, dari 112 juta penduduk, lebih dari 40% menggunakan media sosial (Hootsuite We Are Social, 2017).

Pada tahun 2019, jumlah pengguna media sosial meningkat hingga mencapai 56% (Hootsuite We Are Social, 2019). Pemetaan hoaks oleh Mafindo selama tahun 2018 hingga tahun 2019 juga menunjukkan bahwa hoaks paling banyak ditemukan di media sosial.

Algoritma media sosial dianggap sebagian kalangan berperan dalam memperlebar jurang polarisasi karena mengakibatkan adanya *filter bubble* yang mengumpulkan pengguna dalam ekosistem yang homogen (Pariser, 2011).

Pemetaan ini memperlihatkan indikasi bahwa hoaks politik pada Pilpres 2019 diedarkan dengan memanfaatkan kemudahan yang diberikan oleh media sosial dan kerentanan publik terhadap hoaks untuk mencapai tujuan tertentu. Pada tahapan pra-Pemilu hoaks sudah banyak beredar (34 hoaks, 26,6%). Pada Hari H Pemilu, atau saat pemungutan suara malah tidak didapati temuan hoaks, sementara pada tahapan pasca-Pemilu angka hoaks melonjak tinggi dengan jumlah sebanyak 94 temuan (73,4%).

Pada tahapan pra-Pemilu hoaks dimanfaatkan sebagai alat untuk meningkatkan atau menurunkan elektabilitas, sementara pada tahapan pasca-Pemilu muatan hoaks cenderung mengarah kepada upaya untuk delegitimasi hasil Pemilu dan keputusan persidangan di Mahkamah Konstitusi.

Hal tersebut diperkuat dengan temuan lain tentang isu-isu dominan pada kedua tahapan. Pada tahapan pra-Pilpres, sebanyak 7% hoaks menggunakan kombinasi antara berbagai isu untuk menggalang dukungan bagi paslon tertentu atau mendiskreditkannya. Biasanya kombinasi antara klaim dukungan dengan isu SARA, atau penolakan dengan SARA atau kriminalitas. Ditemukan pula hoaks dengan isu tunggal seperti klaim dukungan politik (4,7%); isu SARA, kesehatan, dan kriminalitas masing-masing sebesar 1,6%.

Isu-isu yang biasa digunakan untuk mengangkat citra positif atau sebaliknya sebagai pembunahan karakter. Isu-isu ini mengarah pada upaya mendiskreditkan kandidat dan pendukung dengan tujuan untuk mempengaruhi keputusan pemilih dalam pemungutan suara.

Isu DPT di tahapan pra-Pilpres ditemukan sebesar 3,1%. Selain itu ditemukan pula hoaks tentang prosedur memilih (1,6%); logistik, keamanan siber, intervensi eksternal, kecurangan pemilu, dan keberpihakan penyelenggara pada paslon tertentu masing-masing ditemukan sebesar 1,6%. Pengangkatan isu-isu ini menunjukkan bahwa sejak awal sudah ada upaya-upaya delegitimasi hasil Pilpres.

Sementara itu, hoaks di tahapan pasca-Pilpres banyak mengangkat isu pembunahan dan kekerasan terhadap KPPS, saksi penghitungan suara, atau peserta demonstrasi 22 Mei 2019. Terkadang disertai klaim bahwa kekerasan itu dilakukan oleh oknum tertentu dalam pemerintahan seperti Kepolisian atau TNI. Isu kekerasan ditemukan sebanyak 12,5%. Isu kecurangan pemilu ditemukan sebanyak 10,2% dan intervensi eksternal sebesar 9,4%.

Kedua isu ini tidak hanya dituduhkan terjadi pada proses penghitungan suara maupun penetapan pemenang, tetapi juga pada proses sidang sengketa pemilu di Mahkamah Konstitusi. Siapa yang berkemungkinan mengedarkan hoaks dengan beragam isu sebagaimana disebutkan di atas? Allcott & Gentzkow (2017) menyebutkan dua motivasi utama dalam memproduksi hoaks.

Pertama adalah motif finansial. Artikel berita yang menjadi viral di media sosial dapat menghasilkan pendapatan iklan yang signifikan ketika pengguna mengklik situs asli. Ini merupakan motivasi utama bagi sebagian besar produsen yang identitas mereka telah terungkap.

Motivasi kedua adalah ideologi. Motivasi ini dimiliki oleh para produsen hoaks untuk memenangkan kandidat yang mereka dukung. Produsen hoaks memiliki dua karakteristik khas. Pertama, mereka tidak berkepentingan terhadap akurasi. Kedua, mereka tidak berniat membangun reputasi jangka panjang dengan mengutamakan kualitas, melainkan memaksimalkan keuntungan jangka pendek dari menarik klik sesegera mungkin (Allcott & Gentzkow, 2017).

Hal ini tentunya ironis mengingat terjadinya penurunan kepercayaan pada media massa sejak 2016 (Gerintya, 2018). Berdasarkan survei Edelman Trust Barometer, sejak 2012 hingga 2018, kepercayaan masyarakat terhadap media memperlihatkan tren penurunan.

Pada 2013, tingkat kepercayaan terhadap media sempat meningkat dari 68% di 2012 menjadi 73%. Namun setelahnya, menurun hingga mencapai 63% di 2016. Pada tahun 2019, kepercayaan publik terhadap pers bahkan lebih rendah dari Polri dan DPR (Purnamasari, 2019). Faktor-faktor tersebut bersama dengan filter bubble media sosial, fanatisme politik, dan masih rendahnya literasi media secara bersama-sama meningkatkan nilai ekonomi hoaks sebagai komoditas di satu sisi dan kerentanan publik terhadapnya di sisi yang lain.

Polarisasi yang Semakin Tajam Antarpendukung

Berdasarkan mopping hoaks yang telah dilakukan, pihak yang paling banyak mendapat serangan hoaks didominasi oleh para pendukung kandidat dan kandidat. Bahkan pada periode setelah pemilu, yang menobatkan sengketa pemilu menjadi topik hoaks paling populer, entitas yang paling banyak disasar dengan isu ini adalah juga para pendukung kandidat baik dari paslon nomor 01 maupun paslon nomor 02, disusul dengan hoaks yang menyasar kandidat.

Ini menunjukkan bahwa hoaks yang menyasar kedua kubu paling dominan. Saling serang, saling olok, bahkan kadang isu-isu receh bisa menjadi topik hoaks. Mapping ini membuktikan bahwa pembelahan sosial ini memang terjadi di media sosial Indonesia. Namun seberapa tajam polarisasi ini terjadi, kenapa bisa terjadi, dan apa yang harus dilakukan untuk mereduksinya juga mengantisipasinya, harus dikaji lebih lanjut.

Polarisasi menjadi salah satu kata yang paling sering diucapkan dan diungkapkan dalam pembicaraan politik di Indonesia dan muncul di berbagai tingkatan, mulai dari pidato resmi kepresidenan hingga diskusi di warung kopi. Berbagai kajian pun telah dilakukan terkait polarisasi yang terjadi di Indonesia.

Salah satunya kajian yang dilaporkan oleh Edelman Trust Barometer 2023¹, yang menempatkan Indonesia sebagai negara dengan polarisasi yang rendah (kompas.id, 23 Januari 2023). Juga temuan serupa dari pengajar Sosiologi NTU Singapore, Zulfikar Amir, yang mengukur tingkat polarisasi di Jakarta dengan menggunakan indikator kohesi sosial, yaitu indikator yang menunjukkan tingkat kepercayaan satu kelompok masyarakat dengan kelompok lain.

Hasilnya menunjukkan bahwa dalam kondisi dengan kohesi sosial² yang kuat, pembelahan tidak terdeteksi terjadi di ruang-ruang sosial di Jakarta. Dan, karena itu, polarisasi Jakarta masih bersifat imajinatif, belum tervalidasi dengan data dan bukti (mediaIndonesia.com).

Walaupun dua penelitian tersebut menunjukkan bahwa tingkat polarisasi di Indonesia masih rendah, namun kondisi ini berbanding terbalik kalau dilihat di media sosial. Era media sosial ini membuat masyarakat mengalami "kutub-isasi". Di Indonesia kutubisasi ini semakin nyata sejak pemilu 2014, bahkan terjadi hingga sekarang.

Ujaran kebencian yang saling dilontarkan oleh netizen yang berseberangan, atau komentar atas postingan seseorang terkait apapun termasuk kebijakan pemerintah selalu merepresentasikan dua kelompok di masyarakat yang saling bertolak belakang dan membentuk polar.

Dua kelompok ini memiliki massa pendukung atau pengikut yang relatif sama besarnya atau sama kuatnya. Polarisasi tidak akan terjadi jika salah satu kelompok lebih dominan dan akhirnya mengendalikan kelompok lainnya.

Dalam kehidupan sosial, polarisasi itu sangat mudah dikonstruksi, namun terkadang tidak memiliki makna serius, polarisasi baru benar – benar terjadi ketika pembelahan itu dirasakan langsung dalam kehidupan sehari-hari dan termanifestasi dalam perilaku masyarakat di tingkat akar rumput. Hal ini yang mendorong masifnya hoaks, disinformasi, dan misinformasi, politik identitas, pemanfaatan isu SARA, politik permusuhan (*adversarial politics*), hate speech, block campaign, politik uang, dan politik intimidasi di media sosial, seperti yang sudah dimapping oleh tim fact checker Mafindo.

¹Edelman Trust Barometer 2023 merupakan survei daring tahunan yang dirilis 19 Januari 2023. Survei dilaksanakan di 28 negara dengan lebih kurang 32.000 responden atau 1.150 responden per negara, menggunakan empat aspek, yakni legalitas ekonomi, ketidakseimbangan institusional, perbedaan kelas dalam masyarakat, serta pertolongan atas kebenaran. Kepuasan ekonomi terkait dengan optimisme ekonomi responden, sementara ketidakseimbangan institusional terkait kepercayaan responden terhadap pemerintah dan institusi bisnis. Salah satu poin utamanya adalah polarisasi yang terjadi dengan mengacu pada perbedaan yang kemudian mengakar di sebuah negara. Terdapat tiga kelompok, yakni negara yang polarisasinya rendah; negara dengan polarisasi moderat yang mana responden menyatakan melihat perbedaan yang dalam tetapi masih berpikir bahwa hal itu bisa diatasi; dan yang ketiga berupa negara dengan polarisasi dengan perbedaan mendalam yang diperepeti hal itu tidak akan pernah teratasi.

²Dalam ilmu sosiologi, konsep kohesi sosial sudah ada sejak era Emile Durkheim. Dipengaruhi oleh mazhab fungsionalisme yang dikembangkan oleh Talcott Parson, teori dan konsep kohesi sosial berkembang dengan pesat di abad ke-20 dan menjadi instrumen sosiologi yang sangat efektif untuk memahami banyak persoalan di masyarakat modern (Friedrich, 2004). Secara definitif, kohesi sosial adalah suatu kondisi di mana setiap individu yang merupakan anggota dalam suatu komunitas memiliki ikatan yang kuat kepada anggota yang lain (Chan, To, dan Chan, 2006).

³Echo chamber/ruang gema adalah situasi di mana seseorang hanya terpapar pada informasi atau sudut pandang yang mencerminkan dan memperkuat sudut pandang mereka sendiri. Ruang gema dapat menyebarkan informasi yang salah dan mendominasi perspektif seseorang, membuatnya sulit untuk mempertimbangkan sudut pandang alternatif dan mendiskusikan topik yang kompleks. Mereka cenderung memilih informasi yang menegaskan keyakinan yang sudah ada sebelumnya. Ruang gema dapat terjadi di lingkungan manapun di mana informasi dipertukarkan, baik online maupun secara langsung. Namun, internet memungkinkan hampir semua orang untuk terhubung dengan cepat dengan individu dan perspektif yang berkinerja sama melalui media sosial dan sejumlah besar sumber berita. Ini telah meningkatkan jumlah ruang gema dan membuatnya jauh lebih mudah diakses (Digital Media Literacy, <https://edu.gcfglobal.org/en/digital-media-literacy/what-is-an-echo-chamber/1/>).

Terkait polarisasi, survei nasional Laboratorium Psikologi Politik Universitas Indonesia (UI) tentang "Polarisasi Politik di Indonesia: Mitos atau Fakta, menemukan bahwa polarisasi politik di Indonesia fakta terjadi baik di dimensi dalam jaringan daring atau dunia maya maupun offline atau dunia nyata (liputan6.com). Terlebih menjelang pemilu yang membuat kontestasi semakin tajam.

Hal ini dikarenakan polarisasi tidak hanya dibentuk oleh ideologi, tapi juga kepentingan, maka menurut ilmuwan politik James Q. Wilson (2012), komitmen kuat terhadap kontestan dalam pemilu dapat berpengaruh pada terbentuknya polarisasi di kalangan pemilih.

Pemilih yang fanatis hanya mempercayai apa yang mereka dukung, termasuk dalam mengakses media sosial. Sistem algoritma media sosial juga melanggengkan polarisasi dalam masyarakat. Apa yang ditampilkan di media sosial akan berhubungan dengan apa yang dilihat sebelumnya. Fenomena ini disebut sebagai *echo chamber* (ruang gema)³.

Ruang gema mempersempit kemungkinan bertukar ide atau refleksi kritis dari pengguna internet. Hal ini karena informasi yang diberikan mendukung pendapat mereka. Kita hanya akan mendapatkan satu sudut pandang tanpa mengetahui bagaimana sudut pandang yang lain nantinya. Ruang gema dengan bantuan filter bubble (gelembung penyaring) menciptakan ruang yang menyaring informasi yang masuk dan menggemakan informasi yang telah diserap berulang kali. Fenomena ini membuat setiap netizen diarahkan pada "suara" yang sama dengan apa yang mereka yakini dengan lebih tepat. Rekaman like dan dislike diambil saat netizen aktif melalui click, like, block, unfollow, unfriend, mute atau share di media sosial.

Hasil rekaman akan diinferensi oleh algoritma untuk editing sehingga konten yang membuat kita tidak nyaman akan tersaring. Konten yang muncul berulang kali di depan layar netizen pada akhirnya akan menginternalisasikan keyakinan terhadap substansi konten tersebut sebagai kebenaran meski status keyakinan tersebut masih berada di titik abu-abu atau meski salah. Sungguh ironis menyaksikan kenyataan ini, bahwa masyarakat tidak dibangun di atas kebenaran, tetapi di atas nafsu, kepentingan, doktrin agama, dan fanatisme. Dampaknya adalah penguatan identitas dan polarisasi masyarakat yang semakin tajam dan berpotensi memantik konflik yang berkepanjangan.

Waspadai Potensi Delegitimasi Pemilu

Berkaca pada hasil pemetaan hoaks terkait Pilpres 2019, maka salah satu yang penting untuk diantisipasi adalah hoaks terkait sengketa pemilu. Secara formal, sengketa pemilu dapat dibagi dalam dua kategori, yakni sengketa dalam proses pemilu (khususnya yang terjadi antara peserta pemilu atau antarkandidat) yang selama ini ditangani panitia pengawas pemilu; dan yang kedua adalah sengketa hasil pemilu. Topik hoaks pada topik ini memiliki dua sasaran utama: pengaburan kebenaran dengan menyatakan pihaknya yang memenangkan suara, dan yang kedua adalah upaya untuk menggiring wacana proses pemilu yang tidak sah secara hukum.

Sesuai ketentuan UUD 1945, UU Pemilu, dan UU MK: wewenang penyelesaian perselisihan hasil pemilu berada di tangan Mahkamah Konstitusi. Berdasarkan tabel 5, Mahkamah Konstitusi hanya mendapatkan satu serangan hoaks yang menyasar I Wayan Sudirta, anggota tim kuasa hukum paslon O1 dengan membuat kolase foto yang menyandingkan fotonya saat bertugas dalam persidangan MK dengan aktor Shigeo Tokuda, aktor film dewasa tertua dari Jepang yang disebut sebagai kakak Sugiono.

Upaya delegitimasi hasil pemilu ini ditunjukkan dengan adanya 14 hoaks (30,9%) yang menyasar isu kecurangan pemilu. Data tersebut didukung dengan pemetaan atas potensi dampak dari hoaks selama Pilpres 2019. Salah satu hoaks tersebut menyasar Tri Risma Harini, Wali Kota Surabaya yang dihoakskan menjadi orator dalam protes terhadap KPU dan Bawaslu terkait kecurangan Pemilu (2 Mei 2019).

Penggunaan figur publik sebagai bagian penting dari narasi hoaks digunakan dalam kapasitasnya sebagai opinion leader yang berkemampuan untuk mengarahkan opini publik.

Secara statistik, peningkatan ketidakpercayaan terhadap badan penyelenggara pemilu (20,3%) merupakan dampak terbesar kedua setelah isu pembunuhan karakter (51,6%). Temuan ini merupakan karakteristik khas yang berkembang selama Pilpres 2019. Berdasarkan entitas yang disasar tabel 5 menunjukkan bahwa dari tiga lembaga penyelenggara pemilu, hanya Komisi Pemilihan Umum yang mendapatkan serangan hoaks dengan 20 narasi hoaks (15,6%).

Sedangkan, baik Badan Pengawas Pemilu maupun Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilu tidak mendapatkan serangan hoaks sama sekali. Akan tetapi, melihat dampaknya yang kian membesar, Pilpres 2024 berpotensi tinggi untuk makin menguatnya upaya delegitimasi tersebut.

Tabel 9 menunjukkan tiga potensi dampak lainnya, yakni menurunkan perolehan suara lawan (14,1%), meningkatkan citra positif pihak yang didukung (7%), dan mengganggu proses pemilu (5,4%). Pembunuhan karakter dengan memanfaatkan isu SARA terulang pada Pilpres 2019. Politisasi identitas sebagai upaya meningkatkan sentimen publik menjadi refrain yang selalu berulang pada tiap momen politik.

Tabel 9. Potensi Dampak Hoaks

Potensi Dampak	f	%
Ketidakpercayaan pada Badan Penyelenggara Pemilu (EMB)	26	20,30 %
Mengganggu proses pemilu	7	5,50%
Menurunkan suara lawan	18	14,10%
Pembunuhan karakter	66	51,60%
Meningkatkan citra positif	9	7,00%
Lain-lain	2	1,60%
Total	128	100,0%

Kerentanan KPU sebagai Lembaga Penyelenggara Pemilu

Pasca-pemungutan suara, KPU menjadi entitas yang paling tinggi disasar hoaks dengan isu kecurangan pemilu, seperti memanipulasi Daftar Pemilih Tetap (DPT), isu KTP ganda, rekayasa logistik, dan keberpihakannya pada salah satu paslon. Isu-isu seperti ini dapat mempengaruhi opini publik dan sangat rawan menimbulkan distrust.

Juga hoaks yang menyasar aparat keamanan seperti polisi, dan juga pemerintah Pusat. Isu ini terkait demonstrasi yang berujung pada pertikaian, termasuk isu SARA yang sengaja dimainkan untuk menyerang polisi yang menertibkan pendemo yang ricuh.

Sulit untuk tidak berpikir bahwa hoaks yang menyasar entitas-entitas ini memang sengaja dibuat sebagai upaya mendiskreditkan lembaga ini, memunculkan ketidakpercayaan, saling hujat, yang akan memperlebar jurang polarisasi. Banyak ahli yang mengkaitkan polarisasi politik ini dengan identitas. Seperti opini yang ditulis oleh Wijayanto dalam kompas.id, bahwa dalam situasi politik di Indonesia, identitas telah menimbulkan perpecahan di media sosial yang ditandai dengan istilah-istilah peyoratif: cebong, kampret, dan kadrun. "Cebong" mengacu pada pendukung pemerintah, sedangkan "kampret" atau "kadrun" digunakan untuk menggambarkan kelompok Islam garis keras yang selalu skeptis terhadap setiap tindakan pemerintah.

Dalam kondisi yang dikenal sebagai polarisasi politik emosional, politik tidak hanya tentang persaingan kekuasaan, tetapi juga melibatkan emosi dan keinginan untuk memuaskan ego atau bahkan untuk bertahan hidup.

Nama negatif yang mengambil nama binatang, seperti yang terjadi di Indonesia, memperkuat teori ini. Pada titik ini, pemisahan antara "kita" dan "mereka" telah mencapai titik ekstrem.

Dalam kondisi seperti ini, penentuan benar atau salahnya sesuatu tidak lagi didasarkan pada fakta atau bukti, melainkan pada apakah pernyataan tersebut berasal dari kelompok "kami" atau "mereka".

Laporan Edelman Trust Barometer 2023 menyebutkan bahwa hal yang mendorong polarisasi adalah ketidakpercayaan kepada pemerintah, lemahnya tatanan sosial, kurangnya identitas bersama, ketidakadilan sistemik, pesimisme ekonomi, ketakutan masyarakat, dan ketidakpercayaan terhadap media.

Dari beberapa hal tersebut, ketidakpercayaan kepada pemerintah dan lemahnya tatanan sosial merupakan dua faktor yang paling banyak memberikan dampak pada persepsi tentang polarisasi. Walaupun dalam laporan Edelman Trust Barometer tersebut menyatakan bahwa, kepercayaan kepada pemerintah Indonesia masih cukup tinggi, yakni mencapai 76 persen, namun mapping yang dilakukan oleh Tim Litbang Mafindo ini menunjukkan ada upaya untuk menjatuhkan wibawa KPU serta aparat keamanan, dan pemerintah pusat.

Terkikisnya sikap saling percaya antara warga dikhawatirkan akan berpengaruh kepada keengganan masyarakat untuk berpartisipasi dalam proses politik.

“Rendahnya partisipasi politik, seperti rendahnya penggunaan hak pilih dan keterlibatan warga dalam kampanye maupun pengambilan kebijakan publik, berpengaruh pada rendahnya mutu demokrasi”

- [bbc.com](https://www.bbc.com)

BAB V

Call to Action

Pada bagian pertama, hasil pemetaan menggunakan metode analisis isi kuantitatif atas teks narasi hoaks selama Pilpres 2019 menunjukkan sejumlah temuan utama. Berdasarkan pembagian tiga tahapan pemilu, hoaks paling banyak tersebar pada masa pasca-Pemilu (94 hoaks). Hal ini sangat terkait dengan terjadinya sengketa Pemilu pada Pilpres 2019.

Urutan kedua terbanyak pada masa sebelum pemungutan suara (34 hoaks). Sedangkan selama pemungutan suara, tidak hoaks yang berasal dari aduan dan temuan dari fact checker Mafindo. Temuan lain menunjukkan bahwa dari serangkaian proses Pilpres 2019, topik hoaks yang paling banyak beredar adalah sengketa Pemilu (40%), penghitungan suara (15%), dan kampanye (15%).

Entitas yang paling banyak disebut dalam narasi hoaks adalah pendukung kandidat (35 hoaks), kandidat presiden dan wakil presiden (25 hoaks), dan Komisi Pemilihan Umum (20 hoaks). Temuan ini menarik karena menunjukkan bahwa terjadi pergeseran dari tren hoaks 2014 yang tidak menyasar penyelenggara Pemilihan Umum. Terakhir, siapakah yang paling banyak melakukan upaya klarifikasi (debunking) atas hoaks?

Data Mafindo menunjukkan bahwa tertinggi dilakukan oleh pemeriksa fakta (50 hoaks), organisasi yang dicatut (25 hoaks) dan pemerintah (24 hoaks).

Bagian kedua, pembahasan atas temuan data menyiratkan empat poin utama. Pertama, temuan tentang meningkatnya jumlah hoaks pada tahap pasca-Pemilu perlu diwaspadai. Jika terjadi sengketa hasil pemungutan suara, maka bisa diprediksi hal yang sama akan terjadi pada Pilpres 2024. Kedua, meningkatnya polarisasi yang semakin menguat antarpemilihan.

Data ini merupakan hasil perbandingan dengan tren hoaks tahun 2014. Saling serang antar pendukung kerap terjadi di media sosial. Hal ini berbeda dengan karakteristik hoaks tahun 2014 yang terjadi lebih banyak satu arah. Ketiga, serangan terhadap penyelenggara Pemilu meniupkan terompet alarm atas potensi penggunaan hoaks untuk melakukan delegitimasi hasil pemilu. Maka, perlu ditangani secara lebih intens. Dan keempat, KPU memiliki kerentanan yang wajib diwaspadai terkait dengan serangan hoaks di Pilpres 2024.

Referensi

- APJII. (2017). Laporan Survei Internet APJII 2017. Indonesia Survey Center APJII. (2020). Laporan Survei Internet APJII 2019–2020. Indonesia Survey Center
- Chan, J., To, H.-P., & Chan, E. (2006). Reconsidering Social Cohesion: Developing a Definition and Analytical Framework for Empirical Research. *Social Indicators Research*, 75(2), 273–302. <http://www.jstor.org/stable/27522534>, DOI 10.1007/s11205-005-2118-1
- Colas, D. 1997. Civil society and fanaticism: Conjoined histories, trans. Amy Jacobs. Palo Alto, CA: Stanford University Press. [Google Scholar]
- Eriyanto. (2011). Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Friedkin, N.E. (2004) Social Cohesion. *Annual Review of Sociology*, 30, 409–425. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.30.012703.110625>
- Gerintya, 2018. <https://tirto.id/hoaks-dan-bahaya-rendahnya-kepercayaan-terhadap-media-cKAX>
- Hootsuite We Are Social. (2019). Digital 2019 Indonesia.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/05/22/pertumbuhan-pengguna-internet-indonesia-nomor-1-di-dunia>
- <https://doi.org/10.1080/1600910X.2021.1946116>
- <https://mediaindonesia.com/kolom-pakar/551130/ilusi-polarisasi-versus-fakta-kohe-sosial>
- <https://www.kompas.id/baca/polhuk/2023/01/23/polarisasi-di-indonesia-dipersepsi-rendah-pemilu-2024-perlu-diwaspadai>
- <https://www.liputan6.com/news/read/5238709/polarisasi-politik-nyata-di-masyarakat-pengamat-sebut-kekhawatiran-jokowi-kini-terbukti>
- James Q. Wilson (2012), *American Government: Institutions and Policies*, Wadsworth Publishing; 13 edition
- Komara, Indra (14 Juni 2019) Garis Besar soal Sidang Perdana Gugatan Prabowo di MK Hari Ini". *detikcom*. *detikNews*. Diakses pada tanggal 21 Maret 2021

KPU : Orang Gila tidak punya Hak Memilih (12 Februari 2019) <https://news.republika.co.id/berita/pmsdhj354/kpu-orang-gila-tak-punya-hak-pilih>, diakses tanggal 21 Maret 2023

Lewandowsky, S., Cook, J., Ecker, U., Albarracín, D., Kendeou, P., Newman, E. J., ... & Zaragoza, M. S. (2020). *The debunking handbook 2020*.

Marlinda Oktavia Erwanti (21 Mei 2019). "Prabowo Tolak Hasil Pilpres 2019". *detikcom*. *detikNews*. Diakses tanggal 21 Maret 2023

Masrully (8 Juli 2022), Wacana Digitalisasi Pemilu: Seberapa Siapkah Indonesia?, <https://lan.go.id/?p=9942>, diakses pada tanggal 21 Maret 2023

Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin UK. Hootsuite We Are Social. (2017). *Digital 2017 Indonesia*.

Poe, Andrew, 2021. Un-represent: Theorizing the reason of political fanaticism, *Distinktion: Journal of Social Theory*, Volume 22, 2021, Issue 3.

Purnamasari, 2019. <https://nasional.kompas.com/read/2019/08/28/19245431/kepercayaan-publik-ke-pers-lebih-rendah-daripada-ke-polri-dan-dpr>

Toscano, A. 2010. *Fanaticism: On the uses of an idea*. London: Verso. [GoogleScholar] <https://dkpp.go.id/alfitra-salamm-dkpp-lahir-dari-ketidakpercayaan-masyarakat-terhadap-penyelenggara-pemilu/> diakses tanggal 2 April 2023

Wijayanto, 26 April 2023, Pola Manipulasi Opini Publik di Media Sosial, <https://www.kompas.id/baca/opini/2023/04/24/pola-manipulasi-opini-publik-di-media-sosial>, diakses pada tanggal 25 Juni 2023

Winarno, Sugeng, 2019. Fanatisme Politik, <https://www.harianbhirawa.co.id/fanatisme-politik/> diakses pada tanggal 20 Maret 2023

Yuliani (28 Desember 2017), Ini penyebab Maraknya Politik SARA, https://www.kominfo.go.id/content/detail/12213/ini-penyebab-maraknya-politik-sara/O/sorotan_media, diakses pada tanggal 21 Maret 2023

Tanggapan Terhadap Pemetaan Pilpres

Tanggapan Temuan Hoaks 2019

Pasukan Siber dan Disinformasi Politik Pada Pemilu 2019

Oleh: Wijayanto ⁴



Pendahuluan

Minggu, 30 Juli 2023. Detak jarum jam sudah menunjuk pukul 23.45. Hari sudah hampir berganti. Tapi ada yang membuat saya tetap terjaga. Ia adalah ingatan akan deadline satu tulisan. Saya putuskan membuka kembali laptop. Begitu laptop terbuka saya segera memeriksa kembali satu surat elektronik (surel) masuk ke kotak pesan saya. Ia tertanggal 13 Juni 2023. Pengirimnya adalah Dr. Fins Purnama, kolega peneliti di Mafindo. Bersama surel itu terlampir satu berkas penelitian berjudul tipologi hoaks pada pemilihan presiden 2019.

Topik yang sangat menarik perhatian saya. Dalam dokumen laporan itu disebutkan bahwa dari pemilu ke pemilu jumlah hoaks dilaporkan semakin meningkat dengan tipologi yang terus berkembang. Jika pada pemilu 2014 hoaks terutama terkait politik identitas untuk mendiskreditkan pasangan calon presiden dan wakil presiden, maka pada 2019 tipologi hoaks itu masih berlanjut dengan ditambah hoaks terkait penyelenggara pemilu.

Dari sisi jumlah, ada 1221 hoaks terkait momen Pilpres 2019. Meskipun laporan ini berfokus pada 2019, bagian pengantar juga menyebutkan bahwa menjelang tahun politik menjelang pemilu 2024, ada 46 hoaks pada tahun 2022 dan meningkat tajam menjadi 289 hoaks hingga Juli 2023. Apakah ini jumlah yang besar atau tidak terlalu besar? Bagian metodologi penelitian ini menjelaskan bahwa pada kenyataannya jumlah hoaks jauh lebih besar. Angka yang ditemukan Mafindo didasarkan atas temuan, tempaknya secara manual, tim peneliti dan juga aduan dari masyarakat.

Temuan riset ini segera membuat ingatan saya melayang pada temuan riset LP3ES bersama KITLV Leiden, Universitas Amsterdam, Universitas Diponegoro, Universitas Islam Indonesia dan Drone Emprit.

Antara tahun 2020 sampai dengan 2022 kami melakukan penelitian tentang operasi pasukan siber yang melakukan manipulasi opini publik di media sosial dalam sekurangnya 4 kasus: pemilihan presiden langsung 2019, pengesahan revisi UU KPK 2019, normalisasi new normal 2020 dan pengesahan Omnibus Law 2020.

Kami beruntung bisa mengumpulkan ilmuwan politik, antropolog, ilmuwan komunikasi, dan data scientists dalam satu tim sehingga dapat mengembangkan satu metodologi yang memadukan antara pendekatan kualitatif dan pendekatan kuantitatif.

Pendekatan kuantitatif itu terwujud dalam analisa jutaan percakapan di media sosial yang menggunakan software listening tool Drone Emprit yang mengingat kuantitas data niscaya tidak dapat dilakukan secara manual oleh manusia. Pendekatan kualitatif terwujud dalam wawancara mendalam dengan para anggota pasukan siber dalam berbagai kasus di atas.

Tulisan ini akan memaparkan pola kerja pasukan siber itu dalam mengarahkan opini publik termasuk dalam Pemilihan Presiden 2019 untuk menjadi pembeding atas temuan Mafindo. Pada intinya tulisan ini akan menyampaikan satu argumen bahwa ada satu kerja sistematis dari pasukan siber yang memproduksi hoaks yang kemudian menjadi temuan Mafindo.

Dengan kata lain jika Mafindo menemukan tipologi hoaksnya, tim konsorsium LP3ES menemukan salah satu kelompok aktor penting di balik kemunculan hoaks: pasukan siber. Lebih jauh, tulisan ini akan menjelaskan ciri-ciri manipulasi opini publik yang disebar oleh pasukan siber. Namun sebelum menjelaskan lebih jauh terkait pasukan siber dan manipulasi opini publik yang mereka lakukan, penulis akan terlebih dahulu memberikan konteks mengapa propaganda media sosial berlangsung menjelang ajang pemilihan umum.

Revolusi Digital dan Perubahan Pola Kampanye

Terpaan revolusi digital mempengaruhi praktik kehidupan demokrasi termasuk dalam kampanye pemilu. Pada tahun politik di mana pemilu akan dilaksanakan dalam hitungan bulan, sesungguhnya sebagian besar politisi telah gencar memikat hati pemilih melalui berbagai platform media sosial, dari mulai Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, atau pun TikTok.

Berbagai konten kampanye itu kemudian hadir di genggam tangan kita melalui berbagai cara. Terkadang konten itu muncul "tanpa sengaja" saat kita membuka akun media sosial kita. Terkadang ia hadir begitu saja di dalam berbagai group aplikasi percakapan yang kita ikuti.

*Wijayanto adalah pengajar Politik Digital dan Demokrasi di Program Studi Pemerintahan, Universitas Diponegoro. Ia juga bekerja sebagai Direktur Pusat Media dan Demokrasi di Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi Sosial (LP3ES) sejak 2019. Sejak 2023, juga merupakan Ketua Presidium Koalisi Masyarakat Sipil Nasional untuk Demokratisasi dan Modernisasi Dunia Siber Indonesia (Koalisi Damai 2023-2026). Koalisi ini dibentuk dengan dukungan United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) dalam proyek bertajuk Social Media for Peace, beranggotakan tidak kurang dari 12 organisasi masyarakat sipil terkemuka di Indonesia yang peduli pada isu-isu demokrasi digital.

Menjelang pemilu 2024, kemunculan para politisi di berbagai laman media sosial untuk membangun citra diri mereka sebenarnya dapat dimengerti. Menurut survei CSIS yang dirilis pada 26 September 2022, lebih dari 50% memilih Indonesia adalah generasi Z dan milenial. Mereka berada di rentang usia 17 hingga 43 tahun pada saat pemilu 2024 dilaksanakan. Sementara itu hasil penelitian yang dirilis oleh Aliansi Penyelenggara Jasa Internet (APJII) yang dirilis pada tahun yang sama menunjukkan bahwa penetrasi internet pada generasi itu ada di kisaran 99%, dan nyaris separuh di antaranya menghabiskan waktu 6 jam atau lebih di hadapan layar telepon genggam.

Dapat dikatakan ini adalah generasi yang begitu membuka mata di pagi hari langsung membuka telepon genggam dan belum akan tidur sebelum "berpamitan" dengan gawai mereka. Dengan demikian, hadir di media sosial adalah cara para politisi untuk mendekatkan diri mereka dengan generasi ini.

Sesungguhnya, kampanye digital memiliki berbagai manfaat yang signifikan dalam mempromosikan partisipasi demokratis dan menghubungkan kandidat dengan pemilih. Media sosial memungkinkan kandidat untuk mencapai pemilih di seluruh wilayah, bahkan di daerah yang sulit dijangkau melalui media massa tradisional. Dengan cara ini, kandidat dapat memperluas basis pendukung dan memperkenalkan diri mereka kepada pemilih yang belum mengenal mereka sebelumnya. Kampanye digital juga dapat memotivasi pemilih untuk terlibat dalam proses pemilihan umum.

Melalui media sosial, kandidat juga dapat mempublikasikan program dan pandangan mereka secara transparan dan mudah diakses, sehingga pemilih dapat membuat keputusan yang tepat saat memilih. Dari sisi biaya, kampanye melalui media sosial biasanya lebih murah daripada kampanye konvensional, seperti iklan televisi dan surat kabar. Hal ini membuat kampanye pemilu lebih terjangkau bagi kandidat yang memiliki anggaran terbatas.

Yang paling utama, media sosial berkemampuan untuk mendorong interaksi yang lebih dekat dengan pemilih. Melalui media sosial, kandidat dapat terhubung dengan pemilih secara langsung dan menjawab pertanyaan mereka. Interaksi ini memungkinkan kandidat untuk membangun koneksi yang lebih erat dengan pemilih dan memperoleh masukan langsung tentang isu-isu yang penting bagi mereka.

Media sosial memungkinkan kandidat untuk memilih audiens yang tepat dan menyesuaikan pesan mereka sesuai dengan kepentingan dan kebutuhan pemilih tersebut. Dalam kampanye pemilu melalui media sosial, kandidat dapat menyampaikan pesan yang lebih fokus dan spesifik, sehingga lebih efektif dalam mempengaruhi pemilih.

Sayangnya, berbagai penelitian terbaru menunjukkan bahwa dalam tiga pemilu terakhir yang kita lakukan, yakni Pemilu 2014, Pilgub Jakarta 2017, dan 2019, penggunaan hoaks dan ujaran kebencian yang berbasis pada eksploitasi politik identitas berbasis etnis dan agama turut mewarnai kampanye media sosial (Lim, 2017; Tapsell, 2022).

Tapsell (2022) menunjukkan bahwa bersama dengan kampanye "resmi" yang dilakukan oleh para pendukung masing-masing kandidat di media arus utama, kampanye tersembunyi menyebarkan disinformasi dan propaganda dilakukan di media sosial. Serangkaian penelitian yang dilakukan oleh akademisi di Universitas Oxford (Howard dkk, 2019; Bradshaw dkk, 2020) menunjukkan bahwa penggunaan propaganda komputasi yang dilakukan oleh pasukan siber telah mewarnai kampanye pemilu setidaknya ke 81 negara di dunia termasuk Indonesia.

Penelitian yang dilakukan oleh tim akademisi di LPJES, KITLV Leiden, Drone Emprit, dan Universitas Amsterdam (Sastramidjaja dan Wijayanto, 2022) mengkonfirmasi temuan tim Oxford tersebut.

Pasukan Siber sebagai Tim Sukses Bawah Tanah

Dalam penelitian kami, pasukan siber dapat didefinisikan sebagai jaringan pendengung (buzzers), pemengaruh (influencers), koordinator, dan pembuat konten yang bekerja sama untuk memengaruhi opini publik di media sosial. Penelitian kami menemukan bahwa seluruh lapisan pasukan siber mendapatkan imbalan materi, kecuali pesohor.

Secara ringkas dapat dijelaskan bahwa buzzer (pendengung) adalah pasukan di garis terdepan yang umumnya memakai akun samaran yang bertugas untuk memviralkan satu narasi tertentu. Kadang mereka mengunggah konten, kadang pula mereka me-retweet (atau membalas) cuitan dari seorang influencer (pesohor).

Sementara itu, pembuatan konten adalah bagian dari pasukan yang bertugas menyiapkan materi, meme, dan tagar yang disebarluaskan buzzer. Menggunakan pengetahuan dan intuisi mereka tentang politik dan pembentukan opini publik, mereka dapat memprakirakan jenis unggahan seperti apa akan berhasil viral. Baik pendengung maupun pembuat konten ini direkrut oleh seorang koordinator yang berhubungan dengan 'klien' yang mendanai kegiatan pasukan siber. Sementara itu, pesohor adalah orang-orang yang menggunakan akun mereka sendiri untuk mendukung calon presiden dan calon wakil presiden tertentu.

Jika dirunut ke belakang, pasukan siber sesungguhnya merupakan metamorfosis dari relawan digital yang bermula dari pemilihan gubernur 2012 di Jakarta. Pada saat itu Jokowi mantan walikota Solo dan masih merupakan orang luar politik mengalahkan petahana Fauzi Bowo. Salah satu faktor penting di balik kemenangan Jokowi adalah kampanye media sosial energik yang didorong oleh sukarelawan yang aktif berkampanye di media sosial. Pada Pilpres 2014 para relawan kembali menggunakan media sosial untuk menggali dukungan Jokowi melawan lawannya, Prabowo Subianto.

Pada saat inilah tim kampanye kedua kandidat memanfaatkan influencer dan tim buzzer yang tidak terdaftar. Ini menandai munculnya pasukan dunia maya yang terorganisir dalam kampanye pemilu Indonesia. Peran dan dampak pasukan siber semakin menguat menjelang Pilgub Jakarta 2017, di mana Anies Baswedan mengalahkan petahana Basuki Tjahaja Purnama (dikenal sebagai 'Ahok').

Kekalahan Ahok sebagian besar merupakan hasil dari upaya online dan offline bersama untuk menjebaknya atas tuduhan penistaan agama, berdasarkan video yang dimanipulasi dari salah satu pidatonya, di mana Ahok — seorang Kristen dengan akar etnis Tionghoa — merujuk sebuah ayat dari Al-Quran. Video yang telah diedit dan diberi caption berbunyi “penodaan agama” itu menjadi viral di media sosial dan memicu serangkaian demonstrasi besar-besaran oleh kelompok Islam garis keras, serta “jihad digital” yang sengit oleh kelompok pasukan dunia maya yang disebut Muslim Cyber Army (MCA).

Kejatuhan Ahok membuat kubu Jokowi sangat sadar akan kerentanan mereka terhadap penggunaan apa yang disebut ‘politik identitas’ oleh lawan mereka — khususnya, eksploitasi sentimen Islam untuk menggalang mayoritas penduduk Muslim melawan presiden. Pada April 2018, satu tahun sebelum pemilu 2019, partai-partai oposisi Islam meluncurkan kampanye daring melawan Jokowi, menggunakan tagar #2019GantiPresiden, ‘Ganti Presiden 2019’.

Kampanye hashtag ini menjadi tren populer di Twitter dan platform media sosial lainnya sepanjang tahun, didorong oleh MCA dan pasukan siber lainnya. Pada bulan-bulan berikutnya, Jokowi mengambil citra yang lebih saleh dan memilih ulama Islam Ma'ruf Amin, ketua Majelis Ulama Indonesia dan pemimpin Nahdlatul Ulama, organisasi Islam terbesar di Indonesia sebagai pasangannya.

Selain itu, kubu Jokowi menopang kampanye digital mereka, tidak hanya menggunakan pakar media sosial yang secara resmi menjadi bagian dari ‘tim sukses’ pemilu, tetapi juga memobilisasi para pemberi pengaruh dan pasukan dunia maya yang tidak secara formal terkait dengan kampanye. Begitu pula kubu Prabowo.

Dalam pemilu 2019, pasukan siber bekerja baik untuk mendukung Jokowi maupun untuk mendukung Prabowo. Kami berhasil mewawancarai baik pasukan siber pendukung Jokowi maupun Prabowo. Salah satu pendukung Prabowo mengaku dengan sengaja menggunakan politik identitas dengan menyebut Jokowi sebagai bagian dari PKI seperti tampak dalam kutipan berikut :

“#2019GantiPresiden meskipun deklarasi itu ada, itu sudah jadi milik publik kan? Idanya telah menjadi milik umum. Jadi semangat besar saat itu untuk menggantikan Jokowi, rakyat sudah malu banyak pemuka agama yang dikriminalisasi... Slogan kampanye Jokowi tentang ‘Revolusi Mental’ sebenarnya adalah slogan PKI Lama, yang mencerminkan hubungan Jokowi dengan China (komunis).” (Wawancara dengan informan, 7 Mei 2021)

Wawancara dengan salah satu anggota pasukan siber pendukung Jokowi mengkonfirmasi bahwa mereka tidak tinggal diam. Hal ini tampak dari kutipan berikut ini :

“Saat ada serangan yang lebih keras, aku akan menjatuhkanmu lebih keras lagi. Karena dari segi agama, Prabowo kurang dalam hal ini. Kami tidak pernah tahu apakah dia melakukan shalat Jumat. Sementara itu ada Sandiaga Uno yang berwudhu di gayung. Apakah kamu tahu? Ini juga perang dunia maya hingga menjadi trending topik.” (Wawancara dengan informan, 5 April 2021)

Dalam kutipan di atas tampak bahwa politik identitas juga digunakan untuk menyerang Prabowo terkait dengan agama. Tidak hanya itu, di berbagai media juga muncul rumor yang menyerang orientasi seksual putra Prabowo.

Sudah banyak penelitian yang menunjukkan bahwa kampanye yang berisi propaganda dan manipulasi opini publik dapat berujung pada polarisasi politik yang mendangkalkan kualitas ruang publik selama pemilu dan membunuh dialog yang rasional dan mencerdaskan.

Dalam situasi polarisasi politik afektif, politik sudah tidak lagi sekedar perebutan kekuasaan namun juga emosi dan hasrat untuk memenuhi ego bahkan keberlangsungan hidup. Pelabelan payoratif yang menggunakan nama binatang : cebong vs kampret, yang pernah mewarnai ruang publik menunjukkan kebenaran teori itu.

Di sini, pembelahan antara kami (us) dan mereka (them) mencapai titik yang sangat ekstrem. Dalam keadaan seperti ini, penilaian benar atau salah bukan lagi tentang fakta atau bukti namun lebih tentang apakah ia didalilkan oleh kelompok kami atau kelompok mereka.

Pola Manipulasi Opini Publik

Bagaimana cara kerja pasukan siber dalam melakukan manipulasi opini publik? Berdasarkan kasus Pilpres 2019, juga revisi UU KPK, *New Normal* dan *Omnibus Law* kami menemukan ciri ciri berikut ini: Pertama, ada gelombang tsunami percakapan di media sosial saat menjelang pengesahan suatu kebijakan dengan volume yang sangat besar yang ada di luar kewajaran.

Pantauan riset kami menunjukkan bahwa menjelang pemilu presiden 2019 terdapat puluhan ribu percakapan bertagor #2019GantiPresiden melawan dan #2019TetapJokowi. Selama 2020 terdapat jutaan percakapan terkait omnibus law.

Berikutnya, antara 10 hingga 17 September 2019 terdapat lebih dari setengah juta percakapan di berbagai platform media sosial terutama Twitter tentang revisi UU KPK. Setengah juta percakapan tentang satu topik dalam tempo yang demikian singkat tentu bukanlah suatu hal yang lumrah. Terlebih, tsunami percakapan itu untuk satu isu yang cukup berat: revisi undang-undang. Ini berbeda, misalnya, dengan kasus yang menimpa artis yang relatif diikuti oleh berbagai lapisan masyarakat.

Kedua, ada satu upaya kreasi konten secara sengaja di media sosial yang diiringi dengan diseminasi secara masif agar menjadi viral dan trending topik. Seperti dijelaskan di atas, menjelang pemilu 2019 terdapat dua tagar yang menjadi trending: #2019GantiPresiden dan #2019TetapJokowi. Temuan *Drone Emprit* menunjukkan bahwa tagar *New Normal* didengungkan ratusan ribu kali pada tahun 2020 menjadikan Indonesia sebagai negara paling banyak menggunakan istilah ini jauh melampaui Amerika dan Australia yang merupakan negara berbahasa Inggris.

Dalam kasus revisi UU KPK, upaya untuk memviralkan tagar bahkan dilakukan dengan cara-cara lain yang tak wajar seperti misalnya adanya kuis "GiveAway" di mana warga maya akan mendapatkan pulsa 50 ribu untuk 2 orang yang mau membuat status apa saja namun dengan tagar #KPKPATUHAaturan.

Hal ini ditujukan untuk memberikan tekanan kepada KPK yang para komisyonernya menolak revisi untuk mematuhi revisi yang sudah ada. Dalam hal ini kuis ini terbukti berhasil karena tagar #KPKPATUHAaturan dikicaikan sebanyak 18.043 kali.

Ketiga, terdapat penggunaan politik identitas untuk menarik sentimen publik. Pemilu 2014 menjadi titik mula dari polarisasi politik yang sangat tajam di Indonesia. Di media sosial, polarisasi bahkan termanifestasi dalam dehumanisasi dengan penyebutan istilah cebong, kampret dan kadrun.

Cebong yang sebenarnya nama dari anak katak namun ditujukan untuk melabeli para pendukung Jokowi. Istilah cebong muncul dari kata kecebong yang merupakan anak katak. Istilah ini berasal dari kegemaran Jokowi memelihara kodok ketika menjadi walikota Solo. Sedangkan pendukung fanatik Jokowi membalas dengan menggunakan kata kampret untuk merujuk pada pendukung fanatik Prabowo.

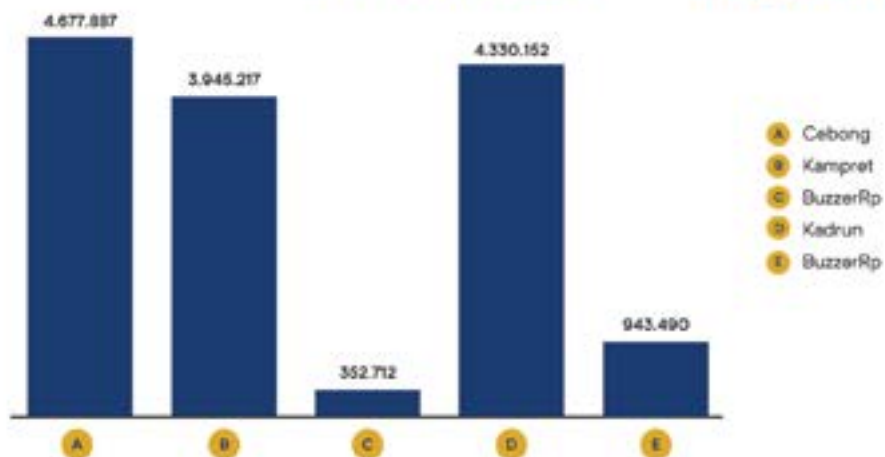
Tidak hanya itu, terdapat pula pelabelan kadrun yang merupakan singkatan dari kadal gunung oleh pendukung fanatik Jokowi sebagai respon atas sebagian kelompok Islam yang dinilai selalu menyalahkan kebijakan Jokowi.

Pantauan Drone Emprit menunjukkan bahwa antara 1 Juli 2015 hingga 17 April 2022 kata cebong digunakan sebanyak 4.677.887 kali, kampret 3.945.217 kali, dan kadrun digunakan sebanyak 4.330.152 kali seperti terlihat pada gambar berikut.

Dari gambar tersebut juga terlihat bahwa bersamaan dengan sebutan dehumanisasi di atas juga muncul kata BuzzerRp (dengan 1 huruf R dan 1 huruf r) yang merujuk pada pasukan digital bayaran sebanyak 352.712 kali dan BuzzeRp (dengan 1 huruf R) yang juga punya makna sama sebanyak 943.490 kali.

Total Mentions by Media Types
(1 Juli 2015 to 17 April 2022)

DroneEmprit



Total Mentions :
14.259.458

Dalam kasus revisi UU KPK, penggunaan politik identitas juga berlangsung. Masih segar dalam ingatan kita salah satu konten yang saat itu viral adalah gambar struktur organisasi yang menerangkan bagaimana keterkaitan sebagian penyidik dan komisioner KPK dengan organisasi Taliban. Gambar sedemikian canggih tentu membutuhkan ahli untuk memproduksinya.

Pada hari-hari itu, Twitter juga dipenuhi oleh tagar berbunyi #KPKdanTaliban. Pantauan riset kami menunjukkan bahwa terdapat 15.521 cuitan yang menggunakan tagar itu. Tujuannya jelas untuk menggiring opini publik seakan KPK adalah sarang dari kelompok radikal Islam yang tak pernah terbukti hingga hari ini.

Sentimen Identitas sebagai Pemantik

Dari berbagai pola di atas, sepertinya tampak bahwa penggunaan isu identitas menjadi faktor pemantik yang paling kuat mempengaruhi opini publik. Ong dan Cabanes (2020) mencatat bahwa propaganda media sosial akan dapat mempengaruhi opini publik manakala ia dapat beresonansi dengan isu dan aspirasi sosial masyarakat, terutama yang tidak cukup diakui dan disinggung oleh media arus utama.

Uraian kedua sarjana ini menjadi relevan dengan situasi Indonesia di mana elit politik telah menggunakan sentimen berbasis identitas agama dalam tiga pemilu: Pemilu 2014, Pemilihan Gubernur DKI 2017 dan Pemilu 2019 yang telah sukses melahirkan polarisasi politik.

Selama sekurangnya lima tahun terakhir, berbagai ilmuwan politik telah memberikan peringatan atas ancaman polarisasi politik ini. Polarisasi politik berbasis identitas dapat menimbulkan sejumlah dampak negatif terhadap pemerintahan demokratis, diantaranya termasuk erosi lembaga dan norma demokrasi, selain memperdalam perpecahan sosial.

Sebagaimana tampak pada penjelasan di atas, di Indonesia polarisasi politik berbasis identitas itu telah juga melahirkan pembelahan di media sosial dalam sebutan *peyoratif*: *Cebong*, *Kampret*, dan kemudian juga *Kadrun*. Jika *cebong* merujuk pada kelompok yang mendukung pemerintah, maka *kampret* atau *kadrun* merujuk pada kelompok Islam garis keras yang selalu mencurigai apa pun yang dilakukan pemerintah. Dalam situasi polarisasi politik afektif, politik sudah tidak lagi sekadar perebutan kekuasaan namun juga emosi dan hasrat untuk memenuhi ego bahkan keberlangsungan hidup.

Pelabelan *peyoratif* yang menggunakan nama binatang yang berlangsung di Indonesia menunjukkan kebenaran teori itu. Di sini, pembelahan antara kami (*us*) dan mereka (*them*) mencapai titik yang sangat ekstrem. Dalam keadaan seperti ini, penilaian benar atau salah bukan lagi tentang fakta atau bukti namun lebih tentang apakah ia didalilkan oleh kelompok kami atau kelompok mereka.

Di sini kita mengerti mengapa propaganda keberadaan Taliban atau kelompok Islam garis keras di dalam KPK berhasil. Dalam temuan penelitian kami, tagar KPK dan Taliban telah berhasil mempengaruhi agenda setting media arus utama yang mengamplifikasinya dalam 250 lebih pemberitaan. Lebih dari itu, patut diduga bahwa pelabelan Islam garis keras itu juga mempengaruhi sentimen publik secara umum.

Survei yang dimuat di harian Kompas pada 16 September 2019 menemukan bahwa mayoritas publik (44,9%) mendukung revisi UU KPK jauh lebih tinggi daripada mereka yang menolaknya (39,9%).

Sejak kelahirannya, KPK telah mengalami berbagai upaya pelemahan dalam berbagai bentuk: peninjauan kembali sebagian pasal atau seluruh undang-undang KPK ke Mahkamah Konstitusi, hak angket DPR yang keluar tidak lama setelah lembaga anti rasuah itu mengusut kasus korupsi KTP Elektronik, hingga kriminalisasi para anggotanya yang melahirkan kasus Cicak VS Buaya Jilid I, II dan III. Bahkan revisi UU KPK juga telah berkali-kali coba dilakukan.

Percobaan revisi itu pertama kali terjadi pada tahun 2010, yang kemudian kembali berulang pada 2012, 2015 dan 2017. Namun pada tahun-tahun itu kepercayaan kepada KPK masih sangat tinggi dan setiap upaya pelemahan KPK selalu mendapat tentangan publik. Baru pada tahun 2019 revisi UU KPK mendapat dukungan publik demikian besar. Di sini polarisasi efektif yang muncul karena sentimen identitas telah mengisir fakta bahwa lembaga anti rasuah itu memiliki kinerja yang sangat baik dalam upaya pemberantasan korupsi.

Penelitian yang kami lakukan menunjukkan bahwa manipulasi opini publik dengan memanfaatkan sentimen identitas di media sosial tidak hanya terjadi pada pelemahan KPK namun juga pemilu presiden 2019. Sangat mungkin pola yang sama juga akan dipraktikkan dalam Pemilu 2024. Di sini, mengenali pola manipulasi opini publik menjadi penting untuk lebih meningkatkan kewaspadaan kita. Di berbagai negara, manipulasi opini publik yang memproduksi beragam disinformasi telah terbukti mengancam kualitas demokrasi.

Penutup

Tulisan ini memberikan tanggapan atas laporan riset Mafindo terkait tipologi hoaks pada pemilu 2019. Mengenali tipologi hoaks pada pemilu 2019 ini sangat penting untuk mengantisipasi tipologi hoaks pada pemilu 2024. Melengkapi tipologi hoaks Mafindo, tulisan ini juga mengungkapkan keberadaan pasukan siber sebagai salah satu aktor penting di balik reproduksi hoaks dalam pemilu dan pola operasi manipulasi opini publik yang mereka lakukan.

Temuan riset LP3ES bersama KITLV Leiden, Universitas Amsterdam, Universitas Diponegoro, Universitas Islam Indonesia dan Drone Emprit yang mengkombinasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif menemukan bahwa terdapat pasukan siber yang melakukan manipulasi opini publik pada Pemilu 2019 yang memperkuat polarisasi politik di Indonesia. Kajian kami juga menjelaskan bahwa pasukan siber itu pada mulanya adalah jaringan relawan digital yang berubah menjadi pasukan siber yang telah mulai digunakan sejak Pemilu 2014.

Dalam penelitian kami, pasukan siber dapat didefinisikan sebagai jaringan pendukung (*buzzers*), pemengaruh (*influencers*), koordinator, dan pembuat konten yang bekerja sama untuk memengaruhi opini publik di media sosial. Penelitian kami menemukan bahwa seluruh lapisan pasukan siber mendapatkan imbalan materi, kecuali pesohor.

Dalam percakapan di Twitter, manipulasi opini publik oleh pasukan siber ini memiliki sekurangnya tiga ciri yakni adanya tsunami percakapan di media sosial, adanya produksi konten atau tagar yang disengaja untuk menciptakan trending topic, dan adanya penggunaan sentimen politik identitas.

Penggunaan politik identitas ini telah terbukti melahirkan polarisasi politik yang tidak serta merta akan berakhir saat pemilu berakhir. Seperti halnya temuan Maifindo bahwa penggunaan terus meningkat menjelang Pemilu 2024, saat ini LPJES bersama berbagai lembaga seperti tersebut di atas juga melakukan penelitian lanjutan yang tengah berjalan. Dari riset yang masih berjalan itu dapat disampaikan bahwa pasukan siber masih ada dan terus bekerja untuk memproduksi disinformasi menjelang Pemilu 2024 untuk mendukung masing-masing kubu yang bertarung untuk menuju RRI.

Informasi yang benar adalah seperti oksigen buat demokrasi. Dengan informasi yang benar, warga memiliki dasar yang benar untuk mengambil keputusan dalam memilih calon yang didukungnya. Namun situasi di atas menyisakan pekerjaan rumah yang besar bagi sekurangnya empat aktor utama.

Pertama, akademisi dan masyarakat sipil yang peduli pada demokrasi utamanya di ranah digital. Kedua, platform media sosial itu sendiri yang tentunya ikut bertanggung jawab bagi terwujudnya ruang publik digital yang sehat dan bebas dari polusi di laman mereka. Ketiga, lembaga pemerintah terkait seperti kementerian komunikasi dan informasi, juga KPU dan Bawaslu. Situasi ini tentu juga menjadi pekerjaan rumah bagi media arus utama yang diharapkan menjadi *clearing house of information*. Sinegi dari keempat aktor ini sangat penting untuk menciptakan ruang publik yang sehat bagi pemilu yang berkualitas.

Referensi

- Bradshaw, Samantha, & Howard, Philip N., (2017). "Troops, Trolls and Troublemakers: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation." In *Computational Propaganda Research Project* (pp. 1—37). Oxford Internet Institute.
- Bradshaw, Samantha and Howard, Philip N., (2019). "The Global Disinformation Order: 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation" Copyright, Fair Use, Scholarly Communication, etc., 207. <https://digitalcommons.unl.edu/scholcom/207>
- Bradshaw, Samantha, Hannah Bailey & Philip N. Howard. (2021). "Industrialized Disinformation: 2020 Global Inventory of Organized Social Media Manipulation." Oxford, UK: Programme on Democracy & Technology. demtech.oii.ox.ac.uk. 26 pp.
- Lim, Merlyna. (2017). Freedom to hate: social media, algorithmic enclaves, and the rise of tribal nationalism in Indonesia. *Critical Asian Studies*, 49, 411–427. [10.1080/14672715.2017.1341188](https://doi.org/10.1080/14672715.2017.1341188).
- Ong, Jonathan Corpus and Cabañes, Jason Vincent. (2018). *Architects of Networked Disinformation: Behind the Scenes of Troll Accounts and Fake News Production in the Philipp*. University of Massachusetts Amherst. https://scholarworks.umass.edu/communication_faculty_pubs/74/
- Sastramidjaja, Yatun and Wijayanto. (2022). "Cyber Troops, Online Manipulation of Public Opinion and Co-optation of Indonesia's Cybersphere. EXECUTIVE SUMMARY". *Cyber Troops, Online Manipulation of Public Opinion and Co-optation of Indonesia's Cybersphere*. Singapore: ISEAS Publishing, 2022, pp. VII–VIII. <https://doi.org/10.1355/9789815011500-002>
- Tapsell, Ross. (2021) *Social Media and Elections in Southeast Asia: The Emergence of Subversive, Underground Campaigning*. *Asian Studies Review*, 45:1, 117–134. DOI: [10.1080/10357823.2020.1841093](https://doi.org/10.1080/10357823.2020.1841093)

Hoaks, Polarisasi, dan Demokrasi

Oleh: Anita Wahid



Hoaks sebagai senjata pemenangan kontestasi politik dan ideologi telah lama dipergunakan di Indonesia. Sebagian besar konflik besar yang pernah terjadi di bumi Indonesia didahului dan atau disertai oleh hoaks. Tetapi, pada pemilu di tahun 2014 kita baru menyadari kapasitas hoaks yang sesungguhnya, ketika penggunaan kampanye hitam dan narasi-narasi penuh permusuhan dilontarkan dalam jumlah yang begitu besarnya dengan niatan untuk mengelabui para pemilih dan untuk memperkecil elektabilitas para kandidat dengan bantuan teknologi digital, terutama media sosial.

Selain melalui media sosial, praktik penyebaran secara luring pun juga banyak dilakukan, seperti menggunakan pamflet yang disebar di ruang publik seperti rumah ibadah, pasar, dan lainnya, termasuk juga penyebaran dari mulut ke mulut.

Di Indonesia, penggunaan hoaks sejak lama telah menjadi bagian dari perebutan kekuasaan, dan tidak selalu dalam masa pemilu saja. Selama masa Orde Baru, contohnya, hoaks kerap disebar dari mulut ke mulut mengenai orang yang mencoba melawan rezim. Hoaks juga kerap dipergunakan dalam pertentangan ideologis, seringkali dimanfaatkan oleh pendukung khilafah untuk menentang demokrasi.

Tetapi, sebelum 2014, penggunaan hoaks, baik untuk kebutuhan politik ataupun bukan, lebih sering disebar dari mulut ke mulut, melalui majalah, koran, pamflet, dan sebagian kecil melalui penggunaan teknologi digital dalam ruang-ruang tertutup seperti milis.

Pemilu presiden tahun 2014 mencatat luapan hoaks yang bagai air bah menerpa masyarakat melalui media sosial digital. Joko Widodo (atau Jokowi) mendapatkan serangan yang sangat besar melalui penggunaan hoaks. Isu yang paling banyak dipergunakan untuk membangun hoaks yang menyerangnya adalah isu-isu keagamaan dan etnisitas. Sebagian dari hoaks yang paling mengkhawatirkan yang dibuat untuk menyerangnya adalah narasi-narasi Jokowi disebut sebagai keturunan Tionghoa, seorang penganut agama Kristen, ayahnya adalah anggota Partai Komunis Indonesia, dan usia ibunya hanya terpaat 10 tahun darinya.

Dua tahun setelah pemilu tahun 2014, Jakarta memasuki periode pemilihan gubernur. Selama masa pilkada ini penggunaan hoaks yang berkelindan dengan ujaran kebencian mengalami eskalasi yang sangat tinggi, hingga menciptakan tensi yang sangat panas di masyarakat, terutama setelah potongan video pidato Ahok menjadi viral dan memicu amuk kelompok Islamis yang menuduh Ahok melakukan pelecehan terhadap Islam.

Sentimen anti-Ahok memicu sejumlah besar hoaks yang terkait dengan pilkada, baik yang menyerang Ahok maupun lawan-lawannya serta para pendukung mereka. Pilkada DKI Jakarta 2017 ini sendiri mengakibatkan menguatnya polarisasi ideologis antara kelompok Islamis dan kelompok nasionalis yang mengalami proses kristalisasi selama masa pilkada DKI Jakarta.

Belum sempat hingar-bingar pilkada DKI Jakarta memudar, proses pilkada serentak 2018 yang meliputi beberapa provinsi besar Indonesia dimulai, tak lama setelah Ahok menerima vonis 2 tahun penjara atas dakwaan penodaan agama. Secara kasat mata, tampak seakan-akan hoaks tidak banyak berperan dalam kontestasi kepada daerah serentak ini.

Tetapi, bila dicermati lebih dalam, akan terlihat bahwa hoaks juga banyak dipergunakan sebagai senjata pemenangan pilkada. Berbeda dengan pola hoaks yang berserakan selama pilpres 2014 dan pilkada DKI Jakarta 2017, hoaks-hoaks yang beredar saat itu lebih banyak mengkaitkan afiliasi kandidat-kandidat masing-masing provinsi dengan kelompok polarisasi di tingkat nasional ketimbang terkait isu-isu individual kandidat.

Hal ini tentu saja mendorong menguatnya polarisasi yang ada semakin menyebar ke berbagai pulau di seluruh Nusantara. Di triwulan ketiga pada tahun 2018, Indonesia memasuki periode kampanye pemilu dengan kondisi masyarakat yang sudah sangat terbelah. Terlebih lagi, Pemilu Presiden 2019 adalah pertarungan ulang antara Jokowi dan Prabowo Subianto, yang juga berdampak pada semakin panjangnya pertarungan antara dua kelompok pendukungnya.

Tetapi, meskipun kedua kandidat utama tetap sama, kelompok pendukung masing-masing kandidat juga sama, serta koalisi partai politik pendukung masing-masing kandidat juga relatif sama, ada beberapa perbedaan antara Pemilu Presiden 2014 dengan 2019 terkait penggunaan hoaks sebagai senjata pemenangan pemilu.

Selama masa Pilpres 2014, hoaks sangat banyak dipergunakan untuk menyerang satu kandidat, yaitu Jokowi. Mengingat permainan penggunaan hoaks dalam skala besar digital masih relatif baru, tim kampanye Jokowi terlihat sangat kaget dan tidak menduga serangan hoaks yang sedemikian besar menyerang kandidat mereka, dan tidak terlalu siap dalam melakukan perlawanan yang efektif terhadap hoaks-hoaks ini. Tetapi, pada Pilpres 2019, ketika kelompok polarisasi telah sedemikian mengakarnya, hoaks dipergunakan secara masif untuk menyerang kedua kandidat serta menyerang politisi, parpol, dan kelompok pendukung kedua kandidat.

Ketika pada 2014 hoaks menjadi senjata 1 arah, maka pada 2019 kita menyaksikan pemanfaatan hoaks sebagai senjata secara 2 arah untuk menyerang satu sama lain. Berdasarkan jumlah hoaks yang terklarifikasi oleh Mafindo, jumlah hoaks yang menyerang Jokowi dan Prabowo hanya berbeda 17%, mengindikasikan tingginya jumlah hoaks dari kedua belah pihak⁵.

Ketika pada 2014 hoaks menjadi senjata 1 arah, maka pada 2019 kita menyaksikan pemanfaatan hoaks sebagai senjata secara 2 arah untuk menyerang satu sama lain. Berdasarkan jumlah hoaks yang terklarifikasi oleh Mafindo, jumlah hoaks yang menyerang Jokowi dan Prabowo hanya berbeda 17%, mengindikasikan tingginya jumlah hoaks dari kedua belah pihak ⁵.

Ini menunjukkan bahwa pendukung Jokowi juga menggunakan hoaks untuk menyerang Prabowo dan kelompok pendukungnya. Yang juga menarik untuk dicatat adalah bagaimana kedua kelompok pendukung masing-masing kandidat meyakini dan gencar menuding kelompok lawan sebagai penyebar hoaks, sekaligus menacap pendukung lawan sebagai orang-orang bodoh yang mudah termakan dan dipengaruhi oleh hoaks; di saat yang sama meyakini bahwa kelompoknya berisi orang-orang pintar yang lebih kebal terhadap hoaks.

Perbedaan kedua adalah efektivitas hoaks dalam mengurangi atau memperkecil elektabilitas kandidat. Penggunaan hoaks pada Pilpres 2014 secara efektif mereduksi elektabilitas Jokowi dari sekitar 70% sebelum periode kampanye dimulai hingga menjadi hanya 53,2% di akhir periode kampanye. Tetapi pada Pilpres 2019, penggunaan hoaks tidak menghasilkan peningkatan maupun penurunan elektabilitas yang signifikan untuk kedua kandidat.

Beberapa lembaga survei mencatat bahwa selama fluktuasi elektabilitas kedua pesang kandidat selama masa kampanye tidak terlalu berarti. Lebih lagi, lembaga-lembaga survei mencatat bahwa fluktuasi yang terjadi biasanya muncul setelah debat kandidat berlangsung, yang menunjukkan bahwa faktor yang lebih dominan dalam mempengaruhi fluktuasi elektabilitas adalah performa masing-masing kandidat selama debat berlangsung.

Selain itu, faktor telah menguatnya polarisasi sejak sebelum memasuki periode pilpres juga ikut berpengaruh, sehingga hoaks tidak terlalu efektif dalam membuat seseorang yang telah masuk dalam salah satu kelompok polarisasi untuk pindah dan berganti mendukung kandidat lain. Meskipun begitu, walaupun hoaks yang menyerang kandidat tidak berkontribusi besar terhadap tingkat elektabilitas kandidat, yang tidak kalah penting untuk dicatat adalah peningkatan tensi publik yang sangat signifikan, terutama di antara kedua kelompok pendukung.

Perbedaan ketiga adalah penggunaan hoaks untuk mendelegitimasi pemilu. Pada Pilpres 2014, hoaks pertama yang mendelegitimasi pemilu muncul di minggu terakhir menjelang hari pencoblosan, dengan hanya 2 atau 3 hoaks yang membawa nada yang sama.

⁵ Catatan ini adalah berdasarkan hoaks yang berhasil tertangkap oleh pemeriksa fakta Mafindo, baik melalui penelusuran media sosial (akamling digital) maupun berdasarkan laporan netizen. Baik narasi hoaks, jumlah hoaks, serta persentase perbedaan hoaks yang menyerang kedua kandidat yang dikeluarkan oleh MAFINDO belum tentu merefleksikan semua narasi hoaks yang tersebar di internet, jumlah hoaks yang beredar, serta persentase perbedaan hoaks yang menyerang kedua kandidat secara riil. Oleh karenanya angka persentase ini dalam realita bisa lebih kecil, lebih besar, atau relatif sama.

Teritu saja ini sangat kontras dengan apa yang terjadi pada Pilpres 2019, di mana bahkan jauh sebelum masa kampanye dimulai, hoaks terkait penyelenggaraan pemilu telah beredar dalam jumlah besar dengan peredaran yang sangat tinggi. Hal ini dapat dilihat sebagai upaya untuk mendelegitimasi pemilu, yang tujuan akhirnya adalah untuk mendeligitimasi hasil pemilu. Selama periode kampanye hingga akhir Juli 2019, Maifindo mencatat 110 hoaks yang secara spesifik dibangun dan disebar untuk mendelegitimasi pemilu.

Rentang narasi hoaks ini sangat luas, dari tuduhan kecurangan dan ketidakadilan, kegagalan KPU dan Bawaslu dalam usaha mereka untuk menyelenggarakan pemilu yang adil dan demokratis, pembunuhan karakter terhadap personel-personel penyelenggara pemilu, hingga tuduhan tindak kriminalitas (seperti kecelakaan mobil yang disengaja, relawan di TPPS meninggal karena diracun, dan sebagainya). Semuanya dimasukkan ke dalam kerangka narasi sebagai bagian dari upaya untuk menutup-nutupi hasil pemilu yang sesungguhnya.

Sebagaimana yang banyak diungkapkan oleh para ahli, manusia sejatinya adalah makhluk irasional dan bukan makhluk rasional. Ini yang menyebabkan hoaks secara nyaris sempurna menjadi sangat efektif untuk dipergunakan sebagai senjata untuk mengeksploitasi perasaan dan pikiran, seperti halnya propaganda. Dalam memantau bagaimana hoaks bekerja di dalam konteks Indonesia, saya mengkategorikan paling tidak dua kelompok emosi yang mudah sekali dimanipulasi melalui penggunaan hoaks :

1. Kelompok emosi pertama adalah emosi yang muncul dalam diri seseorang ketika merasa ada ancaman terhadap keamanan, keselamatan, dan kesehatannya. Emosi seperti khawatir, cemas, dan takut mendorong orang untuk membagikan dan meneruskan informasi yang didapat dengan harapan dapat membantu menjaga keamanan, keselamatan, dan kesehatan orang-orang lain. Hoaks-hoaks kriminalitas, bencana alam, dan hoaks terkait kesehatan dan makanan sangat efektif dalam memanipulasi kelompok emosi ini, sehingga mendorong orang untuk bertindak berdasarkan emosi-emosi ini ketimbang memverifikasi informasinya terlebih dahulu sebelum membagikannya.
2. Kelompok emosi kedua adalah emosi-emosi yang muncul dalam diri seseorang ketika merasa ada ancaman terhadap identitasnya. Emosi-emosi seperti merasa tersinggung, curiga, marah, tidak percaya, dan benci adalah emosi-emosi yang sangat mudah dimanipulasi melalui penggunaan hoaks yang terkait identitas. Dalam konteks Indonesia, maka identitas utama anggota masyarakat adalah agama, etnisitas, dan ideologi. Emosi-emosi dalam kelompok ini adalah emosi yang tidak hanya dapat memicu orang untuk membagikan informasi yang tidak diverifikasi terlebih dahulu, tetapi juga mampu untuk memicu ujaran kebencian dan kekerasan terhadap yang dianggap sebagai ancaman.

Bila kita kembali pada perbedaan nomor dua antara penggunaan hoaks pemilu pada Pilpres 2014 dan 2019, saya cenderung meyakini bahwa penggunaan hoaks yang berjumlah sedemikian tingginya bukanlah ditujukan untuk menurunkan elektabilitas lawan saja, tetapi lebih besar dari itu, adalah untuk memelihara kebencian yang telah bertumpuk sejak Pilpres 2014, untuk digunakan bagi tujuan-tujuan lain pasca-pemilu. Kebencian ini lah yang kemudian mendorong orang untuk menyerang kandidat lawan dan pendukungnya, hingga melontarkan ujaran kebencian, melakukan perisakan, trolling, bullying, pengeroyokan, doxing, bahkan sampai persekusi fisik.

Kemarahan, kecurigaan, dan kebencian ini lah yang mendorong masyarakat terjebak ke dalam polarisasi yang lebih dalam. Banyak ahli yang mengatakan bahwa polarisasi tidak secara langsung disebabkan oleh penggunaan hoaks, melainkan oleh berbagai isu yang sudah lama menjadi masalah di dalam masyarakat yang kemudian diamplifikasi dan diedskalisasi oleh kombinasi penggunaan hoaks dan propaganda terkomputasi (*computational propaganda*) lainnya, seperti penyalahgunaan algoritma media sosial, pemanfaatan kebiasaan masyarakat untuk saling berbagi (informasi), *microtargeting*, manipulasi media, *attention-hacking*, bots, dan juga trolls.

Strategi-strategi ini mendorong semakin menguatnya tribalisme politik yang semakin memperkuat polarisasi. Di dalam polarisasi, satu-satunya konteks yang bisa hidup adalah konteks Kita lawan Mereka (*Us vs. Them*). Di dalam konteks ini, tidak ada kelompok lain yang ada selain Kelompok Kita dan Kelompok Mereka (atau yang kerap disebut dengan kelompok sebelah).

Di dalam tiap kelompok, anggotanya berpikir bahwa semua hal yang mereka lakukan di dalam kelompok mereka adalah tindakan-tindakan yang termotivasi oleh dorongan rasa cinta mereka terhadap bangsa dan negara, sementara semua yang dilakukan oleh kelompok lawan dilakukan karena lawan termotivasi oleh kebencian. Tiap kelompok tidak mampu melihat ketidakadilan yang disebabkan oleh kelompok mereka, sementara itu mereka memandang setiap ketidakadilan walau sekecil apapun yang disebabkan oleh kelompok lawan. Karena tiap kelompok melihat segala sesuatu dari kaca mata tribalisme, maka hanya hal-hal baik saja dari kelompoknya yang bisa terlihat, sementara hanya hal-hal buruk dari kelompok lawan saja yang terlihat.

Ditambah dengan adanya fenomena *echo chamber* dan *post-truth era* serta *filter bubble*, orang-orang dari tiap kelompok secara kognitif membela kelompok mereka secara membabi buta, sekaligus dengan mudah menihilkan fakta-fakta yang menunjukkan kesalahan ataupun ketidakadilan yang dilakukan kelompoknya. Semakin dalam seseorang terjebak dalam polarisasi, semakin rentan mereka terhadap hoaks dan propaganda.

Dampak hoaks terhadap individu, masyarakat, dan bangsa sangat jelas. Individu-individu menjadi irasional, meniadakan cara berpikir kritis, dipenuhi kebencian, kecurigaan dan dendam, dan sangat mudah dimanipulasi untuk kepentingan agenda-agenda politik dan ideologis. Dampak terhadap masyarakat pun juga berat: masyarakat kita menjadi masyarakat yang penuh permusuhan dan kekerasan, dan semakin tidak mampu mengelola perbedaan.

Dampak terhadap bangsa, selain disintegrasi nasional yang dipertaruhkan, bangsa Indonesia juga kehilangan kapasitasnya untuk saling mempercayai, jujur, menghormati, memahami, dan adil. Bangsa ini juga kehilangan kapasitasnya untuk menemukan persamaan di atas perbedaan, serta tidak mampu saling berbicara untuk menentukan tujuan bersama. Dan di tengah itu semua, bangsa ini kehilangan prinsip-prinsip utamanya yaitu kemanusiaan, keadilan, kesetaraan, dan persatuan.

Sejatinya, demokrasi berjaya di atas beragam opini. Tetapi penggunaan hoaks dan propaganda terkomputasi mengurangi akses masyarakat terhadap sumber-sumber informasi yang berimbang serta perbedaan perspektif yang dibutuhkan dalam proses pengambilan kebijakan yang demokratis. Dalam konteks demokrasi elektoral, hoaks dan propaganda terkomputasi memunculkan ancaman yang sangat jelas: hancurnya integritas elektoral. Penggunaan hoaks sebagai senjata mengakibatkan para pemilih mempercayai informasi yang tidak benar akan kandidat yang mereka pilih, dan bisa saja memilih kandidat yang sesungguhnya tidak sesuai dengan keinginannya. Pemilih pun juga bisa dengan mudah termanipulasi untuk mempercayai bahwa hasil pemilu tidak sah, sehingga kepercayaan publik terhadap proses pemilu serta penyelenggara pemilu tercederai.

Ketika pemilih mendapatkan informasi yang benar dan cukup dalam proses pengambilan keputusannya, maka mereka akan lebih mudah memahami konsekuensi dari pilihannya dan mampu untuk menuntut akuntabilitas dari orang-orang yang mereka pilih. Hoaks, terutama dalam kondisi terpolarisasi, menghapus elemen akuntabilitas ini dari pemilu.

Kondisi polarisasi yang semakin intensif akibat penggunaan hoaks juga menimbulkan banyak problem, bahkan hingga jauh setelah pemilu berakhir. Dalam konteks polarisasi, cara pandang orang menjadi sangat dikotomis dalam berpikir, sesuai dengan pola Kita vs. Mereka. Orang-orang dalam masing-masing kelompok polarisasi memproses informasi tidak berdasarkan fakta, tetapi berdasarkan apakah informasi yang mereka terima kongruen dengan apa yang telah dipercaya di dalam kelompoknya.

Mereka memfilter opini bukan berdasarkan keahlian pembuat opini (*expertise*), tetapi berdasarkan apakah si pembicara ini teridentifikasi sebagai anggota, pembela, maupun *trusted opinion leader* kelompok mereka. Akibatnya, banyak anggota kelompok terpolarisasi ini yang walaupun memiliki kemampuan dan kesadaran untuk mengecek informasi, hanya menggunakan keahlian pengecekan faktanya untuk kebutuhan mengafirmasi apa yang sudah dipercaya di dalam kelompoknya.

Pola ini terus bertahan dan terjadi di dalam hampir semua aspek kehidupan masyarakat dan pemerintahan, terutama ketika membahas kebijakan-kebijakan publik serta regulasi. Bahkan, mengingat bahwa hoaks dan propaganda terkomputasi sangat efektif dipergunakan dalam pemilu, maka hoaks juga dimanfaatkan dalam ruang dan periode non-pemilu.

Tak lama setelah pemilu 2019 berakhir, mulai bermunculan isu-isu publik yang memanfaatkan polarisasi dengan disertai oleh penggunaan propaganda terkomputasi dan hoaks. Proses pemilihan calon pimpinan KPK dimanipulasi oleh narasi adanya proses radikalisasi yang terjadi di dalam tubuh KPK yang dilakukan oleh kelompok Islamis.

Narasi sedemikian diluncurkan sehingga publik setuju dan mendukung keputusan untuk memilih kandidat-kandidat yang dianggap kuat untuk memberantas kelompok radikal di KPK, meskipun kandidat-kandidat tersebut diduga memiliki rekam jejak pelanggaran etik di masa lalu. Dalam kasus ini, orang-orang yang berada dalam salah satu kelompok polarisasi digiring oleh para trusted opinion leaders di kelompoknya untuk percaya bahwa hanya ada dua pilihan cara bersikap: menolak radikalisasi atau mendukung radikalisasi di KPK.

Kasus revisi UU KPK juga makin memperkuat cara pandang dikotomis tersebut. Para pendengung di kelompok mereka terus-menerus memperkuat narasi radikalisasi KPK dengan menggunakan terminologi Talibanisme untuk membangun citra bahwa di dalam tubuh KPK sedang terjadi proses radikalisasi besar-besaran, dan bahwa salah satu penyebabnya adalah karena KPK merupakan sebuah lembaga yang memiliki wewenang terlalu besar dan tanpa pengawasan, sehingga KPK butuh untuk "diatur" agar proses deradikalisasi dapat segera dilakukan.

Narasi ini tentunya bertujuan untuk melancarkan jalan revisi UU KPK sehingga lembaga ini mengalami pelembahan yang sangat signifikan, terutama dalam hal independensi dan wewenangnya. Sekali lagi, cara berpikir dikotomis dipaksakan kepada publik untuk menentukan pilihan hanya antara dua sikap: melawan atau membela radikalisasi.

Pola Kita vs. Mereka pun juga terlihat sangat jelas dalam kasus ini, karena publik yang mempercayai narasi Talibanisme ini sama sekali tidak mau diajak untuk menelaah dan mengkaji pasal-pasal perubahan dalam revisi UU KPK, karena merasa bahwa "semua yang dipercaya dan dilakukan oleh kelompoknya adalah didorong oleh kecintaan terhadap bangsa dan negara", sehingga tidak perlu lagi dipertanyakan validitas dan kemuliaan niat, tujuan, dan hasil yang hendak capainya.

Selain kasus KPK, ada beberapa isu publik lainnya yang sangat memanfaatkan polarisasi masyarakat untuk tujuan melancarkan kebijakan publik dan regulasi yang kontroversial dan dikhawatirkan berdampak negatif pada demokrasi. Kasus Papua dan pengesahan UU Cipta Kerja, contohnya. Dalam kasus Papua, publik dipaksa untuk menerima bahwa hanya ada dua kemungkinan sikap yang ada, yaitu sikap pro-NKRI atau pro-kelompok separatis.

Tidak ada ruang lain yang diberikan untuk menelaah kasus tersebut dan untuk melihat permasalahan lebih besar dari sekadar pro-NKRI dan pro-kelompok separatis saja. Dalam kasus pengesahan UU Cipta Kerja, cara pandang dikotomis juga diberlakukan, di mana publik yang terpolarisasi digiring untuk melihat peristiwa ini melalui pilihan lensa pro-pembangunan ekonomi atau anti-pembangunan ekonomi.

⁹ Banyak anggota masyarakat yang tidak menyadari bahwa ungkapan Talibanisme pertama kali dimunculkan oleh alim, Nelo Pansa yang menyatakan bahwa di dalam tubuh KPK ada dua kelompok polisi, yaitu kelompok polisi India dan kelompok polisi Taliban yang kerap berada dalam pasal dan sikap yang berbeda dalam aksi memberantas korupsi di KPK. Kelompok polisi India, menurutnya, mengacu pada gambaran polisi di film-film India yang korup, sering main uang, dan memiringkan yang mampu membayar. Sementara, polisi Taliban, dalam pandangannya, mengacu pada polisi yang ikhlas dalam tujuan pemberantasan korupsi dan tidak peduli apapun risiko yang harus dihadapi akan selalu memperjuangkan tercapainya tujuan pemberantasan korupsi. Dalam perkembangannya, penyebutan Taliban ini kemudian dipelintir dan dimanipulasi oleh para pendengung untuk mengacu pada orang-orang (pegawai KPK) yang bermat untuk meradikalisasi orang-orang lain secara agama.

Akibatnya, semakin menyempit ruang-ruang untuk mengajak publik mengkritisi pengesahan UU ini melalui kacamata demokrasi, baik terkait proses pembuatannya maupun juga dampak diberlakukannya UU ini di masa datang. Publik cukup puas dengan narasi "niat baik" sehingga tidak tertarik untuk membedah isi UU yang disahkan tersebut.

Selama terjadinya berbagai kasus ini, kelompok anti-pemerintah pun juga terjebak dalam cara pandang yang dikotomis, yang hanya mampu melihat segala sesuatu yang dilakukan pemerintah dari sudut pandang nir-substansi, karena didorong oleh kacamata tribalisme yang memandang segala sesuatu yang dilakukan lawan (dalam hal ini pemerintahan Jokowi) selalu buruk dan didorong oleh niat untuk menghancurkan negara.

Akibatnya, dunia jagad maya dipenuhi perkelahian dan caci-maki yang hanya ditujukan untuk saling merendahkan, dan ruang yang sejatinya bisa dimanfaatkan untuk pertukaran gagasan dan perdebatan sehat menjadi semakin hilang. Sementara itu, pernyataan-pernyataan kelompok-kelompok mahasiswa, aktivis, dan akademisi yang berusaha mengkritisi berbagai kebijakan dan regulasi atas dasar nilai-nilai demokrasi hanya ditarik ke kiri dan ke kanan berdasarkan kebutuhan masing-masing kelompok polarisasi. Dalam beberapa peristiwa, tokoh-tokoh yang sebelumnya tidak memiliki rekam jejak terafiliasi dengan kelompok Islamis pun dituding telah terpapar atau "kemasukan kadrun"⁷ ketika menyampaikan pandangan yang tidak sesuai dengan kelompok nasionalis.

Proses berpikir dikotomis ini tentu membahayakan demokrasi, karena ia membatasi kapabilitas dalam melihat suatu permasalahan dari berbagai sudut pandang yang berbeda. Cara berpikir dikotomis ini mendorong orang untuk berpikir melalui cara pandang "cara kita atau cara mereka", dan tidak mengijinkan cara-cara pandang lain, bahkan hanya untuk sekader dipertimbangkan dan didiskusikan. Pemikiran apapun yang dipandang tidak sejalan dengan "cara kita" secara otomatis dikategorikan sebagai "cara mereka".

Sering kali, "cara mereka" diterjemahkan sebagai "cara mereka untuk menghancurkan kita", ketimbang dilihat sebagai cara pandang alternatif. Maka, cara berpikir dikotomis yang sangat melekat pada kelompok polarisasi mengeliminasi pandangan-pandangan lain untuk didengar, dihormati, dan diikuti sertakan dalam diskusi dan pembicaraan. Sebagai sebuah bangsa, maka kerugian besar ada pada kita ketika anak bangsa hanya mampu melihat potensi solusi melalui dua cara pandang saja, dan tidak mampu mengeksplorasi kemungkinan-kemungkinan lain.

Selain itu, cara pandang dikotomis ini juga membuat publik menjadi semakin rentan atas manipulasi emosi, pikiran, dan tindakan, sehingga publik dapat dengan mudah disetir untuk menyetujui atau menolak suatu gagasan, ide, atau kebijakan tertentu dan menanggalkan kekritisan berpikir.

⁷ Cebong dan kadrun merupakan sebutan untuk kelompok pendukung Jokowi dan Prabowo selama masa pilpres 2019. Tetapi, pasca-pilpres, sebutan ini berkembang menjadi tagog dan kadrun (kodet gurun). Penyebutan Tagog tidak seberkembang kadrun, dan sering kali orang menyebut kedua kelompok sebagai cebong dan kadrun. Sebutan-sebutan ini juga merupakan dampak polarisasi berupa dehumanisasi kelompok lawan, di mana kelompok lawan sudah tidak lagi layak dianggap sebagai manusia.

Permasalahan tidak berhenti hanya pada cara berpikir dikotomis saja. Polarisasi menjadi sedemikian kuatnya sehingga ia memicu pengguna media sosial untuk saling menyerang mereka yang memiliki pandangan berbeda dalam berbagai isu di atas. Normalisasi untuk merisak, menghina, memermalukan, membodoh-bodohi, dan mengeroyok seseorang yang berpendirian berbeda terjadi begitu kuat. Ini tentu menjadi ancaman bagi demokrasi yang inklusif, karena masyarakat menjadi terbiasa untuk membungkam orang lain melalui cara intimidatif seperti ini yang bahkan terkadang terorganisir, yang juga membahayakan kebebasan berekspresi dan beropini.

Terlebih lagi, polarisasi mengakibatkan masing-masing kelompok untuk memberikan "ijin" bagi anggota kelompoknya untuk melakukan tindak-tanduk kekerasan, baik daring maupun luring, terhadap anggota kelompok lawan, karena masing-masing kelompok merasa menjadi korban dari kelompok lawan⁴.

Permasalahan hoaks dalam konteks ancaman terhadap demokrasi tidak hanya terkait informasi salah yang menyebar dan dipercaya oleh orang banyak sehingga menyebabkan berbagai dampak negatif saja. Hoaks pun tidak melulu hanya sebuah cara untuk menyerang seseorang atau sekelompok orang. Juga, bahaya hoaks terhadap demokrasi pun tidak hanya melalui polarisasi saja. Di Indonesia, hoaks menjadi ancaman bagi demokrasi dalam hal labeling dan sekuritisasi isu hoaks untuk melakukan pembungkaman.

Cap hoaks kerap diberikan secara membabi buta terhadap sikap-sikap atau pernyataan-pernyataan yang dianggap berseberangan. Paska pengesahan UU Cipta Kerja, pemerintah mengeluarkan pernyataan bahwa mereka yang menolak UU Cipta Kerja sebagai orang-orang yang termakan hoaks, dan bahwa pasal-pasal yang dikritik oleh publik adalah hoaks. Atau video dan informasi yang beredar terkait apa yang terjadi pada berbagai kasus diberi label hoaks bila tidak sesuai dengan narasi pemerintah.

Labeling ini sendiri tidak sesuai dengan kaidah pengecekan fakta, karena saat pernyataan ini dibuat, belum ada naskah UU Cipta Kerja yang jelas dan resmi. Lebih jauh, bahkan Menteri Kominfo kala itu menyatakan bahwa apabila pemerintah menyatakan [sesuatu] itu hoaks, maka sudah pasti hal tersebut hoaks dan tidak perlu dibantah.

Ini tentu berpotensi mendorong monopoli kebenaran oleh pemerintah yang tidak perlu ada dalam sebuah negara demokrasi. Isu hoaks juga sempat dijadikan justifikasi untuk melakukan pemutusan internet dan penurunan bandwidth di lokasi tertentu, yang bertentangan dengan kaidah Johannesburg Principles mengenai internet sebagai hak asasi manusia. Saat ini polarisasi sudah mulai memudar, terutama sejak terjadinya kasus Tes Wawasan Kebangsaan (TWK) yang diberlakukan pada pegawai KPK, yang membuat sebagian publik menyadari bahwa narasi Talibanisme bukanlah untuk membersihkan KPK dari radikalisme, melainkan untuk kepentingan kelompok tertentu. Meskipun begitu, bukan berarti polarisasi telah hilang sepenuhnya.

⁴ Di dalam polarisasi *intra* terjadi *competitive victimhood* antar kelompok, di mana tiap kelompok merasa menjadi korban dari kelompok lain, dan tiap kelompok berlomba-lomba untuk merata menjadi korban yang lebih besar atau lebih parah. Dengan kata lain, *competitive victimhood* membesar-besarkan kebencian, kejahatan, dan ketidakadilan kelompok lain untuk dijadikan pembeneran atas kekerasan dan kebencian yang dilakukan kelompoknya sendiri, dengan dalih "karena kita korban mereka, maka kita berhak untuk membalas menyakiti mereka".

Selama permasalahan-permasalahan yang selama ini ada di masyarakat tidak terselesaikan, maka selama itu pula isu-isu identitas tetap akan menjadi senjata yang sangat efektif untuk memicu penguatan polarisasi, terutama melalui hoaks yang menggunakan sentimen-sentimen identitas. Dari pengalaman satu dekade terakhir, kita perlu mencatat bahwa tidak peduli sepinter dan setinggi apapun pendidikannya, setiap orang tetap rentan dan bisa terjebak dalam polarisasi, yang menjadi lahan subur bertumbuhnya hoaks dan berbagai ancaman demokrasi lainnya. Maka, penting sekali bagi kita untuk tidak lagi melihat permasalahan hoaks hanya sekadar permasalahan informasi yang salah yang perlu untuk diverifikasi atau di-debunk saja.

Memasuki tahun-tahun ke depan, tantangan yang disebabkan oleh hoaks akan semakin kompleks dan canggih. Metode penyebaran dengan menggunakan video, AI, dan teknologi canggih lainnya sudah di pelupuk mata. Literasi digital serta kemampuan pengecekan fakta pun sudah tidak lagi menjadi jaminan kekebalan masyarakat, mengingat keahlian ini sangat tergantung pada keinginan dan tujuan masing-masing individu dalam menggunakannya.

Beberapa hal yang juga berpotensi menambah kerumitan adalah rendahnya kemampuan masyarakat kita dalam membedakan fakta dan opini, sehingga dalam pemilu-pemilu ke depan kita sangat mungkin melihat eksploitasi labeling hoaks secara serampangan yang dilakukan oleh berbagai pihak, termasuk oleh kelompok pendukung kandidat pemilu.

Saat ini, kesadaran akan bahaya hoaks terhadap demokrasi perlu diperluas. Masyarakat perlu memahami bahwa ancaman hoaks terhadap demokrasi tidak hanya terkait pemilu saja, tetapi terkait juga dengan banyak sekali aspek demokrasi yang sering kali tidak disadari oleh publik. Demi keinginan menyelesaikan permasalahan hoaks, jangan sampai kita juga mengorbankan sisi-sisi demokrasi lain yang sangat penting kita pertahankan, seperti kebebasan beropini dan berekspresi, kebebasan pers, perlindungan atas semua hak asasi manusia (termasuk hak atas informasi dan internet, hak untuk berkumpul dan berasosiasi, dan lain-lain), serta menuntut peraturan dan penegakan hukum yang efektif, adil, merata, dan tidak berat sebelah.

Tanpa memperjuangkan ini semua, maka kita akan dengan sangat mudah digiring untuk kembali kepada demokrasi illiberal (di mana dalam sistem tersebut ada beberapa mekanisme demokrasi yang dijalankan, seperti pemilu, tetapi banyak batasan dan pengekangan hak yang diberlakukan pada warga negara) tanpa kita sadari. Dan ini bisa kita mulai dengan mengakui bahwa sepinter apa pun kita, kita tetap bisa menjadi korban manipulasi informasi dan kemudian terseret dalam polarisasi yang mengakibatkan kita mudah disetir oleh pihak manapun yang memiliki pengaruh atas kelompok tersebut. Bukan berarti kita tidak boleh berpihak atau memihak, karena itu pun bagian dari hak kita sebagai warga negara. Tetapi, kita bisa menjadi pendukung yang juga kritis, baik terhadap kandidat lain, kandidat sendiri, penyelenggara pemilu, pemerintah, dan semua pihak, termasuk pada diri sendiri.

Merawat Akal Sehat dalam Pemilu

Oleh: Hamdan Kurniawan⁹



"KPU sudah mulai menjalankan aksi kotornya tapi kerahasiaan di Jogja. Dia memberi 'kode 00' berarti itu untuk suara yang dikondisikan pemenangnya"

Bahkan, KPU diwajibkan untuk memberikan daftar nama pemilih tersebut kepada partai politik dan Bawaslu untuk dilakukan pencermatan dengan tetap menjaga kerahasiaan data pribadi pemilih.

Bermula dari temuan anggota DPRD DIY terhadap 904 nama dalam daftar pemilih sementara Kota Yogyakarta yang alamat RT atau RWnya tertulis 000, informasi ini menyebar dengan lesat melalui pemberitaan di televisi, koran, media online dan media lainnya¹⁰. Celakanya, melalui media sosial, informasi tersebut lantas dipotong cacah dan ditaburi bumbu kurang sedap untuk tujuan membangun narasi kecurangan oleh penyelenggara pemilu.

Sepekan berikutnya, bertempat di kantor DPRD DIY, KPU DIY mengklarifikasi bahwa dalam proses pendataan pemilih, petugas KPU mencatat informasi apa adanya sesuai yang tertera di KTP elektronik. Faktanya, pada sejumlah KTP elektronik warga alamat RT/RWnya memang tertulis angka 000. Namun dipastikan, bahwa mereka bukan pemilih fiktif dan secara administratif dapat menggunakan hak pilihnya¹¹.

Peristiwa ini terjadi pada awal bulan Mei 2023, atau kurang lebih sebulan pasca KPU Kabupaten atau Kota menetapkan daftar pemilih sementara. Undang-undang mengamanatkan kepada KPU untuk mengumumkan daftar pemilih sementara kepada masyarakat agar mendapatkan tanggapan.

Terkonfirmasi

Hoaks sebagai ancaman bagi pemilu yang sehat dan demokratis bukanlah isapan jempol. Peristiwa hoaks data pemilih dengan kode 000 pada tahapan Pemilu 2024 di atas, pada sesungguhnya mengkonfirmasi hasil pemetaan Mafindo atas beredar massifnya hoaks pada Pemilu Presiden dan Wakil Presiden tahun 2019,

⁹ Ketua KPU DIY Periode 2019-2023

¹⁰ Salah satunya dapat dilihat di alamat ini: <https://www.jogja.com/berita-lokal/read/503518/aneh-ada-904-warga-kota-jogja-beralamat-000-di-daftar-pemilih-kpu>

¹¹ <https://kompas.com/tugu/jogja/kpu-diy-tanggapi-ada-904-data-pemilih-tanpa-alamat-201905060013>

Pada pemetaan hoaks terkait target entitas, dari 128 hoaks yang menyerang 14 pihak, KPU menempati urutan ketiga dengan jumlah total serangan sebanyak 20 (15,6%). Urutan pertama pihak yang paling banyak mendapat serangan hoaks ditempati oleh pendukung kandidat dengan frekuensi serangan sebanyak 35 (27,3%) dan menyusul di urutan kedua yakni kandidat dengan frekuensi sebanyak 25 (19,5%).

Nasib berbeda dialami saudara KPU dalam penyelenggaraan pemilu, di mana Bawaslu dan Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilu (DKPP) sama sekali tidak merasakan serangan hoaks terhadap lembaga mereka (0%). Hal ini menunjukkan bahwa KPU masih menjadi titik sentral penyelenggaraan pemilu sehingga menjadi sasaran utama hoaks dalam pemilu. Berdasarkan informasi dari situs web KPU, hoaks yang menyerang KPU sangat variatif. Isi hoaks tersebut antara lain: Ketua KPU disuap 2 triliun rupiah dan diancam untuk memenangkan partai tertentu di Pemilu Presiden tahun 2019, imbauan Ketua KPU untuk menghormati hasil Pemilu meskipun banyak kecurangan, anak kelas II MTS bobol situs KPU, mobil box KPU berisi CI terparkir di ruko digital print.

KPU menganggap surat suara tercablos di Malaysia hal biasa saja, server KPU disetting untuk memenangkan salah satu calon Presiden dan Wakil Presiden di Pemilu 2019, data 17,5 juta DPT diduga bermasalah, data 6,1 juta DPT diduga ganda, mendadak KPU menggunakan kotak suara kardus, ajakan tolak waktu debat calon presiden pukul 18.00 WIB, keanehan pemilihan sebagai Ketua KPU yang memiliki suara paling sedikit saat dipilih di DPR, mendadak KPU memasukkan orang gila di jalanan ke dalam DPT, adanya penemuan 31 juta pemilih siluman dalam DPT, Arief Budiman adalah saudara kandung Soe Hoek Gie, dan tidak adanya penyampaian visi dan misi dalam debat pilpres.

Lantas, apa yang dilakukan KPU terhadap serangan ini? Berdasarkan penelusuran informasi dan pengamatan lapangan, KPU melakukan sejumlah langkah dan tindakan dalam merespons hoaks yang menyerang dirinya. Pertama, KPU segera melakukan klarifikasi dan pelurusan berita kepada publik¹². Kedua, KPU membuat *Memorandum of Action* dengan Kementerian Kominfo agar Kominfo dapat menanggulangi konten hoaks yang beredar di masyarakat¹³. Ketiga, KPU memerintahkan seluruh organnya mulai dari KPU Provinsi, KPU Kabupaten/Kota, PPK, dan PPS dari seluruh penjuru Indonesia untuk menyebarkan secara massif, baik melalui akun resmi lembaga maupun yang sifatnya personal, counter informasi terhadap hoaks yang beredar.

¹² Salah satunya via KPU kepada media massa: <https://www.viva.co.id/ragam/cek-fakta/1073103-kpu-bantah-ada-setting-pemilihan-presiden>

¹³ Menteri Komunikasi dan Informatika Rudianegara menyebutkan mekanisme penanganan hoaks dilakukan dalam dua langkah. Pertama, Bawaslu dan KPU menentukan konten mana yang tergolong sebagai hoaks untuk kemudian ditanggulangi oleh Kementerian Kominfo. Kedua, Kominfo berinisiatif untuk mencari jejak hoaks terkait Pemilu 2019 dan hoaks akan didiskusikan bersama KPU dan Bawaslu sebelum diindak lanjut.

¹⁴ <https://www.kpu.go.id/berita-baca/7425/Dilemui-dua-jam-usai-mengajukan-laporan--Arief-menjelaskan-latar-belakang-lembaganya-melaporkan-peredaran-video-hoaks-ke-Bareskrim-Mabes-Polri--tidak-lain-adalah-untuk-menjaga-kepercayaan-publik-atas-informasi-yang-tidak-benar-dan-sengaja-disebarluaskan>

Keempat, terhadap hoaks yang berisi tuduhan KPU melakukan kejahatan pidana Pemilu, KPU melakukan pelaporan kepada Polri agar pelaku dapat ditindak dengan tegas¹⁴.

Langkah KPU ini sejalan dengan temuan lain Mafindo terkait pemetaan aktor yang melakukan tindak lanjut atas hoaks di mana dari 128 klarifikasi yang dibuat, 26 di antaranya diklarifikasi oleh organisasi atau lembaga yang dicatut dan 18 diklarifikasi oleh orang yang dicatut.

Agenda Berikutnya

Temuan berharga Mafindo atas fenomena merebaknya hoaks dalam pemilu tidak boleh berhenti hanya sebagai temuan belaka. Temuan ini harus diikuti dengan upaya yang sungguh-sungguh dan terencana untuk mengantisipasi serangan hoaks dan membuat perlawanan terhadapnya. Jika berhitung secara waktu, serangan hoaks yang terjadi pada masa sebelum pemilu dengan mengambil persentase sebesar 26,6% dan melonjak menjadi 73,4% pasca-Pemilu. Boleh jadi, fenomena ini juga akan terjadi pada Pemilu tahun 2024 yang mana eskalasinya akan kian meningkat di tahun 2024 dibandingkan tahun sebelumnya.

Merujuk pengalaman Pemilu 2019, ada beberapa upaya yang dapat dilakukan oleh para pihak terhadap serangan hoaks ini. Pertama, respons terhadap hoaks yang beredar baik berupa klarifikasi atau pelurusan berita melalui berbagai macam media harus dilakukan secara cepat dan masif. Kelambatan dan kurang masifnya upaya menangkal akan menjadi stimulan bagi tumbuhnya sel kanker hoaks yang ganas di dalam tubuh masyarakat.

Kedua, anatomi hoaks dari sisi tema, waktu dan aktor, memudahkan para pihak, termasuk KPU di dalamnya, untuk menyusun mitigasi menyikapi potensi serangan hoaks melalui perencanaan yang matang, baik yang sifatnya pencegahan maupun tindakan yang bersifat kuratif.

Ketiga, upaya melawan hoaks, membutuhkan sinergi banyak pihak yang memiliki kewenangan untuk melawan dan menghentikan serangan. Tanpa bergandengan tangan secara erat, hoaks akan melenggang tanpa lawan.

Kita berharap, pemerintah, perguruan tinggi, organisasi masyarakat sipil yang memiliki kepedulian terhadap antihoaks, serta kelompok lainnya bahu-membahu untuk menumbuhkan dan meningkatkan literasi masyarakat atas informasi yang mereka terima.

Masyarakat harus terus dibangunkan kesadaran mereka atas betapa hoaks memiliki daya rusak yang sangat tinggi. Masyarakat harus diajak untuk senantiasa merawat akal sehat dengan baik,

Keterangan lebih lanjut dapat dilihat pada https://www.kominfo.go.id/content/detail/05097/asu-a-langkah-kolaborasi-kominfo-kpu-dan-bawaslu-tangkal-hoaks-pemilu-serentak-2019/0/berita_sotk

“Karena dengan memelihara akal sehat dalam penyelenggaraan Pemilu, sesungguhnya masyarakat akan memiliki andil dalam merawat Indonesia.”

- Hamdam Kurniawan

Hoaks Laksana Virus, Bisa Serang Siapa Saja : Studi Kasus Tahapan Pemilu 2019 di Kabupaten Magelang



Oleh: Muhammad Habib Shaleh SS¹²

Di Indonesia, penggunaan hoaks sejak lama telah menjadi bagian dari perebutan kekuasaan, dan tidak selalu dalam masa pemilu saja. Selama masa Orde Baru, contohnya, hoaks kerap disebar dari mulut ke mulut mengenai orang-orang yang mencoba melawan rezim. Hoaks juga kerap dipergunakan dalam pertentangan ideologis, seringkali dimanfaatkan oleh pendukung khilafah untuk menentang demokrasi.

Hoaks membuat banyak orang tertipu dan terpedaya sehingga meyakini kabar bohong sebagai kebenaran, dan menganggap fiksi sebagai fakta. Pelaku hoaks bisa siapa saja, tak memandang strata sosial, tingkat pendidikan bahkan agama dan keyakinan spiritual seorang.

Berdasarkan pengawasan Bawaslu Kabupaten Magelang pada saat tahapan pemilu 2019, Pelaku hoaks di Kabupaten Magelang tidak hanya kalangan awam, namun bisa juga tim sukses, simpatisan parpol dan bahkan peserta pemilu. Ada beberapa kasus pelaku hoaks justru adalah guru, yang notabene adalah kalangan terdidik dan sehari-hari bertugas sebagai guru di sebuah sekolah, miris bukan?

Di Kecamatan Mungkid, pada Pemilu 2019 ditemukan seorang guru ASN menyebar hoaks di grup WA ormas keagamaan. Setelah ditelusuri pengawas pemilu oknum guru tersebut mengaku hanya mendapatkan konten dari grup lain lalu disebarluaskan.

¹² Ketua Bawaslu Magelang periode 2023-2029

la tidak menduga bahwa meski grup tersebut berisi anggota ormas yang sama, namun sikap politik bisa berbeda. Ini adalah hoaks kategori *misleading content* atau konten menyesatkan.

Hal serupa ditemukan di Kecamatan Bandongan di mana seorang guru menyebarkan hoaks melalui media sosial Facebook. Di Kecamatan Bandongan, Bawaslu juga menemukan hoaks kategori *false context* atau konteks keliru menjelang pemungutan suara. Yakni warga boleh memilih di TPS manapun asal membawa E-KTP. Hoaks ini tentu saja menyesatkan para calon pemilu Pemilu 2019.

Untuk meredam penyebaran hoaks, Bawaslu Kabupaten Magelang menempuh cara persuasif. Yakni mendatangi pelaku kemudian menjelaskan bahaya hoaks serta potensi pidananya. Bawaslu mengimbau masyarakat untuk tidak mudah terprovokasi dan selalu saring sebelum *sharing* konten. Ini bagian dari pendidikan politik yang dilakukan Bawaslu Kabupaten Magelang.

Pada hari Jumat 5 April 2019, Bawaslu Kabupaten Magelang menemukan kampanye hitam di Pasat Tegalrejo, Kabupaten Magelang. Pelakunya adalah seorang oknum guru, yang merupakan simpatisan salah satu paslon capres. Ia membagikan selebaran berisi kampanye hitam yang menjelek-jelekkan paslon Jokowi-Ma'ruf. Hoaks jenis ini masuk kategori *fabricated content* atau konten palsu.

Mirisnya, oknum guru tersebut pernah mencalonkan diri sebagai calon wakil wali kota pada Pilkada 2013. Tentunya pencalonan tersebut di luar wilayah karena Kabupaten Magelang dipimpin bupati dan wakil bupati. Guru yang harusnya bisa digugu lan ditiru malah menjadi pelaku kampanye hitam.

Bawaslu Kabupaten Magelang menindaklanjuti temuan ini dan mendaftarkan dengan nomor 008/TM/PP/Kab/34.22/IV/2019 tanggal 18 April 2019. Namun setelah melalui pembahasan Sentra Gakkumdu kasus ini dihentikan karena pelaku bukan merupakan subyek hukum sebagaimana diatur Pasal 280 ayat (1) UU 7 tahun 2017 tentang Pemilihan Umum. Pada tanggal 24 April 2019, akun BC Channel menayangkan video berdurasi 3,18 menit perihal tabel perolehan suara pasangan calon (paslon) nomor urut 01 Jokowi-Ma'ruf di laman resmi Komisi Pemilihan Umum (KPU). Pada tabel itu, Jokowi-Ma'ruf memperoleh suara 1.119 di TPS 4 Desa Rejosari, Kecamatan Pakis, Kabupaten Magelang. KPU Kabupaten Magelang juga menyatakan kasus ini adalah kesalahan input data petugas KPU, bukan sebuah kesengajaan dan bukan pula kecurangan penghitungan suara hasil pemilu. KPU Kabupaten Magelang pun meminta maaf dan langsung membetulkan kesalahan input data.

Hoaks kategori *manipulated content* ini juga terjadi di wilayah Kecamatan Dukun. Menjelang pemungutan suara, seorang warga di TPS 4 Desa Banyubiru, Kecamatan Dukun menuduh KPPS menyalahgunakan wewenang dengan memengaruhi warga memilih salah satu paslon. Hasil pemeriksaan dan klarifikasi Panwascam Dukun menunjukkan bahwa informasi tersebut tidak terbukti.

Adapun kasus hoaks kategori *false content* terjadi di Kecamatan Mertoyudan, dan Kecamatan Muntilan. Seorang babinsa di Kecamatan Muntilan menerima informasi lewat Whatsapp perihal caleg DPRD Kabupaten Magelang melakukan *money politics*. Namun setelah pengawas pemilu melakukan investigasi di lapangan dan klarifikasi ke sejumlah pihak informasi tersebut hanyalah hoaks.

Data Bawaslu Kabupaten Magelang menunjukkan bahwa kasus hoaks dan kampanye hitam juga menyebar di kecamatan lain. Misalnya, konten palsu atau *fabricated content* juga pernah terjadi di Kecamatan Secang. Konten palsu ini menyebar melalui platform media sosial Facebook. Konten palsu ini berisi tentang perilaku, prestasi, janji calon, bahkan kebijakan calon dengan tujuan untuk menarik dukungan pemilih. Sementara hoaks kategori satire atau parodi (konten sindiran) beredar di wilayah Kecamatan Salam melalui media sosial, baik Facebook, Instagram, Twitter, ataupun YouTube. Hoaks terkait Pemilu 2019 juga berseliweran lewat grup WhatsApp keluarga.

Sementara hoaks kategori satire atau parodi (konten sindiran) beredar di wilayah Kecamatan Salam melalui media sosial, baik Facebook, Instagram, Twitter, ataupun YouTube. Hoaks terkait Pemilu 2019 juga berseliweran lewat grup WhatsApp keluarga. Biasanya berita yang beredar bercirikan informasi yang tidak jelas sumbernya dan judul bombastis. Hoaks ini disebar untuk mempengaruhi ataupun menjatuhkan antarkontestan pemilu.

Salah satu tim kampanye bahkan melakukan upaya *playing victim* untuk mendongkrak dukungan dan meraih simpati publik. Mereka seolah-olah menjadi korban penertiban APK dan bahan kampanye Bawaslu Kabupaten Magelang. Saat itu berdasarkan instruksi Bawaslu Jawa Tengah, Bawaslu Kabupaten Magelang menertibkan APK yang melanggar serta branding kampanye di angkutan umum. Penertiban ini sudah dilakukan sesuai prosedur, adil dan tanpa pandang bulu. Tapi ada pihak yang menyebarkan hoaks bahwa ada mobil angkutan umum di Kecamatan Candimulyo yang tidak ditertibkan Bawaslu. Kabar ini menyebarkan informasi publik serta menimbulkan persepsi negatif dan kecaman terhadap integritas penyelenggara pemilu.

Dampaknya beredar ancaman dan kecaman kepada Ketua Bawaslu Kabupaten Magelang Muhammad Habib Shaleh di media sosial Facebook. Bawaslu dituduh buta dan berat sebelah dalam menertibkan APK. Bahkan Habib Shaleh juga diancam akan dilempari batu dan lainnya.

Apa Langkah Bawaslu Kabupaten Magelang?

Penyebaran hoaks dan kampanye hitam yang luar biasa ini mempengaruhi dinamika dan kondusifitas masyarakat Kabupaten Magelang menjelang Pemilu 2019. Kebersamaan antar warga menjadi terbelah, sesama anggota keluarga berpisah dan umat beragama terpecah belah. Untuk mencegah eskalasi, Bawaslu Kabupaten Magelang kemudian melakukan rapat pleno sebagai upaya pencegahan pelanggaran.

Rapat pleno Bawaslu Kabupaten Magelang memutuskan langkah-langkah dan strategi memerangi hoaks dan mencegah potensi pelanggaran pemilu. Yakni :

Bawaslu Kabupaten Magelang Melakukan Patroli Media Sosial

Bawaslu Kabupaten Magelang menginstruksikan seluruh pengawas pemilu, mulai dari tingkat kabupaten, panwascam hingga panwasdesa untuk melakukan patroli media sosial. Tugas Tim Patroli Media Sosial ini adalah mencari dan menemukan hoaks dan kampanye hitam. Mereka yang terdeteksi menyebarkan hoaks kemudian dilakukan pembinaan dan penjelasan bahaya hoaks dalam Pemilu 2019. Bawaslu Kabupaten Magelang juga bekerja sama dengan Satgas Anti Hoaks Polres Magelang untuk mencegah potensi pelanggaran dan menindak pelanggaran.

Kerjasama dengan Mafindo

Bawaslu Kabupaten Magelang menggandeng Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo) untuk mencegah penyebaran hoaks. Dalam kolaborasi ini, Bawaslu-Mafindo melakukan edukasi kepada publik melalui berbagai media dan forum.

Bawaslu menerjunkan relawan Mafindo dalam setiap kegiatan Bawaslu, baik kegiatan di tingkat kabupaten maupun kegiatan di tingkat Panwascam. Jangkauan kolaborasi ini cukup luas karena bisa mencakup 21 kecamatan di Kabupaten Magelang. Tokoh masyarakat, tokoh agama, aktivis pemuda dan aktifis perempuan di kecamatan-kecamatan pun terdorong untuk ikut mencegah hoaks.

Buku Khotbah Jumat

Pemilu 2019 memberikan wawasan bahwa penindakan pelanggaran kasus hoaks dan kampanye hitam sangat sulit dilakukan karena faktor subyek hukum seperti diatur Pasal 280 ayat (1) UU 7 tahun 2017 tentang Pemilihan Umum. Pasal ini mengatur pelaku hoaks harus tim sukses dan tim kampanye yang terdaftar. Faktanya penyebaran hoaks banyak dilakukan oleh masyarakat atau simpatisan dan tim kampanye yang tidak resmi. Maka diperlukan terobosan dan inovasi pencegahan pelanggaran. Bawaslu Kabupaten Magelang pun menggagas buku Khotbah Jumat. Buku Khotbah Jumat ini berisi materi khotbah tentang pemilu, demokrasi, ancaman hoaks dan lainnya dari berbagai sudut pandang.

Bawaslu Kabupaten Magelang menggandeng akademisi Universitas Muhammadiyah Magelang, pimpinan PCNU Kabupaten Magelang, pimpinan PDM Kabupaten Magelang, Kemenag Kabupaten Magelang, MUI, ICMI dan Pengadilan Agama. Semua menyumbangkan tulisan Khotbah Jumat secara sukarela.

Buku Khotbah Jumat bertema Pemilu 2019 Bawaslu Kabupaten Magelang ini pun terbit dalam Bahasa Arab, Bahasa Indonesia, dan Bahasa Jawa. Mengingat tiadanya anggaran, buku ini dicetak terbatas. Agar bisa terdistribusi luas, buku ini dibuat dalam bentuk softcopy pdf dan disebar ke masyarakat oleh 63 penwascam dan 372 panwasdesa se-Kabupaten Magelang. Buku Khotbah Jumat juga disebar melalui pimpinan ormas.

Desa Anti Politik Uang (Desa APU)

Bawaslu Kabupaten Magelang sudah merintis Desa Anti Politik Uang (Desa APU) sejak tahun 2017. Desa APU dan Desa Pengawasan jika awalnya dimaksudkan untuk mencegah praktik politik uang dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pemilu maka fungsinya ditambah. Yakni sebagai sentra perlawanan masyarakat terhadap hoaks dan kampanye hitam.

Masyarakat desa menjadi garda terdepan untuk melokalisir hoaks dan kampanye hitam serta politisasi SARA. Minimal masyarakat tidak ikut menyebarkan hoaks. Ikhtiar Bawaslu bersama stakeholder ini cukup berhasil dalam mencegah penyebaran hoaks di Kabupaten Magelang. Pemilu 2019 di wilayah Kabupaten Magelang pun menjadi lebih kondusif.

Namun demikian tantangan hoaks, kampanye hitam serta politisasi SARA bukan berarti sirna di Pemilu 2024. Potensi akan tetap ada dan kemungkinan justru lebih masif mengingat jangkauan media sosial di masyarakat yang semakin luas. Untuk itu diperlukan upaya pemetaan, deteksi dini, penyusunan strategi pencegahan sekaligus upaya penanggulangan Bersama. Upaya ini tentunya harus melibatkan segenap komponen anak bangsa.

Ancaman Deepfake karena Polarisasi



Oleh: Syifaul Arifin

Menjelang tengser dari kursi Presiden, Joko Widodo (Jokowi) jadi penyanyi? Wah, ramai betul jagat media sosial ketika Presiden Jokowi menyanyikan lagu Asmalibasi milik Soegi Boernian.

Jadikan hanya aku satu-satunya
Sang garwa pambage sang pelipur lara
Nyanyikan ku kidung setia
Jadikan hanya aku satu-satunya
Sang garwa pambage sang pelipur lara
Nyanyikan ku kidung setia

Kalau disuruh menilai, saya pastikan suaranya tidak bagus. Tetapi dia bisa menyanyi pas sesuai dengan musiknya. Tidak fals. Ternyata, ada yang iseng membuat rekaman suara Jokowi menyanyi Asmalibasi dengan menggunakan teknologi kecerdasan buatan (*artificial intelligence*). Teknologi itu lagi ngehits.

Ada beberapa lagu yang dinyanyikan Jokowi, seperti Laskar Pelangi, Resah Jadi Luka, Muak, Ikan Dalam Kolam, Cupid, Komang, dan berbagai lagu lainnya.

Content creator mengambil contoh suara Jokowi, kemudian digunakan untuk membuat lagu dengan suara contoh itu. Maka, jadilah Jokowi sebagai penyanyi.

Kasus itu viral, tetapi orang menanggapinya dengan santai. "Ah itu kan untuk guyonan." "Ah, itu kan cuma mainan." Betul. Bahkan Presiden Jokowi juga tak marah. Keluarganya juga santai-santai saja.

Namun, seiring dengan senyum kecut mendengar "Jokowi" menyanyi, sekelebat muncul kekhawatiran. Eh, ini mau pemilu. Bagaimana kalau konten-konten itu bermunculan pada tahun politik. Bukan soal politikus A menyanyi lagu Komang milik Raim Laode. Bukan tentang politikus B menyanyi lagu Yellow milik Coldplay (kecuali penyanyi sekaligus calon anggota legislatif Aldi Taher yang mengkover lagu Yellow). Tetapi konten yang isinya fitnah, hoaks, misinformasi/disinformasi. Bukan tujuannya menghibur atau guyonan, tetapi menyerang pihak lain.

Apakah sebegitu mengkhawatirkan? Ya, bisa jadi demikian. Coba lihat pemilu di Turki yang berlangsung Mei 2023. Presiden Turki Recep Tayyip Erdogan menang dalam pemilu putaran kedua. Persaingan sengit dan panas antara capres penguasa dan oposan diwarnai peredaran hoaks alias misinformasi dan disinformasi. Video, foto, dan narasi palsu tentang calon presiden dan partai.

Teyit, organisasi pemeriksa fakta Turki, mengecek lusinan klaim yang dibuat selama kampanye pemilihan dan menemukan ketidakakuratan yang berasal dari semua penjuru¹⁶. Tidak hanya dari dan melibatkan satu kubu. Can Semercioglu, kepala komunikasi di Teyit, mengatakan fenomena disinformasi begitu nyata selama kampanye. Disinformasi itu menjadi alat propaganda politik.

Produksi hoaks itu juga menggunakan teknologi deepfake. Salah satu kandidat presiden Turki, Muharrem Ince, sampai mundur dari pencalonan. Gara-garanya beredar video seks mirip Ince, ia mengklaim video itu berasal dari situs porno Israel dan wajahnya dipasang dengan menggunakan teknologi deepfake. Kasus itu menghancurkan karakternya sehingga dia mundur. Capres dari kelompok oposisi Kilicdaroglu juga menjadi korban.

Dalam kampanye, Erdogan menunjukkan video palsu Kilicdaroglu didukung organisasi yang dianggap teroris yaitu Partai Pekerja Kurdi (PKK). Turki menyatakan PKK sebagai kelompok teroris.

Pendiri Teyit, Gülin Cavus, juga mengatakan semua partai dan semua kandidat memiliki pasukan troll yang memprovokasi, menyerang satu sama lain di media sosial¹⁷. Sampai-sampai, Ketua Komite Nasional Institut Pers Internasional (IPi di Turki, Emre Kizilkaya, mengatakan Turki telah mengalami "tingkat disinformasi terorganisir yang tak tertandingi" selama kampanye pemilu baru-baru ini¹⁸.

Masih ingat video penangkapan mantan Presiden Amerika Serikat Donald Trump? Video penangkapan yang dibikin menggunakan AI itu beredar berdekatan dengan pemeriksaan Trump soal dugaan pelecehan seksual. Karena itu, tidak salah jika kita mengkhawatirkan pemilu Indonesia 2024. Bukan hanya soal hoaksnya.

Sejak Pemilu 2014, Pemilu 2019 dan hingga kini, hoaks politik selalu ada. Akan tetapi penggunaan hoaks naik kelas. Tidak hanya berupa teks, edit gambar, atau memotong-motong video secara sederhana. Hoaks muncul dari tangan kreatif (tetapi jahat) dalam menggunakan teknologi AI.

¹⁶ Akin, Ezgi. 2023. Turkey's opposition warns against deepfakes ahead of fateful elections. *Wired*. 2 Mei. Diakses melalui <https://www.wired.com/story/turkeys-opposition-warns-against-deepfakes-ahead-fateful-elections/#kz383vX5a1Q>.

¹⁷ Steinwehr, Uta. 2023. Turkey's voters 'are more vulnerable to disinformation'. *DW.Com*, 13 Mei. Diakses melalui <https://www.dw.com/en/turkeys-voters-are-more-vulnerable-to-disinformation/a-65605616>.

¹⁸ Hayatsever, Husayin dan Spicer, Jonathan. 2023. Turkish opposition calls Erdogan a 'fabricator' over doctored video. *Reuters.com*, 23 Mei. Diakses melalui <https://www.reuters.com/world/middle-east/turkish-opposition-calls-erdogan-fabricator-over-doctored-video-2023-05-23/>.

AI sudah menjadi bagian dari usaha strategi memenangi kontestasi politik. Peran teknologi AI dalam pemilu sudah jadi perhatian dalam beberapa waktu terakhir. Bahkan AI dapat memprediksi pilihan orang. Seperti yang dilakukan oleh Brigham Young University (BYU) yang menggunakan ChatGPT. Studi terbaru dari BYU membuktikan AI dapat menjawab pertanyaan survei yang kompleks seperti manusia sungguhan. Peneliti menciptakan sosok buatan dengan karakteristik tertentu pada AI meliputi ras, usia, ideologi, dan religiusitas. Karakteristik itu dihubungkan dengan data pemilihan presiden AS tahun 2012, 2016, dan 2020. Hasilnya, kecenderungan politik mereka bisa diprediksi. Hasilnya cocok dan akurat¹⁹.

Teknologi tak hanya bisa memprediksi preferensi politik seseorang, namun juga memengaruhi warga untuk memilih kandidat politik tertentu, menciptakan prasangka terhadap politikus, hingga membuat kekacauan²⁰. Lalu untuk memengaruhi pilihan politik, pasukan siber mengirim pesan hingga iklan. Mereka akan mudah mengategorisasi pemilih berbasis algoritma. Pesan ini tidak hanya berisi konten memuji calon tertentu, tetapi juga menyebarkan teror, mengobral sisi negatif dan fitnah calon tertentu yang kemudian mengubah preferensi politik seseorang. Montaha menyebut yang diperlukan operator AI hanya perlu membuka kunci pemicu emosi yang akurat untuk menarik perhatian pemilih tergantung pada profil psikografis.

Dengan teknologi deepfake yang makin canggih, operator AI bisa bikin hoaks yang canggih pula untuk memengaruhi pemilih. Coba bayangkan jika pasukan siber membikin konten fitnah capres X tengah berpidato mengatakan akan mengubah dasar negara Pancasila dengan ideologi tertentu. Dipastikan, akan terjadi kegegeran, baik pada orang yang percaya dan yang tidak. Padahal itu video palsu yang dibikin menggunakan AI.

Polarisasi

Paling tidak ada dua hal alasan deepfake akan ramai dalam Pemilu 2024. Pertama, warga kesulitan membedakan antara fakta dan palsu. Teknologi AI sudah sedemikian canggih, bisa membikin narasi palsu, suara bikinan, gambar rekaan, video palsu, atau kombinasi dari semuanya.

Sebenarnya, kalau diteliti secara cermat, pasti ada kekurangan pada konten AI. Misalnya pada gambar orang, ada bentuk satu jari berbeda dengan jari-jari lainnya, mata yang tidak pas penempatannya, dan sebagainya. Masalahnya, tidak banyak orang jeli melihat kekurangan itu sehingga percaya konten itu asli.

Hingga kini, belum banyak tool digital untuk men-debunk atau mengklarifikasi konten AI. Apalagi tingkat literasi warga Indonesia masih tergolong rendah. Membaca buku malas. Membaca narasi yang agak panjang tak mau. Yang disukai adalah baca status maupun postingan pendek yang isinya tidak bisa dipertanggungjawabkan. Menerima informasi hanya dengan membaca judulnya, langsung shore.

¹⁹ Stahl, Tyler. 2023. Can AI predict how you'll vote in the next election? Newsbyu.edu. 27 Maret. Diakses melalui <https://news.byu.edu/intellect/can-ai-predict-how-youll-vote-in-the-next-election-byu-study-says-yes>.

²⁰ Nottah, Montana. 2021. The Impact of Artificial Intelligence on Elections. American University of Beirut. 15 Desember. Diakses melalui https://www.researchgate.net/publication/357529070_The_Impact_of_Artificial_Intelligence_on_Elections

Mesalah kedua kenapa pada Pemilu 2024 kemungkinan akan banyak berseliweran konten hoaks berbasis AI adalah polarisasi yang terjadi dalam masyarakat akibat pemilu. Polarisasi itu sederhananya kubu-kubuan. Polarisasi politik itu kubu-kubuan karena pilihan politik. Sebenarnya hal itu biasa. Dalam pemilu, ada dua atau lebih pihak yang berkompetisi. Ada kubu A, B, C dsb. Wajar dong antara kubu satu dan lainnya berbeda dan bersaing.

Masalahnya adalah kubu-kubuan ini yang menyebabkan perpecahan, bahkan konflik. Setelah reformasi 1998, polarisasi di Indonesia cukup memprihatinkan. Lihat saja Pemilu Presiden (Pilpres) 2014 dan 2019, lalu Pemilu Kepala Daerah (Pilkada) DKI Jakarta 2017. Pada masa itu terjadi persaingan sengit dua kubu. Pada dua kali pilpres, Joko Widodo bertarung melawan Prabowo Subianto. Seakan masyarakat Indonesia itu terbagi menjadi dua kubu, pendukung Jokowi atau Prabowo.

Yang tak mendukung keduanya sepertinya tak kelihatan. Padahal mereka adalah silent majority atau kelompok mayoritas namun memilih diam, tak mau ikut dalam riuh rendah dukung mendukung.

Dalam Pilkada DKI Jakarta 2017, terjadi pertarungan sengit antara kubu Anies Baswedan dan Basuki Tjahaja Purnama. Sampai-sampai pemilu membawa-bawa agama. Seakan mendukung calon A akan masuk neraka dan jika mendukung B masuk neraka. Dalam Pemilu 2019, polarisasi makin menjadi-jadi. Masih antara kubu Prabowo dan Jokowi. Setelah pemilu usai, saat sang pemenang Jokowi mengajak Prabowo masuk kabinetnya, polarisasi di masyarakat tidak surut. Tetap berlanjut. Polarisasi bukan antara kubu Jokowi dan Prabowo tetapi pendukung Jokowi dan pembenci (hater) Jokowi.

Dengan teknologi deepfake yang makin canggih, operator AI bisa bikin hoaks yang canggih pula untuk memengaruhi pemilih. Coba bayangkan jika pasukan siber membikin konten fitnah capres X tengah berpidato mengatakan akan mengubah dasar negara Pancasila dengan ideologi tertentu. Dipastikan, akan terjadi kegegeran, baik pada orang yang percaya dan yang tidak. Padahal itu video palsu yang dibikin menggunakan AI.

Polarisasi

Paling tidak ada dua hal alasan deepfake akan ramai dalam Pemilu 2024. Pertama, warga kesulitan membedakan antara fakta dan palsu. Teknologi AI sudah sedemikian canggih, bisa membikin narasi palsu, suara bikinan, gambar rekaan, video palsu, atau kombinasi dari semuanya.

Sebenarnya, kalau diteliti secara cermat, pasti ada kekurangan pada konten AI. Misalnya pada gambar orang, ada bentuk satu jari berbeda dengan jari-jari lainnya, mata yang tidak pas penempatannya, dan sebagainya. Masalahnya, tidak banyak orang jeli melihat kekurangan itu sehingga percaya konten itu asli.

Hingga kini, belum banyak tool digital untuk men-debunk atau mengklarifikasi konten AI. Apalagi tingkat literasi warga Indonesia masih tergolong rendah. Membaca buku males. Membaca narasi yang agak panjang tak mau. Yang disukai adalah baca status maupun postingan pendek yang isinya tidak bisa dipertanggungjawabkan. Menerima informasi hanya dengan membaca judulnya, langsung share.

Masalah kedua kenapa pada Pemilu 2024 kemungkinan akan banyak berseliweran konten hoaks berbasis AI adalah polarisasi yang terjadi dalam masyarakat akibat pemilu. Polarisasi itu sederhananya kubu-kubuan. Polarisasi politik itu kubu-kubuan karena pilihan politik. Sebenarnya hal itu biasa. Dalam pemilu, ada dua atau lebih pihak yang berkompetisi. Ada kubu A, B, C dsb. Wajar dong antara kubu satu dan lainnya berbeda dan bersaing.

Masalahnya adalah permasalahan kubu-kubuan ini menyebabkan perpecahan, bahkan konflik. Setelah reformasi 1998, polarisasi di Indonesia cukup memprihatinkan. Lihat saja Pemilu Presiden (Pilpres) 2014 dan 2019, lalu Pemilu Kepala Daerah (Pilkada) DKI Jakarta 2017. Pada masa itu terjadi persaingan sengit dua kubu. Pada dua kali pilpres, Joko Widodo bertarung melawan Prabowo Subianto. Seakan masyarakat Indonesia itu terbagi menjadi dua kubu, pendukung Jokowi atau Prabowo. Yang tak mendukung keduanya sepertinya tak kelihatan. Padahal mereka adalah silent majority atau kelompok mayoritas namun memilih diam, tak mau ikut dalam riuh rendah dukung-mendukung.

Dalam Pilkada DKI Jakarta 2017, pertarungan sengit antara kubu Anies Baswedan dan Basuki Tjahaja Purnama terjadi. Sampai-sampai pemilu membawa bawa agama. Seakan mendukung calon A akan masuk neraka dan jika mendukung B masuk neraka. Dalam Pemilu 2019, polarisasi makin menjadi-jadi. Masih antara kubu Prabowo dan Jokowi. Setelah pemilu usai, saat sang pemenang Jokowi mengajak Prabowo masuk kabinetnya, polarisasi di masyarakat tidak surut. Tetap berlanjut. Polarisasi bukan antara kubu Jokowi dan Prabowo tetapi pendukung Jokowi dan pembenci (hater) Jokowi.

Jadi polarisasi tidak hanya terjadi di tingkat elite, tetapi sudah merangsek ke akar rumput. Walaupun elite sudah bekerja sama, sudah berangkuhan karena kepentingan politik, tidak serta merta pendukung mereka melakukan hal sama. Yang terjadi di Indonesia demikian. Saat Prabowo dan Sandiaga Uno masuk kabinet, sebagian pendukungnya tetap menjadi oposan Jokowi. Mereka tak lagi menjadi pendukung Prabowo tetapi tetap menjadi oposan Jokowi.

Yang jelas, polarisasi bikin kita seperti tertutup matanya melihat fakta. Ada guyonan yang bikin tertawa tetapi miris. Beberapa orang yang paling susah dinasihati, yaitu orang yang sedang jatuh cinta, suporter klub sepak bola, dan pendukung capres. Jika sudah gelap mata, orang bisa melakukan apa saja.

Karena itu, kebanyakan orang mengkhawatirkan polarisasi pada saat pemilu mendatang. Dalam berbagai kesempatan, baik mengobrol di warung angkringan maupun di forum diskusi, rata-rata orang menyebut akan terjadi polarisasi parah. Selama ini, mereka yang saya temui, bahkan saya sendiri merasa selama ini persaingan dan permusuhan dalam politik Indonesia sangat parah. Permusuhan kubu Jokowi dan Prabowo dalam Pemilu 2014 dan 2019 betul-betul menyesakkan dada.

Saya ikut berbagai grup WhatsApp (WAG). Dari mulai grup yang kebanyakan pendukung Prabowo hingga Jokowi (kini dukungan berubah menjadi pendukung Anies dan Ganjar atau Prabowo). Sering anggota WAG mengirim konten konten menyerang kubu lain. Tidak cukup dengan kampanye negatif, juga membagikan konten kampanye hitam. Isinya fitnah, menyesatkan.

Pada Pilpres 2019 lalu, pernah seorang dosen sebuah perguruan tinggi negeri membagikan sebuah konten berisi foto seorang lelaki tua dari Jepang yang diklaim sebagai pengamat internasional yang akan memantau Pemilu 2019 agar tidak ada kecurangan.

Padahal lelaki tua itu adalah Shigeo Tokuda yang umurnya lebih dari 80 tahun, seorang bintang film porno Jepang. Ada orang yang iseng bikin konten palsu dan menyesatkan soal Tokuda yang akan memantau pemilu Indonesia, tetapi oleh pendukung capres garis keras diklaim sebagai konten asli. Saat saya kasih tahu bahwa itu hoaks, tak ada respons dari pengirim, apalagi minta maaf maupun menghapusnya. Seakan tak mengapa memfitnah jika itu ditujukan kepada lawan politik. Memang benar kata penyanyi lawas Gombloh dalam lirik lagunya, jika cinta sudah melekat, tahi ucing rasa cokelat. Sungguh di luar nalar dan tak masuk akal.

Dalam sebuah diskusi terbatas yang diadakan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) 5 April 2023, penulis dan editor buku *Demokrasi di Indonesia Dari Stagnasi ke Regresi*²¹, Eve Warburton dari *Australian National University (ANU)* menyebut kondisi polarisasi Indonesia belum begitu parah. Kok bisa, wong kami di sini sudah merasa situasi politik 2014-2019 betul-betul parah. Dada ini sesak melihat orang bertikai gara-gara pilpres. Akal sehat sudah tak terlihat, nilai etis tak pernah digubris, pikiran jernih sudah tersisih.

Eh, tapi kok pengamat mengatakan polarisasi di Indonesia masih belum begitu parah daripada di Turki, Amerika Serikat, hingga India? Saya membatin, enggak merasakan sendiri sih. Akan tetapi para pengamat mengakui polarisasi di Indonesia meningkat. Antara pendukung Prabowo vs pendukung Jokowi, pecinta Jokowi vs pembenci Jokowi, fans Anies vs fans Ganjar Pranowo, maupun kelompok nasionalis vs kelompok Islam.

Bisa disebut polarisasi di Indonesia dalam Pilpres 2014 dan 2019 dan Pilkada DKI 2017 tersebut antara kelompok Islamis (diwakili PKS dsb.) dan pluralis (PDI Perjuangan dsb.). Politikus juga memanfaatkan agama dalam kampanyenya.

Dalam buku tersebut, berdasarkan dari kajian akademisi, Eve menyebut indikator polarisasi parah adalah warga dan elite terbelah sehingga muncul istilah "kita versus mereka". Kemudian dalam pertikaian itu, penguasa menggunakan instrumen pemerintah untuk menekan dan mengintimidasi lawan politik. Lalu, terjadi polarisasi afektif, muncul antipati kepada kelompok liyan maupun diskriminasi di berbagai wilayah baik masyarakat, tempat kerja, hingga media sosial²².

²¹ Warburton, Eve dan S. Power, Thomas. 2021. *Demokrasi di Indonesia dari Stagnasi ke Regresi*. Public Virtue.

²² Monggila, Zahrudin Muda, dkk. (May 2023). *Aliansi Jurnalis Independen (AJI). Gangguan Informasi, Pemilu dan Demokrasi: Panduan bagi Jurnalis dan Pemeriksa Fakta!*.

Ketika eskalasi polarisasi meningkat, terjadi demonisasi (menyebut lawan politik sebagai setan yang harus dibasmil) lalu berlangsung kekerasan. Saat kekerasan berlangsung terus-menerus, aparat pemerintahan tidak bisa mengatasi, lembaga negara tak kuasa mencegah, maka di situlah polarisasi bisa disebut parah.

Indikator lainnya adalah ketika polarisasi melumpuhkan proses pembuatan regulasi di DPR karena kubu oposan menggembosinya. Menurut Eve, sebagian indikator itu sudah terjadi di Indonesia. Kita sudah merasakan itu. Namun, kita masih melihat Prabowo dan Sandiaga Uno tiba-tiba masuk kabinet Jokowi. Pendukung Prabowo-Sandiaga Uno sebagian juga mengikutinya.

Jadi, kita masih menunggu sekaligus berdoa Pemilu 2024 tidak terjadi polarisasi parah. Sehingga, tidak banyak beredar hoaks termasuk yang menggunakan teknologi AI.

Demikian pula di daerah, kita masih melihat dalam pilkada, PKS dan PDIP masih bisa berkoalisi mengusung calon bupati atau wali kota. Tidak bisa kita generalisasi bahwa kedua partai tersebut selalu bertarung sengit sebagaimana kita lihat dalam pilpres dan pilkada DKI. Namun, kita masih melihat Prabowo dan Sandiaga Uno tiba-tiba masuk kabinet Jokowi. Pendukung Prabowo-Sandiaga Uno sebagian juga mengikutinya. Demikian pula di daerah, kita masih melihat dalam pilkada, PKS dan PDIP masih bisa berkoalisi mengusung calon bupati atau wali kota.

Tidak bisa kita generalisasi bahwa kedua partai tersebut selalu bertarung sengit sebagaimana kita lihat dalam pilpres dan pilkada DKI. Di DPR juga kita masih melihat partai yang dalam pemilu berseberangan dengan keras, di ruang sidang yang sejuk, mereka bekerja sama. Walau ada perbedaan, hal tersebut tidak membuat proses politik mengalami kebuntuan.

“Jadi, kita masih menunggu sekaligus berdoa Pemilu 2024 tidak terjadi polarisasi parah. Sehingga, tidak banyak beredar hoaks termasuk yang menggunakan teknologi AI.”

- Syifaul Arifin

Evolusi Konten Hoaks Delegitimatif Pemilu 2024 di Twitter

Oleh: Nuril Hidayah & Raundoh Tul Jannah



Pengantar: Dinamika Rumor Pemilu 2024 di Twitter

Pemilu merupakan proses demokrasi yang memungkinkan warga negara untuk memilih pemimpin dan wakil-wakil mereka secara langsung. Karena itu, Pemilihan Umum (Pemilu) 2024 di Indonesia menjadi salah satu peristiwa politik yang sangat ditunggu oleh masyarakat. Namun, beberapa tahun terakhir, fenomena penyebaran disinformasi atau informasi palsu dalam konteks politik semakin mengemuka, terutama melalui media sosial. Salah satu bentuk disinformasi yang menjadi perhatian adalah narasi yang mengklaim bahwa pemenang Pemilu 2024 telah ditentukan sejak awal.

Dari pengamatan analisis jaringan terhadap sentimen percakapan media sosial selama setengah tahun terakhir, rumor tentang settingan pemenang Pemilu 2024 merupakan salah satu di antara sekian rumor yang diembuskan (Elsyat, 2023a, 2023d, 2023e, 2023b, 2023c).

Sejumlah rumor lain seperti wacana 3 periode, perubahan sistem pemilu menjadi tertutup, diskriminasi dalam proses verifikasi peserta merupakan isu-isu yang berembus kuat sejak akhir 2022. Akan tetapi, sejak PDIP meresmikan capres yang akan diusung, rumor 3 periode perlahan tenggelam, sementara rumor settingan pemenang semakin menguat.

Penyebaran hoaks politik di media sosial sangat berpotensi mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap pemilu dan kepercayaan terhadap integritas penyelenggara pemilu. Klaim bahwa pemenang pemilu telah ditentukan sebelumnya dapat menciptakan ketidakpercayaan terhadap sistem politik dan dapat merusak legitimasi pemilihan serta mengancam stabilitas politik suatu negara. Disinformasi seputar Pemilu 2024 yang menyebutkan bahwa pemenang telah ditentukan sejak awal merupakan isu yang relevan untuk diteliti.

Fenomena ini menarik perhatian karena dapat mempengaruhi partisipasi masyarakat dalam proses demokrasi, serta merusak kepercayaan publik terhadap integritas pemilu dan lembaga lembaga yang terlibat dalam pelaksanaannya.

Hoaks termasuk salah satu gangguan informasi. Di era post truth, gangguan ini bisa jadi lebih membahayakan karena orang lebih percaya pada informasi yang sesuai dengan pendapatnya, sekalipun berasal dari sumber yang tidak terpercaya. Kondisi politik menjelang Pemilu 2024 juga mendorong munculnya berbagai media partisan yang tidak lagi mementingkan pemberitaan berimbang dari dua sisi.

Di saat yang sama, secara umum di kalangan konsumen berita pun terjadi kecenderungan polarisasi yang berimbas tidak hanya pada pemilihan berita sesuai preferensi politik, tetapi juga pada masifnya produksi konten-konten menyesatkan. Untuk mengantisipasi semakin meluasnya hoaks di tahun politik, diperlukan tidak hanya debunking, tetapi juga prebunking.

Selain mengklarifikasi hoaks yang beredar, masyarakat juga perlu dibangun imunitasnya untuk dapat melawan hoaks. Keduanya juga membutuhkan strategi yang tepat dan dibangun di atas pemahaman yang menyeluruh terhadap misinformasi dan disinformasi yang beredar, di antaranya mencakup isu-isu apa yang dimainkan dan bagaimana pola-pola penyebarannya di media sosial. Karena itu dibutuhkan penelitian mendalam untuk mendapatkan pemahaman tersebut. Riset evolusi konten menganalisis bagaimana perubahan hoaks dari waktu ke waktu. Jika analisis jaringan sosial berfokus pada jaringan penyebaran, riset evolusi konten berfokus pada perubahannya

Social Network Analysis (SNA) mengamati pergerakan horizontal, sedangkan evolusi konten mengamati perubahan vertikal. Kajian ini adalah kelanjutan dari SNA dengan mengambil isu disinformasi yang spesifik dan sangat tinggi distribusinya atau telah banyak dibahas.

Tulisan ini bertujuan mengungkap pola perubahan konten hoaks politik terkait isu pemenang Pemilu 2024 yang sudah di-setting di Twitter, dengan menitikberatkan pada aspek temporal, mutasi narasi, dan sumber cuitan. Kajian ini pada gilirannya akan dapat menajamkan strategi prebunking dalam rangka peningkatan literasi digital masyarakat.

Melalui tulisan ini, diharapkan ada pemahaman yang lebih baik tentang fenomena penyebaran disinformasi politik dalam konteks Pemilu 2024 di Indonesia. Dengan demikian, akan ada upaya untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penyebaran disinformasi tersebut dan menghasilkan rekomendasi yang relevan untuk mengatasi dan mengurangi dampak negatifnya terhadap proses demokrasi dan kepercayaan masyarakat terhadap sistem politik.

Konteks Ilmiah

Semakin menguatnya pengaruh hoaks politik bagi preferensi politik publik dan besarnya dampak negatifnya terhadap pelaksanaan demokrasi telah menarik minat banyak peneliti untuk mengkajinya dari berbagai aspek. Di ranah internasional, telah dilakukan banyak penelitian tentang efek paparan informasi palsu terhadap sikap dan perilaku politik. Contohnya studi Ceccatore et al. (2014); Nyhan & Reifler (2015); Wood & Porter (2016); Edelson et al. (2017).

Secara umum, penelitian-penelitian ini menemukan bahwa individu cenderung lebih percaya pada informasi yang meragukan asalkan sesuai dengan afiliasi partai mereka daripada informasi yang bertentangan dengan keyakinan mereka. Grinberg et al. (2019) dalam "Fake news on Twitter during the 2016 US presidential election" menganalisis penyebaran misinformasi politik di Twitter selama pemilihan presiden AS tahun 2016. Penelitian ini menemukan bahwa konten misinformasi lebih banyak dibagikan oleh akun-akun yang mendukung calon tertentu dan akun-akun berorientasi politik kanan.

Penelitian ini juga menyoroti peran yang dimainkan oleh bot dan akun palsu dalam menyebarkan misinformasi. Hasil penelitian ini memberikan gambaran tentang bagaimana konten politik yang salah informasi dapat mempengaruhi proses pemilihan dan memengaruhi pandangan publik. Di Indonesia sendiri, studi terhadap misinformasi atau disinformasi politik juga telah banyak dilakukan. Di antara studi-studi tersebut ada yang menitikberatkan pada faktor-faktor yang membuat orang mudah percaya terhadap misinformasi politik.

Contohnya adalah Halida (2020, 2021) yang menemukan bahwa bias partai politik secara signifikan mempengaruhi keyakinan terhadap misinformasi, sementara Mujani & Kuipers (2020) menemukan bahwa pemilih yang lebih muda, berpendidikan tinggi, dan lebih kaya cenderung lebih percaya pada misinformasi. Neyazi et al. (2022) menemukan bahwa media tradisional dan diskusi tatap muka berkaitan positif dengan setidaknya satu ukuran paparan misinformasi, sementara penggunaan politik WhatsApp dan Instagram berkaitan positif dengan paparan misinformasi.

Temuan ini menunjukkan bahwa misinformasi/disinformasi politik di Indonesia adalah masalah kompleks yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk bias politik, demografi, dan kebiasaan konsumsi media. Ada pula studi yang berfokus pada pola penyebaran misinformasi politik. Seperti studi yang dilakukan oleh Ong & Tapsell (2022) yang menemukan adanya peningkatan hubungan antara troll, buzzer dan misinformasi politik di Asia Tenggara.

Akan tetapi, sekalipun penelitian tentang misinformasi/disinformasi politik telah sangat berkembang, analisis terhadap proses dinamis penyebarannya masih minim dilakukan. Padahal, menurut pendapat sebagian akademisi, misinformasi memperoleh kekuatannya ketika diulang dan disampaikan dari satu orang ke orang lain (DiFonzo & Bordia, 2007). Artinya, karakteristik khas misinformasi adalah mode dinamis dan proses kolektif yang berkembang dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, hoaks politik yang diteliti dianggap memiliki pola yang berubah selama siklus hidup misinformasi di media sosial.

Studi ini terinspirasi oleh dan mengadaptasi pendekatan yang diterapkan oleh Shin et al. (2018) yang memandang misinformasi sebagai sesuatu yang dapat berubah dan dapat dipengaruhi saat penyebaran. Penelitian tersebut berangkat dari studi sebelumnya oleh Allport & Postman (1947); Rojecki & Meraz (2016) yang berfokus pada proses komunikasi dinamis dalam fenomena rumor. Rojecki dan Meraz (2016) menyelidiki kekuatan agenda setting di antara halaman web, pencarian Google, dan liputan media dengan dua kasus rumor. Studi klasik lain tentang rumor, dilakukan oleh Allport & Postman (1947), menyelidiki bagaimana konten rumor berubah dalam rangkaian transmisi serial di mana cerita disampaikan dari satu orang ke orang lain.

Kerangka Konseptual

1. Hoaks Politik

Dalam penelitian ini akan digunakan sejumlah istilah yang mengacu pada informasi yang faktualitasnya kurang seperti misinformasi, disinformasi, dan rumor. Sekalipun adanya kesamaan, istilah-istilah tersebut memiliki perbedaan konseptual. Misinformasi maupun disinformasi mengacu pada informasi yang tidak benar. Namun, istilah misinformasi tidak mengandung motivasi kebohongan, sedangkan disinformasi mengandung niatan yang disengaja untuk mengelabui. Karena sulitnya untuk mengidentifikasi niat sumber, dalam kajian ini digunakan istilah hoaks yang dapat mencakup misinformasi dan disinformasi sekaligus untuk menggambarkan adanya klaim palsu. Di sisi lain, rumor pada dasarnya didefinisikan sebagai informasi yang belum dikonfirmasi (DiFonzo & Bordia, 2007). Oleh karena itu, sebuah rumor dapat terbukti benar, meskipun pada saat beredar belum didukung oleh bukti konkret.

Selain itu, ada juga istilah trolling yang fokus pada motivasi sumber untuk memprovokasi kontroversi dan tanggapan emosional secara online. Namun, perbedaan terletak pada apakah informasi tersebut disajikan sebagai bentuk berita (atau fakta) atau sebagai opini. Trolling berkaitan dengan tindakan memposting pesan yang menyinggung kelompok atau pihak tertentu secara online untuk memicu konflik. (Binns, 2012; Bishop, 2012; Coles & West, 2016).

2. Pola Difusi Temporal

Recency atau aspek kebaruan merupakan hal penting yang harus diperhatikan dalam mempelajari pola penyebaran hoaks berdasarkan timeline. Aspek kebaruan ini adalah salah satu mekanisme yang menyebabkan lonjakan tiba-tiba dalam penyebaran informasi.

Informasi terbaru cenderung dianggap lebih menarik perhatian daripada informasi lama, dan oleh karena itu lebih mungkin untuk dibagikan dengan orang lain daripada informasi lama (Xu, 2013).

Preferensi terhadap informasi yang lebih baru ini menghasilkan siklus informasi yang bergerombol dan cepat, karena perhatian beralih ke item baru berikutnya dengan cepat. Umumnya, siklus hidup informasi berlangsung beberapa hari, atau jika tidak dalam beberapa jam saja sudah ada pola lonjakan dan penurunan yang tajam. Namun, tidak semua jenis informasi menunjukkan pola penyebaran yang sama.

Sebagai contoh, penelitian tentang meme populer di Facebook (Cheng et al., 2016) mengungkapkan bahwa lebih dari setengah meme viral muncul kembali setelah jeda singkat atau panjang. Pola kembali seperti ini terlihat jelas pada jenis rumor tipe dari mulut ke mulut. Misalnya, dalam mengkaji pola penyebaran rumor umum seperti keberadaan Bigfoot, Kwon et al. (2013) menemukan bahwa rumor-rumor ini cenderung menunjukkan lonjakan ganda dan periodik. Friggeri et al. (2014) juga menemukan bahwa rumor palsu umum tetap ada bahkan berbulan-bulan setelah kiriman asli dan terus muncul kembali beberapa kali.

3. Perubahan Narasi

Studi yang dilakukan oleh Im et al. (2011) menunjukkan bahwa informasi dapat terus menerus beredar dengan menambahkan informasi baru atau mengubah narasinya. Mereka menemukan bahwa berita yang berasal dari blog jauh lebih berbeda dari versi awal, sementara berita yang awalnya dipublikasikan oleh situs berita cenderung tetap tidak berubah selama penyebaran.

Berbeda dengan studi sebelumnya, Allport & Postman, (1947) dalam eksperimen laboratorium mengamati bahwa rumor yang menyebar sering bermutasi, mengikuti prinsip leveling, sharpening, dan asimilasi. Leveling mengacu pada hilangnya detail yang tidak menarik, sedangkan sharpening terjadi ketika elemen-elemen tertentu dipilih dan diberi tekanan.

Asimilasi menggambarkan proses di mana cerita baru ditambahkan untuk menarik perhatian pembaca. Karakteristik-karakteristik ini, terutama asimilasi, dianggap berkontribusi pada persistensi rumor dengan membuat alur cerita menjadi lebih menarik.

4. Sumber Konten

Penelitian yang berfokus pada produsen rumor politik masih terbatas. Kajian yang dilakukan oleh Shin et al. (2018) menyelidiki apakah ada situs eksternal yang menjadi sumber postingan Twitter berisi rumor politik yang menjadi acuan penyebar rumor. Beberapa studi (Rojecki & Meraz, 2016; Vargo et al., 2018) menemukan adanya situs web yang dikenal menyebarkan rumor politik ke media sosial termasuk program berita partisan, media berita alternatif, dan blog politik elit.

Namun Shin dkk. mengingatkan adanya fenomena rumor yang sebagian besarnya bersifat dinamis internal di mana pengguna Twitter saling bergantung untuk mengesahkan klaim palsu dan mempercepat penyebaran rumor. Dalam konteks tersebut, penyebaran rumor akan berlanjut tanpa perlu merujuk pada sumber eksternal baru.

Penelitian ini menerapkan pendekatan studi kasus hoaks politik dengan mengambil satu topik "Pemenang Pemilu 2024 sudah di-setting". Data diseleksi dari 104 rumor Pemilu 2024 yang diperoleh melalui pantauan SNA selama Desember 2022-April 2023. Dasar seleksi konten yang digunakan adalah: 1) Berkaitan dengan Pemilu 2024; 2) Isu mengarah ke hal-hal yang mempengaruhi penentuan pemenang Pemilu 2024. Seleksi dilakukan oleh dua orang coder.

Intercoder reliability diuji dengan menggunakan Krippendorff's alpha (Krippendorff, 2011). Hasil pengujian menunjukkan reliabilitas yang cukup tinggi 0.961. Berdasarkan seleksi yang dilakukan, dari 104 postingan Twitter yang terjarang oleh SNA, didapatkan 40 konten postingan Twitter yang mengandung isu "Pemenang Pemilu 2024 sudah di-setting."

Metode analisis yang diterapkan diadaptasi dari penelitian Shin et al. (2018). Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif untuk mengamati mutasi ribuan konten disinformasi politik di Amerika selama periode Pemilu 2016. Dalam penelitian ini, yang diadopsi hanya metode kualitatif saja, karena isunya cukup spesifik dan jumlah konten yang diteliti cukup terbatas sehingga memungkinkan pengamatan yang lebih mendalam. Aspek-aspek yang diamati mencakup pola temporal (*temporal pattern*), perubahan dan variasi narasi, serta sumber konten.

Pola Difusi Temporal Hoaks "Pemenang Pemilu 2024 sudah Di-setting"

Tahapan Pemilu 2024 sudah dimulai sejak kuartal kedua tahun 2022 dengan adanya perencanaan program pada bulan Juni 2022. Pengamatan terhadap rumor Pemilu 2024 di Twitter dimulai sejak awal Desember ketika Pemilu 2024 tiba pada tahapan akhir verifikasi peserta dan penetapan peserta Pemilu. Dari 40 konten berisi rumor tentang pengaturan pemenang Pemilu 2024, faktualitas klaim di dalamnya diuji sehingga cuitan yang mengandung hoaks dapat dipisahkan.

Proses tersebut menyisihkan 11 cuitan yang berupa opini atau informasi faktual sehingga tersisa 29 cuitan yang mengandung hoaks. Dari 29 cuitan yang mengandung hoaks tersebut, sebagian besar disertai ekspresi trolling. Cuitan tidak hanya mengandung klaim yang menyesatkan, melainkan juga disertai caption yang bermaksud untuk memancing emosi atau memicu kontroversi. Berikut adalah tabel yang menunjukkan kapan hoaks tertentu muncul, disandingkan dengan tahapan Pemilu 2024 dan top conversation timeline berdasarkan pantauan SNA.

Bagan 1. Timeline Hoaks "Pemenang Pemilu 2024 sudah di-setting"



MINGGU 1

Top Conversation berdasarkan NSA
Hoaks Pemenang Pemilu di-Setting

- Isu penundaan pemilu dan usulan sistem proporsional tertutup
- KTP WNA untuk hal pilih

1

JANUARI
2023

MINGGU 2

Top Conversation berdasarkan NSA

- 8 Politik partai bertemu, menolak wacana sistem pemilu proporsional tertutup

2

Hoaks Pemenang Pemilu di-Setting

- KTP WNA untuk hal pilih
- Warga China dipersilahkan masuk ke Indonesia untuk ikut pemilu
- KPU desain pemenang Pemilu 2024
- Partai Gelora diloloskan sebagai imbalan menyerang Anies

MINGGU 3

Top Conversation berdasarkan NSA

- Para Kades (Kepala Desa) menuntut periode jabatan diperpanjang menjadi 9 tahun

Hoaks Pemenang Pemilu di-Setting

- KPU desain pemenang Pemilu 2024
- Perpanjangan jabatan kades sebagai alat Jokowi dan PDIP untuk memenangkan Pemilu 2024

3

MINGGU 4

Hoaks Pemenang Pemilu di-Setting

- Politik uang yang melibatkan Babinsa
- DPT berkurang sebagai taktik KPU mengatur pemenang Pemilu
- Perpanjangan jabatan kades sebagai alat Jokowi dan PDIP untuk memenangkan Pemilu 2024

4

MINGGU 5

Hoaks Pemenang Pemilu di-Setting

- Pembacaan buku hitam Ferdy Sambo mengandung bukti konspirasi pengaturan pemenang Pemilu

5

MINGGU 1

1

Top Conversation berdasarkan NSA

- Mahfud MD (Kemenkoprihukum): Pemundasan Pemilu 2024, tidak melanggar hukum

FEBRUARI 2023

MINGGU 2

2

Tahapan Pemilu

- Batas akhir penetapan jumlah kursi dan penetapan daerah pemilihan

Top Conversation berdasarkan NSA

- Amien Rais: Pesan untuk Jokowi, Jangan tunda Pemilu;
- Partai Ummat usung politik identitas (Agama Islam)

Hoaks Pemenang Pemilu di-Setting

- Ijazah palsu Jokowi
- Kecurangan KPU secara umum

MINGGU 3

3

Top Conversation berdasarkan NSA

- SBY (Mantan Presiden): Jangan karena punya kekuasaan tiba-tiba ubah sistem pemilu

Hoaks Pemenang Pemilu di-Setting

- Peran hacker Israel pada kemenangan Jokowi 2019

MINGGU 4

4

Top Conversation berdasarkan NSA

- MK (Mahkamah Konstitusi) tegaskan tidak ada perpanjangan masa jabat Presiden: Pemilu 2024

Hoaks Pemenang Pemilu di-Setting

- KPU desain pemenang Pemilu 2024

MINGGU 1

Top Conversation berdasarkan NSA

- Pengadilan Negeri (PN) Jakarta Pusat putuskan penundaan Pemilu 2024
- Berbagai pihak mencurigai delang besar dibalik keputusan penundaan Pemilu oleh PN-Jakarta Pusat

1

MARET 2023

MINGGU 2

2

MINGGU 3

Top Conversation berdasarkan NSA

Hoaks Pemenang Pemilu di-Setting

- Bawaslu larang kegiatan politik (Politik Identitas) di Masjid
- China akan atur migrasi besar-besaran untuk pemenangan Pemilu 2024 agar Indonesia menjadi bagian dari RRC

3

MINGGU 4

Tahapan Pemilu

Top Conversation berdasarkan NSA

Hoaks Pemenang Pemilu di-Setting

- Pencalonan anggota DPR, DPRD Provinsi, DPRD Kabupaten/Kota dimulai
- PDI-P telah mengumumkan Ganjar Pranowo sebagai kandidat partai untuk pemilihan Presiden 2024
- Hasnaeni sebut KPU atur Ganjar-Erick menang pada Pilpres 2024
- KPU desain pemenang Pemilu 2024

4

Tabel tersebut menunjukkan bahwa isu pemenang pemilu diatur oleh KPU merupakan isu yang persisten. Data top conversation menunjukkan bahwa tren pembicaraan publik di media sosial, selain mengikuti momentum tahapan kepilwaan, juga mengikuti manuver politik yang dilakukan oleh pihak-pihak yang berkepentingan terhadap kekuasaan.

Ketika peserta pemilu ditetapkan dan ada pihak yang tak lolos verifikasi, publik membicarakan kemungkinan adanya rekayasa di balik tak lolosnya partai tertentu. Demikian juga ketika sistem pemilu diusulkan sejumlah untuk dilaksanakan tertutup. Dalam tiap pembicaraan yang sedang viral, biasanya hoaks selalu muncul menyertai. Akan tetapi, kemunculan hoaks yang menyertai klaim bahwa pemenang Pemilu sudah diatur oleh KPU tampaknya tidak tergantung pada momentum tahapan kepilwaan atau manuver politik lewat wacana penundaan pemilu serta wacana sistem pemilu tertutup pada awal-awal 2023.

Hoaks terkait klaim tersebut sudah muncul sejak pengamatan mulai dilakukan, dan ditemukan tiap bulan, sekalipun tidak menjadi pembicaraan mainstream. Hoaks terkait isu settingan pemenang oleh KPU baru mulai muncul secara intens di akhir April, ketika PDI-P mengumumkan Ganjar Pranowo sebagai kandidat capres. Pengumuman ini kemudian membuat isu penundaan Pemilu 2024 mereda dan isu settingan pemenang Pemilu 2024 menguat sehingga menjadi top conversation.

Recurrence juga ditemukan pada cuitan tentang pemilu yang sudah berlalu, khususnya Pilpres 2019. Isu kecurangan KPU pada Pilpres 2019 diangkat kembali untuk meyakinkan publik bahwa nanti pada Pemilu 2024, kecurangan yang sama sangat mungkin terjadi.

Untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang bagaimana narasi yang dibangun hoaks dibangun dengan memanfaatkan perbandingan diakronis, cuitan-cuitan yang mengandung hoaks terkait pemenang Pemilu sudah disetting diklasifikasikan berdasarkan kriteria proyeksi. Ada cuitan-cuitan dengan model narasi *projecting back*, *projecting forth*, atau *projecting back and forth*.

Narasi *projecting back* hanya membahas Pilpres 2019 saja atau mengajak audiens untuk mengingat kecurangan yang terjadi pada Pilpres 2019. Contohnya cuitan akun Twitter @FreedomGugat pada tanggal 10 Februari 2023 yang mengklaim bahwa ijazah Presiden Joko Widodo palsu, dan bahwa KPU melakukan kecurangan pada Pilpres 2019 dengan meloloskan Joko Widodo sebagai kandidat Capres pada Pilpres 2019.

"Usut tuntas Ijazah Asti Jokowi sebab ini adalah skandal penipuan publik paling luar biasa menipu dengan sengaja 270 juta rakyat di Pemilu 2019. Pertanyaannya bagaimana bisa seorang kandidat capres bisa lolos verifikasi KPU hanya memakai IJAZAH PALSU? #BrutusDanFiraunPerusakRT"

Model narasi *projecting forth* hanya membahas Pemilu 2024 atau meyakinkan audiens tentang adanya kecurangan pada Pemilu 2024 yang sudah ditemukan indikasinya saat ini. Model narasi ini paling banyak digunakan dalam cuitan yang mengandung hoaks terkait isu pemenang pemilu sudah di-setting.

Contohnya cuitan akun Twitter @papa_loren yang mengutip Imam Masjid New York untuk mengklaim bahwa WNA China dibuatkan KTP agar bisa mengikuti Pemilu 2024. Model narasi *projecting back and forth* mengkombinasikan isu kecurangan pada 2019, sekaligus meyakinkan audiens bahwa kecurangan yang sama mungkin akan terjadi di 2024. Contohnya narasi pada cuitan akun Twitter @Bams27735590 pada tanggal 11 Februari 2023 “*_WASPADALAH WAHA! RAKYAT NKRI KECURANGAN BERJAMAAH KPU TELAH TERBONGKAR. KECURANGAN PEMILU 2019 JANGAN SAMPAI TERULANG LAGI PADA TAHUN 2024. BUKA MATA BUKA HATI JANGAN SAMPAI RAKYAT DITIPU DAN DIBOHONGI TERUS. WASPADALAH !!!!!!!”

Pola Perubahan Narasi

Berdasarkan eksperimen Allport dan Postman (1947), rumor yang menyebar sering bermutasi dengan mengikuti prinsip *leveling*, *sharpening*, dan *assimilation*. *Leveling* mengacu pada hilangnya detail yang dianggap tidak menarik, sedangkan *sharpening* terjadi ketika suatu elemen dipilih untuk ditonjolkan. *Assimilation* terjadi ketika cerita baru ditambahkan. Ketiga prinsip tersebut, terutama *assimilation*, dianggap sangat berperan membuat rumor menjadi lebih menarik dan menyebar lebih lama.

Ketiga prinsip tersebut ditemukan pada cuitan Twitter yang mengandung hoaks dan berkaitan dengan isu “Pemilu 2024 sudah di-setting pemenangnya.” Sebagian besar menerapkan ketiga prinsip tersebut dalam satu cuitan. Contohnya cuitan akun Twitter @DokterTifa pada 10 Januari 2023 yang menyatakan “Jerman dan negara lain me-reject orang China masuk negara mereka. Kalau di Indonesia, dikasih karpet merah. Ngga usah PCR. Langsung siapin KTP biar pada bisa ikut Pemilu.”

Leveling diterapkan dengan membuang rincian tentang latar belakang kebijakan pemerintah Jerman dan rincian kebijakan itu sendiri. *Sharpening* diterapkan dengan menonjolkan soal lerengan yang secara faktual berupa pembatasan terkait dengan merebaknya varian *Asturus* sehingga China kembali berjuang menghadapi penyebaran kasus Covid-19 (Adhi, 2023). *Asimilasi* diterapkan dengan menambahkan cerita lain soal mudahnya orang China masuk ke Indonesia, dan isu pembuatan KTP orang asing untuk kepentingan memenangkan Pemilu 2024.

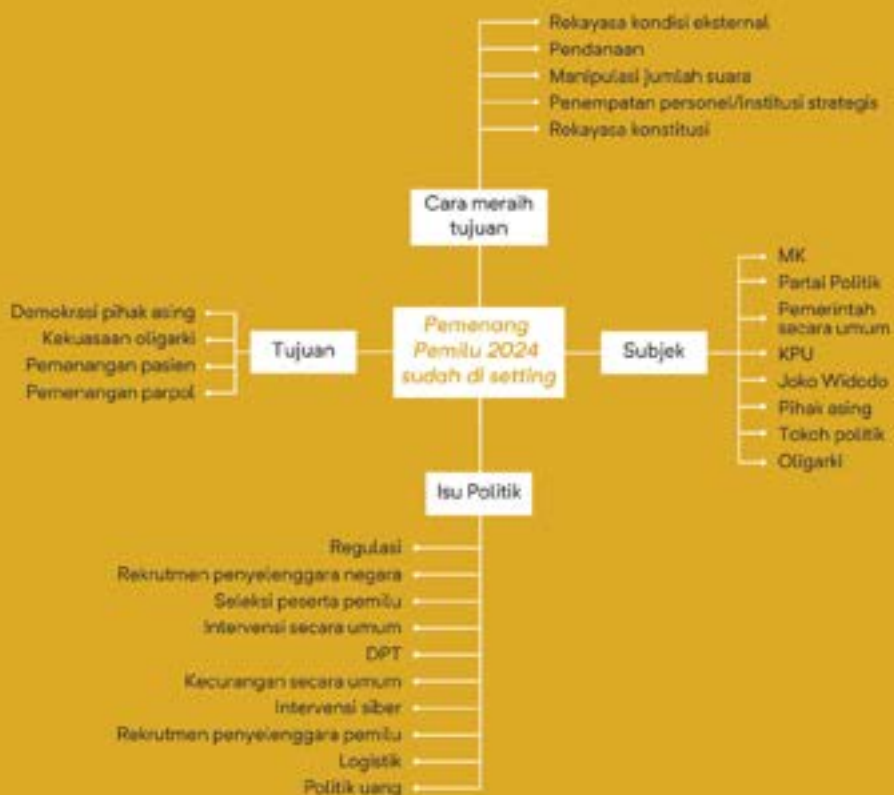
Isu yang sama dikembangkan oleh akun Twitter @bianca01403 pada 16 Maret 2023 dengan menambahkan cerita baru (*assimilation*) yakni “China ingin jadikan Indonesia bagian dari RRC Raya. Periode 2019-2029 akan terjadi migrasi besar-besaran rakyat China ke Indonesia: 100 juta. Strategi mereka yang atur. Waktu untuk pribumi hanya 2024. Jika pribumi kalah pemilu, sangat mengerikan #AdiliPelanggarkonstitusi.”

Tidak semua cuitan yang mengandung hoaks menerapkan ketiga prinsip tersebut. Ada beberapa yang hanya menerapkan *leveling* dan *sharpening*. Contohnya cuitan akun Twitter @Bams27735590 pada tanggal 11 Februari 2023 “*_WASPADALAH WAHA! RAKYAT NKRI, KECURANGAN BERJAMAAH KPU TELAH TERBONGKAR. KECURANGAN PEMILU 2019 JANGAN SAMPAI TERULANG LAGI PADA TAHUN 2024. BUKA MATA BUKA HATI JANGAN SAMPAI RAKYAT DITIPU DAN DIBOHONGI TERUS. WASPADALAH !!!!!!!” Pada cuitan tersebut, rincian tentang kecurangan seperti apa yang dimaksud telah dibuang, sementara itu, potensi kecurangan yang sama di tahun 2024 ditonjolkan. Di sini klaim yang sudah ada sebelumnya diulang (*recurrence*) dan belum ada cerita baru yang ditambahkan.

Tuduhan bahwa Pemilu 2024 diatur untuk kemenangan sosok tertentu sudah berembus sejak Presiden Joko Widodo berpesan untuk memilih sosok yang banyak memikirkan rakyat pada pertemuan dengan relawannya tanggal 26 November 2022. Tanda-tandanya adalah rambut putih dan wajah keriput. Sejumlah pihak menganggap ini sinyal dukungan untuk Ganjar Pranowo yang berambut putih. Sebagian lain bahkan menuduh adanya indikasi pengaturan kemenangan Ganjar oleh rezim Joko Widodo.

Tuduhan ini makin mengemuka setelah Hasnaeni Moein menuding Ketua KPU Hasyim Asy'ari mengatur agar KPU memenangkan Ganjar Pranowo. Menyusul tuduhan tersebut, isu KPU men-setting agar Ganjar Pranowo menang menjadi top conversation pada minggu keempat Desember 2022. Sejak itu, isu "Pemenang Pemilu 2024 sudah di-setting" berkembang sedemikian rupa dengan berbagai narasi tambahan terkait subjek/pelaku, aspek apa yang direkayasa, tujuan apa yang hendak dicapai, serta cara merekayasa. Berikut adalah visualisasi isu utama beserta isu-isu pembentuk atau pendukungnya.

Bagan 2. Konfigurasi Topik Hoaks "Pemenang Pemilu 2024 Sudah Di-Setting"

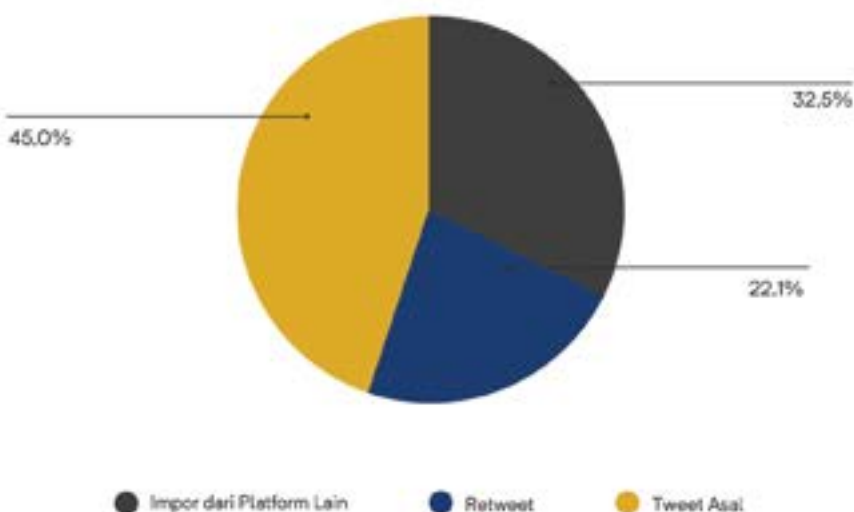


Sumber Konten

Kajian yang dilakukan oleh Shin et al. (2018) menunjukkan bahwa rumor politik yang beredar di Twitter terkadang merupakan dinamika internal antarpengguna. Tetapi sumber-sumber eksternal seperti blog dan media juga dimanfaatkan selain sebagai sumber informasi awal, juga sebagai penguat klaim dalam cuitan. Pola semacam ini juga ditemukan dalam cuitan-cuitan yang mengandung hoaks terkait pengaturan pemenang Pemilu 2024.

Dari 40 cuitan yang ditemukan, sebagian besar merepresentasikan dinamika internal antarpengguna di Twitter, 40% dari cuitan tersebut merupakan tweet asli dari akun tertentu, 22,5% merupakan retweet dari akun Twitter lain. Sedangkan 32,5% menggunakan sumber dari luar Twitter sebagai informasi asal atau sebagai penguat klaim dalam cuitannya. Akan tetapi, ketiadaan sumber di luar platform sering dikompensasi dengan menyertakan video yang menampilkan screenshot judul media tertentu untuk mendukung klaim.

Bagan 2. Proporsi Cuitan Berdasarkan Sumbernya



Akun @kakang_juaw misalnya, pada 31 Januari 2023 memposting cuitan "BEGITU BUKU HITAM DIBACAKAN OLEH FREDY SAMBO, YANG PASTI JOKOWI IKUT LENGSER..... KECURANGAN PEMILU SO PASTI ADA DI DALAM BUKU ITU. TERMASUK PERISTIWA PEMBANTAAN DI KM 50" yang disertai video tanpa menyertakan rujukan. Cuitan ini mendapat respons 141 retweet, 10 kutipan, 331 Suka, 2 markah, dan 22,5 ribu tayangan. Dalam cuitan ini, sekalipun tidak ada tsutan sumber informasi yang menyajikan penjelasan lebih panjang, dalam video tersebut terdapat screenshot dari media mainstream.

Berbeda dengan contoh di atas, akun @Mencaricinta99 pada tanggal 5 Februari 2023 menautkan URL <https://s.helo-app.com/al/csxSSsbvQR7c=wa>. Komentar "Masih aja di bilang hoaks" dalam cuitan tersebut menunjukkan bahwa pemilik akun menganggap rumor KTP bagi WNA berimplikasi hak pilih adalah fakta. Cuitan ini mendapatkan respon berupa 133k, 30 kutipan, 303 suka, 4 markah, 40,6 ribu tayangan. Selain kedua model contoh di atas, ada cuitan-cuitan yang me-retweet cuitan akun Twitter lain. Contohnya akun @LaukDown yang pada tanggal 21 April 2023 mengutip cuitan @BosPurwa pada tanggal 23 Desember 2022 yang mengklaim bahwa KPU akan mendesain Ganjar Pranowo sebagai presiden. @LaukDown kemudian menambahkan cuitan "Apapun hasil Polling, Pemenangnya sudah di DESIGN KPU... Pemenang Polling: AB Capres dimenangkan KPU : GP Itulah wakanda, pemilu belum mulai, pemenangnya sudah ketahuan. Cuitan ini mendapat respons berupa 20 retweet, 40 Suka, 1 markah, 4,283 tayangan.

Mitigasi Hoaks Delegitimatif Pemilu 2024: Ke Arah Strategi Prebunking

Temuan-temuan yang dipaparkan di atas menunjukkan bagaimana rumor tentang Pemilu 2024 berevolusi menjadi hoaks dan bertahan atau tetap menjadi pembicaraan publik dengan cara diperkaya dengan kisah-kisah baru. Hoaks terkait "Pemenang pemilu sudah disetting" merupakan isu persisten yang dipelihara dengan menghighlight narasi utama dan menambahkan topik baru hingga tetap menjadi perhatian publik.

Hoaks atau informasi palsu tentang pemilu yang tersedia secara publik di media sosial berpotensi mengganggu penyelenggaraan pemilu. Dampak tersebut bisa berupa merosotnya kepercayaan publik. Hoaks pemilu dapat menyebabkan masyarakat kehilangan kepercayaan terhadap proses pemilu dan sistem demokrasi secara keseluruhan. Hoaks pemilu juga dapat menyebabkan menurunnya partisipasi publik dalam demokrasi. Kebingungan akibat kecacauan informasi tentang pemilu dapat membuat orang enggan untuk menggunakan hak hukumnya untuk memilih. Selain itu, hoaks pemilu juga dapat menjadi pemicu ketegangan sosial dan konflik, khususnya antara kelompok-kelompok yang berbeda kepentingan.

Hoaks terkait isu bahwa pemenang Pemilu 2024 sudah diatur oleh KPU secara khusus berdampak negatif pada lembaga penyelenggara pemilu ini. KPU, singkatan dari Komisi Pemilihan Umum, adalah lembaga yang bertanggung jawab atas penyelenggaraan pemilihan umum di Indonesia. Meringkas poin tentang peran dan tugas KPU dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum, peran utama KPU adalah mengatur, mengawasi, dan melaksanakan proses pemilihan umum yang adil, bebas, dan demokratis (Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum, 2017).

Sebagai lembaga independen, KPU memiliki tanggung jawab untuk menyusun dan menyelenggarakan mekanisme pemilu, termasuk pemilihan presiden, pemilihan legislatif, dan pemilihan kepala daerah, serta memastikan pemilih terdaftar secara akurat. Selain itu, KPU juga berperan dalam mengawasi kampanye politik, memastikan integritas pemilu, dan menghitung serta mengumumkan hasil pemilihan. Dengan perannya yang krusial dalam proses demokrasi, KPU memiliki tujuan untuk memastikan suara rakyat didengar dan menghasilkan pemimpin serta wakil rakyat yang dipilih secara sah dan transparan.

Hoaks terkait isu pemenang Pemilu 2024 sudah disetting oleh KPU tentu saja berdampak deligitimatif bagi KPU dan penyelenggaraan pemilu secara umum. Pertama, dampak yang timbul dapat berupa kerusakan reputasi. Hoaks yang menuduh KPU terlibat dalam praktik tidak jujur atau tidak adil dalam penyelenggaraan pemilu dapat merusak reputasi dan kredibilitas KPU sebagai lembaga independen yang bertanggung jawab atas proses pemilihan umum. Hal ini bisa menyebabkan kepercayaan publik terhadap KPU menurun, sehingga sulit bagi lembaga tersebut untuk menjalankan tugasnya secara efektif. Selanjutnya, persepsi negatif tentang KPU dapat menghadirkan hambatan dalam pelaksanaan tugas-tugasnya.

Dalam situasi ekstrem, hoaks bisa menciptakan ketegangan dan gangguan yang mengganggu jalannya pemilu, serta menyulitkan KPU dalam menjaga ketertiban dan keamanan. Peristiwa kerusuhan 22 Mei 2019 merupakan contoh nyata gangguan tersebut.

Leveling diterapkan dengan membuang rincian tentang latar belakang kebijakan pemerintah Jerman dan rincian kebijakan itu sendiri. Sharpening diterapkan dengan menonjolkan soal lereng yang secara faktual berupa pembatasan terkait dengan merebaknya varian Aesturus sehingga China kembali berjuang menghadapi penyebaran kasus Covid-19 (Adhi, 2023). Asimilasi diterapkan dengan menambahkan cerita lain soal mudahnya orang China masuk ke Indonesia, dan isu pembuatan KTP orang asing untuk kepentingan memenangkan Pemilu 2024.

Isu yang sama dikembangkan oleh akun Twitter @bianca01403 pada 16 Maret 2023 dengan menambahkan cerita baru (asimilasi) yakni "China ingin jadikan Indonesia bagian dari RRC Raya. Periode 2019-2029 akan terjadi migrasi besar-besaran rakyat China ke Indonesia: 100 juta. Strategi mereka yang atur. Waktu untuk pribumi hanya 2024. Jika pribumi kalah pemilu, sangat mengerikan #AdiliPelanggarkonstitusi."

Tidak semua cuitan yang mengandung hoaks menerapkan ketiga prinsip tersebut.

Ada beberapa yang hanya menerapkan leveling dan sharpening. Contohnya cuitan akun Twitter @Bams27735590 pada tanggal 11 Februari 2023 "'_WASPADALAH WAHA! RAKYAT NKRI, KECURANGAN BERJAMAAH KPU TELAH TERBONGKAR, KECURANGAN PEMILU 2019 JANGAN SAMPAI TERULANG LAGI PADA TAHUN 2024. BUKA MATA BUKA HATI JANGAN SAMPAI RAKYAT DITIPU DAN DIBOHONGI TERUS. WASPADALAH !!!!!!!!"

Pada cuitan tersebut, rincian tentang kecurangan seperti apa yang dimaksud telah dibuang, sementara itu, potensi kecurangan yang sama di tahun 2024 ditonjolkan. Di sini klaim yang sudah ada sebelumnya diulang (recurrence) dan belum ada cerita baru yang ditambahkan.

Mengingat bahaya hoaks delegitimatif tersebut bagi penyelenggara Pemilu 2024 dan pelaksanaan pemilu 2024 secara umum, diperlukan strategi yang tepat untuk mengantisipasi penyebarannya. Dewasa ini telah banyak upaya untuk memperlambat laju hoaks, baik dengan cara klarifikasi dan edukasi cek fakta. Akan tetapi, upaya ini dirasa tidak cukup karena laju hoaks selalu lebih cepat, lebih masif, dan lebih tahan lama daripada klarifikasi. Studi yang dilakukan oleh Massachusetts Institute of Technology (MIT) menemukan bahwa di Twitter, hoaks memiliki kemungkinan penyebaran lebih tinggi dibandingkan berita faktual (Vosoughi et al., 2018).

Penelitian oleh *Pew Research Center* juga menghasilkan temuan bahwa informasi palsu cenderung menyebar lebih cepat daripada berita terverifikasi di media sosial (*Pew Research Center*, 2013). Studi-studi tersebut menggaris bawahi menegaskan perlunya pendekatan lain untuk melengkapi upaya-upaya debunking yang telah diiniasi oleh beberapa pihak di Indonesia.

Prebunking dianggap sebagai salah satu strategi yang cukup menjanjikan (Lewandowsky & van der Linden, 2021). Pendekatan ini adalah pendekatan untuk menghadapi hoaks dengan cara memberikan pemahaman sebelumnya kepada publik tentang kemungkinan penyebaran hoaks tersebut, serta memberikan informasi yang dapat membantu orang mengidentifikasi dan menangkal informasi palsu tersebut sebelum mereka menyebarkannya. Prebunking merupakan pendekatan proaktif untuk mengatasi hoaks, berbeda dengan debunking yang dilakukan setelah hoaks menyebar.

Prebunking berupaya menekan dampak hoaks dengan cara memberikan edukasi kepada masyarakat tentang cara mengidentifikasi dan memahami cara kerja hoaks sebelum mereka menjadi korban atau mempercayainya.

Bagaimana temuan-temuan dalam riset ini relevan untuk strategi prebunking? Hasil riset ini menunjukkan bahwa hoaks terkait pemenang Pemilu 2024 sudah di-setting merupakan isu lama yang dipelihara dengan tambahan cerita baru dengan menggunakan prinsip *leveling*, *sharpening*, dan *osimilasi*. Hoaks tentang pemenang pemilu sudah diatur dikembangkan dengan beragam cerita baru. Di antaranya tentang pihak-pihak yang berperan dalam pengaturan pemenang, tujuan-tujuan yang ingin dicapai, dan bagaimana cara mencapainya.

Klaim-klaim dalam narasi diperkuat dengan menautkan link sumber eksternal, gambar, atau video, untuk mengkompensasi keterbatasan karakter dalam cuitan Twitter. Temuan-temuan ini memberikan wawasan tentang cara hoaks dipelihara dan dikembangkan dari waktu ke waktu, serta bagaimana cerita-cerita baru ditambahkan untuk membuatnya lebih meyakinkan dan mengeksploitasi emosi. Temuan-temuan tersebut dapat dimanfaatkan dalam beberapa aspek strategi prebunking. Pertama, untuk mengenali pola pengulangan dan penyebaran hoaks, khususnya yang bersifat delegitimatif.

Temporal pattern hoaks ini menunjukkan bahwa hoaks ini sangat berpotensi untuk muncul kembali dengan intensitas yang menguat jika didukung oleh momentum. Kedua, dengan memahami pola leveling, sharpening, dan asimilasi yang digunakan, prebunking dapat berfokus pada poin-poin kunci yang berpotensi melahirkan gap informasi, serta mengidentifikasi pihak-pihak yang rentan menjadi target hoaks.

Sebagai contoh, temuan soal penambahan narasi tentang manipulasi DPT, rekayasa hak pilih WNA, pendanaan, intervensi peserta pemilu lewat proses verifikasi, pendanaan ilegal, dan penempatan personel atau institusi strategis yang dapat memuluskan jalan untuk mengatur siapa pemenang. Temuan ini dapat membantu menyusun pendekatan prebunking yang lebih efektif dalam mengatasi hoaks dengan berfokus pada poin yang rentan menjadi target hoaks. Secara keseluruhan, temuan riset ini dapat menjadi sumber daya berharga bagi strategi prebunking dalam upaya mengatasi penyebaran hoaks tentang pemenang pemilu. Dengan memahami cara perkembangan hoaks dan menyusun pendekatan prebunking yang tepat, diharapkan masyarakat dapat lebih cerdas dalam memproses informasi dan menolak informasi palsu dengan lebih efektif.

Highlight

Kajian ini menunjukkan bahwa hoaks terkait pemenang Pemilu 2024 yang telah di-setting dan dipelihara sebagai isu yang sudah lama ada, namun terus diperkuat dengan tambahan cerita baru dengan menerapkan prinsip leveling, sharpening, dan asimilasi. Hoaks ini telah dikembangkan dengan berbagai cerita baru, termasuk informasi yang mengandung klaim tentang pihak yang terlibat dalam mengatur pemenang, tujuan yang ingin dicapai, serta strategi yang digunakan untuk mencapainya.

Klaim-klaim dalam narasi hoaks ini diperkuat dengan menyertakan tautan ke sumber eksternal, gambar, atau video, sebagai upaya untuk mengatasi batasan karakter dalam cuitan Twitter. Temuan ini memberikan wawasan tentang bagaimana hoaks dipertahankan dan diperbarui dari waktu ke waktu, serta bagaimana cerita baru ditambahkan untuk membuatnya terlihat lebih meyakinkan dan memanfaatkan emosi publik.

Berdasarkan uraian di atas, strategi penanganan hoaks pemilu melalui strategi prebunking hendaknya memperhatikan aspek timeline. Isu pemenang Pemilu 2024 sudah di-setting ini persistent, dapat digunakan kapanpun, serta dapat menguat sesuai momentum. Selain itu, konfigurasi isu perlu mendapat perhatian khusus, terutama untuk mengidentifikasi gap informasi, serta siapa yang dicatut dan siapa yang rentan menjadi korban. Transparansi informasi sangat penting, terutama terkait isu-isu yang sering dimanfaatkan untuk memperkaya isu, seperti dana pemilu, mekanisme rekrutmen penyelenggara, DPT dan hak pilih, keamanan siber. Informasi tersebut hendaknya disampaikan sedini mungkin sebelum celah informasi yang ada dimasuki oleh informasi yang menyesatkan, memicu kegelisahan publik, dan menjadi viral.

Referensi

- Adhi, I. S. (2023, January 7). Jerman Mulai Larang Perjalanan Non-esensial ke China karena Covid-19
Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul "Jerman Mulai Larang Perjalanan Non-esensial ke
China karena Covid-19". Klik untuk baca: <https://www.kompas.com/global/read/2023/01/07/202900070/jerman-mulai-larang-perjalanan-non-esensial-ke-china-karena-covid-19>. Kompas.Com.
- Allport, G. W., & Postman, L. (1947). *The Psychology of Rumor*. Henry Holt.
- Binns, A. (2012). DON'T FEED THE TROLLS! *Journalism Practice*, 6(4), 547–562. <https://doi.org/10.1080/17512786.2011.648988>
- Bishop, J. (2012). The Psychology of Trolling and Lurking. In *Virtual Community Participation and Motivation* (pp. 160–176). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-0312-7.ch010>
- Cacciatore, M. A., Yeo, S. K., Scheufele, D. A., Xenos, M. A., Choi, D. H., Brossard, D., & Corley, E. A. (2014). Misperceptions in polarized politics: The Role of Knowledge, Religiosity, and Media. *Political Science & Politics*, 47(3), 654–661.
- Cheng, J., Adamic, L. A., Kleinberg, J. M., & Leskovec, J. (2016). Do Cascades Recur? *Proceedings of the 25th International Conference on World Wide Web*, 671–681. <https://doi.org/10.1145/2872427.2882993>
- Coles, B. A., & West, M. (2016). Trolling the trolls: Online forum users constructions of the nature and properties of trolling. *Computers in Human Behavior*, 60, 233–244. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.070>
- DiFonzo, N., & Bordia, P. (2007). Rumor, gossip and urban legends. *Diogenes*, 54(1), 19–35.
- Edelson, J., Alduncin, A., Krewson, C., Sieja, J. A., & Uscinski, J. E. (2017). The effect of conspiratorial thinking and motivated reasoning on belief in election fraud. *Political Research Quarterly*, 70(4), 933–946.
- Elsyaf, N. S. (2023a). Analisis Disinformasi Bulanan Program MEDIA April 2023.
- Elsyaf, N. S. (2023b). Analisis Disinformasi Bulanan Program MEDIA Desember 2022.

- Elsyaf, N. S. (2023c). Analisis Disinformasi Bulanan Program MEDIA Februari 2023.
- Elsyaf, N. S. (2023d). Analisis Disinformasi Bulanan Program MEDIA Maret 2023.
- Elsyaf, N. S. (2023e). Analisis Disinformasi Bulanan Program MEDIA Januari 2023.
- Friggeri, A., Adamic, L., Eckles, D., & Cheng, J. (2014). Rumor Cascades. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 8(1), 101–110. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v8i1.14559>
- Grinberg, N., Joseph, K., Friedland, L., Swire-Thompson, B., & Lazer, D. (2019). Fake news on Twitter during the 2016 US presidential election. *Science*, 363(6425), 374–378.
- Halida, R. (2020). The Role of Facebook Access and Partisan Bias on Belief in Misinformation: The Case of 2019 Indonesia Presidential Election. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 24(2), 154. <https://doi.org/10.7454/hubs.asia.1290320>
- Halida, R. (2021). It's not the facebook access, but the partisan bias which predict belief in misinformation: The case of 2019 Indonesia presidential election. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 24(2), 154–165.
- Im, Y.-H., Kim, E., Kim, K., & Kim, Y. (2011). The emerging mediascape, same old theories? A case study of online news diffusion in Korea. *New Media & Society*, 13(4), 605–625. <https://doi.org/10.1177/1461444810377916>
- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum, (2017).
- Krippendorff, K. (2011). Computing Krippendorff's Alpha-Reliability. *Computing*, 1(25).
- Kwon, S., Cha, M., Jung, K., Chen, W., & Wang, Y. (2013). Aspects of Rumor Spreading on a Microblog Network (pp. 299–308). https://doi.org/10.1007/978-3-319-03260-3_26
- Lewandowsky, S., & van der Linden, S. (2021). Countering Misinformation and Fake News Through Inoculation and Prebunking. *European Review of Social Psychology*, 32(2), 348–384. <https://doi.org/10.1080/10463283.2021.1876983>
- Mujani, S., & Kuipers, N. (2020). Who Believed Misinformation during the 2019 Indonesian Election? *Asian Survey*, 60(6), 1029–1043. <https://doi.org/10.1525/as.2020.60.6.1029>

- Neyazi, T. A., Yi Kai Ng, A., Kuru, O., & Muhtadi, B. (2022). Who Gets Exposed to Political Misinformation in a Hybrid Media Environment? The Case of the 2019 Indonesian Election. *Social Media + Society*, 8(3), 205630512211227. <https://doi.org/10.1177/20563051221122792>
- Nyhan, B., & Reifler, J. (2015). Does correcting myths about the flu vaccine work? An experimental evaluation of the effects of corrective information. *Vaccine*, 33(3), 459—464.
- Ong, J. C., & Tapsell, R. (2022). Demystifying disinformation shadow economies: fake news work models in Indonesia and the Philippines. *Asian Journal of Communication*, 32(3), 251—267. <https://doi.org/10.1080/01292986.2021.1971270>
- Pew Research Center. (2013). The role of news on Facebook: The Facebook news experience.
- Rojecki, A., & Meraz, S. (2016). Rumors and factitious informational blends: The role of the web in speculative politics. *New Media & Society*, 18(1), 25—43.
- Shin, J., Jian, L., Driscoll, K., & Bar, F. (2018). The diffusion of misinformation on social media: Temporal pattern, message, and source. *Computers in Human Behavior*, 83, 278—287.
- Vargo, C. J., Guo, L., & Amazeen, M. A. (2018). The agenda-setting power of fake news: A big data analysis of the online media landscape from 2014 to 2016. *New Media & Society*, 20(5), 2028—2049. <https://doi.org/10.1177/1461444817712086>
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146—1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Wood, T., & Porter, E. (2016). The Elusive Backfire Effect: Mass Attitudes' Steadfast Factual Adherence . SSRN.
- Xu, Q. (2013). Social Recommendation, Source Credibility, and Recency. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 90(4), 757—775. <https://doi.org/10.1177/1077699013503158>

Upaya Menanggulangi Penyebaran Hoaks pada Pemilu 2024, Refleksi Pemilu 2019



Oleh: Khoirunnisa Nur Agustyati

Overview Pemilu 2019

Pemilu 2019 adalah pemilu serentak yang pertama kali diselenggarakan di era reformasi. Keserentakan ini merujuk pada putusan uji materi di Mahkamah Konstitusi (MK) No 14/PUU-XI/2013. Argumentasi MK dalam memutuskan permohonan ini adalah: pertama, bahwa sistem pemilu harus mendorong efektivitas sistem pemerintah presidensial karena sistem pemerintahan presidensial adalah sistem pemerintahan yang sudah disepakati dalam konstitusi, sehingga salah satu caranya adalah dengan menyerentakkan pemilu presiden dengan pemilu legislatif.

Kedua, MK menelusuri kembali *original intent* dan penafsiran sistemik pembahasan amandemen konstitusi pada 1999–2002 yang lalu; dan ketiga adalah argumentasi terkait efektivitas dan efisiensi penyelenggaraan pemilu.

Bahwa penyelenggaraan pemilu presiden dan pemilu legislatif secara serentak akan lebih efisien sehingga pembiayaan penyelenggara pemilu lebih menghemat uang negara. Pada uji materi ini MK memutuskan bahwa penyelenggaraan Pemilu Presiden, Pemilu DPR, Pemilu DPD, Pemilu DPRD Provinsi, Pemilu DPRD Kabupaten/Kota pada tahun 2019 diselenggarakan secara serentak pada satu hari yang sama²¹.

Indonesia disebut sebagai negara demokrasi terbesar ketiga di dunia setelah Amerika Serikat dan India. Penggabungan lima jenis pemilu pada satu hari yang sama ini menjadikan pemilu di Indonesia menjadi lebih kompleks.

Selain terdapat lima jenis pemilu, Indonesia juga menerapkan sistem pemilu proporsional terbuka untuk pemilu DPR dan DPRD, yang artinya pemilih dapat memilih langsung caleg yang menjadi preferensinya. Sehingga di dalam surat suara tidak hanya terdapat tanda gambar dan nomor partai politik, tetapi juga terdapat nama calon anggota legislatif (caleg).

Jumlah kursi untuk setiap daerah pemilihan (dapil) pun besar, untuk dapil DPR RI besaran dapilnya adalah 3-10 kursi, dan untuk DPRD besaran dapilnya adalah 3-12. Inilah yang menyebabkan ukuran surat suara juga besar. Sementara untuk DPD jumlah calon untuk tiap provinsi tergantung dari banyaknya calon yang mendaftar dan ditetapkan oleh KPU.

Pemilu 2019 diikuti oleh 16 partai politik pada tingkat nasional. Sementara untuk pemilu presiden diikuti oleh dua pasangan calon yang terdiri dari pasangan Joko Widodo dan KH. Ma'ruf Amin, dan pasangan Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno. Kedua calon presiden ini merupakan kandidat yang sama yang bertarung pada pemilu presiden 2014, namun dengan pasangan calon wakil presiden yang berbeda.

Terdapat evaluasi yang dilakukan pasca penyelenggaraan Pemilu 2019, khususnya mengenai keserentakan pemilunya. Jumlah pemilih pada Pemilu 2019 adalah sebanyak 192.770.601 pemilih, sementara pengguna hak pilihnya adalah sebanyak 157.475.213 pemilih (81,6%). Namun tingginya angka partisipasi ini ternyata juga diikuti dengan tingginya angka suara tidak sah (invalid vote) untuk Pemilu DPR yaitu sebanyak 17.503.953 (11,1%).

Tingginya suara tidak sah ini hanya kalah dari suara PDIP dan Gerindra sebagai pemenang pertama dan kedua pemilu. Tingginya suara tidak sah ini bisa diasumsikan karena pemilih bingung dengan pemilu lima kotak. Hasil survei yang dilakukan oleh Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) menemukan bahwa 74% publik menyatakan pemilu serentak dengan mencoblos lima surat suara ini menyulitkan pemilih²⁴.

Selain terdapat tantangan terkait dengan kompleksitas penyelenggaraan pemilunya, pada 2019 yang lalu juga menyisakan tantangan berupa meningkatnya disinformasi. Pengalaman pada Pemilu 2014 dan 2019, salah satu penyebab pembelahan di masyarakat adalah karena meningkatnya penyebaran informasi yang tidak benar selama proses pemilu. Informasi yang tidak benar ini (information disorder) bukan hanya memainkan emosi masyarakat, tetapi juga menargetkan proses penyelenggaraan pemilu.

Data dari Masyarakat Antifitnah Indonesia (Mafindo) menunjukkan bahwa 60% dari 1.221 hoaks yang ditemukan pada tahun 2019 adalah hoaks yang terkait pemilu yang menyerang peserta, proses, dan lembaga penyelenggara pemilu.

²⁴ Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 14/PUU-XI/2013

²⁵ Hasil survei yang dilakukan oleh Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) yang dilakukan pada 27 Juni sampai 8 Agustus 2019, dirilis pada 28 Agustus 2019.

Gangguan Terhadap Hak Memilih Pada Pemilu 2019

Perludem melakukan kajian mengenai gangguan terhadap hak memilih pada tahun 2021. Gangguan terhadap hak memilih adalah upaya yang dilakukan untuk menghilangkan hak pilih seseorang atau kelompok pemilih tertentu. Gangguan terhadap hak memilih dilakukan dengan menghalangi pemilih atau kelompok pemilih tertentu untuk tidak terdaftar sebagai pemilih dan/atau tidak menggunakan hak pilih pada hari pemungutan suara (Daniels, 2010).

Gangguan terhadap hak memilih dapat diidentifikasi dengan sebelas pertanyaan sebagai berikut ²⁵:

1. Apakah terdapat aturan yang ketat mengenai syarat memilih yang menyebabkan pemilih atau kelompok pemilih tertentu sulit untuk terdaftar sebagai pemilih dan menggunakan hak suaranya?
2. Apakah regulasi tidak memberikan pengakuan terhadap identitas khusus masyarakat adat sehingga masyarakat adat tidak terdaftar sebagai pemilih dan memberikan hak suara?
3. Apakah informasi dan sosialisasi yang dilakukan kurang sehingga mengakibatkan pemilih tidak mengetahui cara untuk terdaftar sebagai pemilih dan memberikan suara?
4. Apakah tidak ada tindakan khusus untuk disabilitas sehingga pemilih disabilitas kesulitan atau tidak dapat mengetahui rekam jejak program kerja kandidat?
5. Apakah metode pemungutan suara ditentukan secara terbatas sehingga banyak pemilih yang tidak dapat menggunakan hak pilih?
6. Apakah pemilih terlindungi dari informasi yang menyesatkan mengenai pemilu sehingga dapat terdaftar sebagai pemilih dan memberikan suaranya dengan aman?
7. Apakah terdapat kasus kekurangan surat suara sehingga pemilih yang mendaftarkan diri pada hari pemungutan suara tidak dapat memberikan hak pilih?
8. Apakah TPS tidak didirikan di lokasi yang mudah dijangkau dan di tempat-tempat dengan kondisi khusus seperti tempat tinggal masyarakat adat, tempat pendidikan, rumah sakit, dan lembaga pemasyarakatan?
9. Apakah kelompok pemilih rentan tertentu mendapatkan diskriminasi atau perlakuan berbeda dari petugas pemilihan?
10. Apakah pemilih mengalami intimidasi dan penghalangan hak pilih selama proses pendaftaran pemilih, kampanye, dan pemungutan suara?
11. Apakah terdapat kecurangan dalam proses penghitungan dan rekapitulasi suara?

²⁵ ²⁶ Mahardhika dan Nurul Amalia. *Gangguan Terhadap Hak Memilih Fenomena dan Upaya Penanggungan*. Jakarta:Perkumpulan untuk Pemilu dan Demokrasi, 2021.

Secara umum terdapat empat klasifikasi gangguan terhadap hak memilih. Pertama, mengancam atau mengintimidasi langsung. Kedua, menyebar disinformasi untuk mengelabui pemilih dari informasi yang benar tentang pemilu. Ketiga, mengganggu jalur komunikasi lawan sehingga lawan sulit berkomunikasi dengan pemilih. Keempat, mengusik hak seseorang untuk memilih (Freeman, Fields, dan Rofriguez, 2009).

Tulisan ini akan berfokus pada jenis klasifikasi gangguan terhadap hak memilih berupa penyebaran disinformasi untuk mengelabui pemilih dari informasi yang benar tentang pemilu.

Gangguan terhadap hak memilih berupa penyebaran disinformasi pemilu dapat didefinisikan sebagai penyebaran informasi salah yang dibuat sengaja untuk menipu atau mengelabui pemilih dari informasi yang benar tentang pemilu. Penyebaran disinformasi biasanya berkaitan dengan teknis kepilwaan seperti waktu, syarat, dan cara pendaftaran pemilih serta waktu, syarat, dan cara pemungutan suara.

Pengacauan Informasi Pemilu

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh Pertudem, terdapat tiga bentuk kekacauan informasi, yaitu: keterbatasan informasi bagi kelompok pemilih rentan, pengaburan informasi prosedur teknis kepilwaan, dan disinformasi yang mendeligitimasi proses pemilu.

Tabel 1. Bentuk Kekacauan Informasi Pemilu yang Beredar di Pemilu 2019²⁶

Bentuk Kekacauan Informasi Pemilu	Keterangan
Keterbatasan Informasi Pemilu bagi kelompok pemilih rentan	- Informasi kepada pemilih disabilitas biasanya terbatas pada seputar waktu hari pemilihan dan tata cara memberikan suara pada kertas suara, padahal pemilih disabilitas juga berhak mendapatkan informasi mengenai kampanye pemilu atau tahapan pemilu yang lainnya - Pemilih disabilitas memiliki cara yang berbeda-beda dalam mengonsumsi informasi, informasi juga harus diberikan kepada pemilih yang ada di panti sosial
Pengaburan informasi prosedur teknis kepilwaan	Temuan disinformasi: - Teknis pemberian suara - Syarat dokumen yang harus dibawa untuk bisa memilih TPS - Waktu pemungutan suara - Topik lain yang berkaitan dengan penyelenggara
Disinformasi yang mendeligitimasi proses pemilu	Temuan disinformasi: - Independensi anggota dan kelambagaan penyelenggara pemilu - Penyelenggara pemilu berpihak kepada pihak tertentu - Tahapan pemilu dilakukan secara curang - Intervensi asing terhadap penyelenggara tahapan pemilu

Keterbatasan Informasi Pemilu Bagi Kelompok Pemilih Rentan

Pemilih membutuhkan informasi yang benar dan jernih mengenai pemilu. Sosialisasi pemilu, pendidikan pemilih, kampanye, kandidat penting untuk disebarluaskan kepada pemilih agar pemilih mau berpartisipasi dalam pemilu. Sementara keterbatasan akses informasi pemilu dapat menyebabkan pemilih tidak terdaftar dalam pemilu atau bahkan tidak dapat memberikan suara dalam pemilu. Kelompok rentan adalah salah satu kelompok di masyarakat yang berpotensi mengalami tantangan dalam mengakses informasi.

Tantangan yang dihadapi oleh kelompok rentan antara lain dialami oleh pemilih netra yang membutuhkan informasi dalam bentuk audio atau suara atau informasi dengan huruf braille, atau pemilih disabilitas runtu yang membutuhkan informasi yang difasilitasi bahasa isyarat atau berupa gambar/visual.

Sasana Inklusi dan Gerakan Advokasi Difabel pada tahun 2014 menyatakan bahwa selama ini informasi yang disebarluaskan kepada pemilih disabilitas baru seputar hari/tanggal pemungutan suara dan tata cara mencoblos. Padahal pemilih pemilih disabilitas juga perlu mendapatkan informasi mengenai siapa dan apa latar belakang dari kandidat, visi-misi pasangan calon, termasuk juga informasi mengenai dana kampanye pasangan calon.

Terkait dengan disinformasi yang ditujukan kepada pemilih disabilitas, pada Pemilu 2019 yang lalu tersebar informasi mengenai KPU yang mewajibkan pemilih dengan gangguan jiwa untuk memberikan hak pilihnya.

Narasi negatif yang beredar di media sosial saat itu cukup mendiskreditkan pemilih dengan gangguan jiwa atau disabilitas mental. Hal ini terjadi karena terdapat kesenjangan informasi di masyarakat mengenai hak pilih dengan disabilitas mental. Selain itu juga terdapat stigma di masyarakat bahwa disabilitas mental diasosiasikan dengan orang-orang yang hidup menggelandang dan tidak mampu untuk memberikan hak pilihnya. Padahal yang dilakukan oleh KPU pada waktu itu adalah mendata seluruh warga negara yang sudah memiliki hak pilih tanpa terkecuali. Hak ini didasarkan pada Putusan MK No 135/PUU-XIII/2015 yang menyatakan bahwa setiap warga negara yang sudah memiliki hak pilih harus didata dalam daftar pemilih.

Selain itu, memilih di Indonesia adalah hak, bukan kewajiban. MK juga menyatakan jika pemilih dengan disabilitas dianggap tidak mampu untuk memberikan suaranya, maka harus ada surat keterangan dari ahli kejiwaan yang menyatakan bahwa yang bersangkutan memang tidak mampu untuk datang ke TPS memberikan hak pilihnya.

Pengaburan Informasi Prosedur Teknis Kepemiluan

Tahapan pemilu di 2019 yang lalu tidak luput dari serangan pengaburan informasi. Terdapat tiga bentuk dalam pengaburan informasi prosedur teknis kepemiluan, yaitu: teknis pemungutan suara, syarat dokumen yang harus dibawa untuk bisa memilih di TPS, waktu pemungutan suara, dan topik lain yang berkaitan dengan penyelenggara pemilu.

Pengacauan informasi yang pertama adalah mengenai teknis pemungutan suara. Bahkan kecacauan informasi ini bukan hanya membingungkan bagi pemilih, tetapi juga kepada petugas *ad hoc* yang bekerja di TPS. Beberapa contohnya antara lain mengenai syarat dokumen yang perlu dibawa saat memilih di TPS. Beberapa hari sebelum pemungutan suara di TPS, pemilih mendapatkan surat pemberitahuan atau Formulir C6. Namun surat pemberitahuan ini bukanlah syarat dokumen yang harus dibawa oleh pemilih karena isinya adalah informasi mengenai lokasi TPS. Namun masih terdapat petugas KPPS yang mewajibkan dokumen ini sebagai syarat bagi pemilih untuk dapat memberikan suaranya, sehingga tidak jarang terdapat pemilih yang harus kembali lagi ke rumahnya untuk mengambil Formulir C6 atau bahkan tidak diberikan surat suaranya oleh petugas.

Contoh lainnya adalah terdapat disinformasi mengenai imbauan untuk tidak mencoblos foto Ma'ruf Amin di surat suara karena mencoblos foto Ma'ruf Amin dianggap tidak menghormati ulama. Selain itu terdapat disinformasi mengenai imbauan untuk mencoblos nama calon anggota legislatif dan bukan gambar partai, agar pasangan capres mendapatkan dua poin. Pada informasi yang disebarluaskan melalui Facebook dan WhatsApp ini disebutkan bahwa memilih gambar partai saja hanya akan memberikan satu poin pada pasangan calon presiden. Sehingga pemilih perlu memilih gambar partai dan nama caleg agar pasangan calon presidennya mendapatkan dua poin.

Kedua informasi tersebut tentu merupakan informasi yang menyesatkan karena berdasarkan Pasal 35 huruf d PKPU No 3/2019 tentang Pemungutan dan Penghitungan Suara dalam Pemilu disebutkan bahwa pemberian suara pada pemilihan presiden dilakukan dengan cara mencoblos satu kali pada nomor, nama, foto pasangan calon, atau tanda gambar partai politik pengusul dalam satu kotak. Sementara untuk pemilihan anggota DPR, DPRD Provinsi, dan DPRD Kabupaten/Kota disebutkan bahwa pemberian suara dilakukan dengan cara mencoblos satu kali pada nomor atau tanda gambar partai politik, dan atau nama calon dalam partai politik yang sama.



Foto Atas :
Disinformasi Mengenai
Cara Mencoblos

Foto Bawah :
Disinformasi Mengenai
Cara Mencoblos

Sumber : <https://www.facebook.com/paren.pareyo/posts/179454049707328>

Informasi lain yang juga kerap mengalami kecacatan informasi adalah mengenai syarat dokumen yang harus dibawa untuk dapat memilih di TPS. Terdapat informasi yang keliru yang beredar di Twitter bahwa bagi pemilih pindahan, untuk dapat memilih hanya cukup membawa KTP-el saja tanpa harus membawa formulir pindah memilih (formulir A5).

Disinformasi ini menyesatkan karena setidaknya ada dua hal yang keliru dalam informasi ini. Pertama, informasi mengenai pemilih pindahan. Pemilih pindahan adalah pemilih yang sudah terdaftar di dalam DPT namun pada hari pemungutan suara tidak dapat memberikan suaranya pada domisili dirinya terdaftar karena sejumlah alasan seperti tugas belajar, bekerja, atau alasan lainnya. Pemilih dalam kategori ini dapat mengajukan diri sebagai pemilih pindahan.

Untuk dapat terdaftar sebagai pemilih pindahan, maka harus memiliki Formulir A5 (formulir pindah memilih) yang dapat diurus paling lambat 7 hari sebelum hari pemungutan suara. Selanjutnya status pemilih akan terdaftar di dalam Daftar Pemilih Tambahan (DPTb). Bagi pemilih pindahan, maka untuk dapat memberikan hak suaranya, pemilih pindahan harus menunjukkan Formulir A5 dan tidak harus menunggu sampai pukul 12.00 atau pemilih pindahan sudah dapat memberikan suaranya sejak TPS dibuka.

Kedua, informasi yang keliru terkait memilih penggunaan KTP-el. Pemilih yang menggunakan hak pilihnya dengan KTP-el adalah pemilih yang namanya tidak terdaftar dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT). MK memberikan ruang agar pemilih yang namanya tidak terdaftar di DPT jangan sampai kehilangan hak politiknya. Untuk itu mereka tetap dapat datang ke TPS dengan menunjukkan KTP-el.

Pemilih yang masuk dalam kategori tersebut, hanya bisa memberikan hak suaranya di TPS yang sesuai dengan domisili yang tercantum di KTP-el, jika di TPS tersebut masih terdapat sisa surat suara yang tidak digunakan, dan baru bisa memberikan hak pilihnya 1 jam sebelum TPS ditutup atau pukul 12.00.

Disinformasi yang Mendelegitimasi Proses Pemilu

Disinformasi yang tersebar di masa Pemilu 2019 tidak hanya mengenai kandidat saja, tetapi juga menyerang proses penyelenggaraan pemilu. Bentuk-bentuknya antara lain: menyerang anggota dan kelembagaan penyelenggara pemilu, narasi penyelenggara pemilu berpihak pada kandidat tertentu, kecurangan penyelenggaraan tahapan pemilu, adanya intervensi asing dalam penyelenggaraan pemilu dan diskriminasi terhadap hak pilih.



Foto Atas:
Disinformasi yang Mendelegitimasi Proses Pemilu
Sumber : <https://tekfakto.com/focus/1872>

Beberapa contoh disinformasi yang muncul antara lain tersebar di Facebook pada 22 April 2019 yang menayangkan video keriuhan di depan kantor KPU Sampang, Jawa Timur. Narasi dalam video tersebut menyatakan bahwa keriuhan yang terjadi adalah karena KPU telah melakukan kecurangan hasil pemilu sehingga kantor KPU Sampang diserang oleh warga. Video tersebut memang benar, tetapi narasi dalam video tersebut tidak benar karena keriuhan yang terjadi bukan saat Pemilu 2019, tetapi saat Pilkada Sampang 2018.

Contoh disinformasi lainnya adalah yang menyatakan bahwa Ketua KPU RI 2019, Arief Budiman adalah adik kandung dari Soe Hok Gie dengan disertai foto Arief Budiman dengan seseorang yang berjaket merah dengan logo Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P). Berdasarkan penelusuran tim cek fakta yang dilakukan oleh Mafindo, Arief Budiman yang merupakan adik dari Soe Hok Gie memiliki nama asli Soe Hok Djinn yang berganti nama menjadi Arief Budiman merupakan kelahiran tahun 1941, sementara Arief Budiman yang merupakan Ketua KPU RI lahir pada 2 Maret 1974.

Contoh disinformasi yang juga kerap muncul adalah terkait dengan lokasi server yang digunakan KPU untuk menyimpan data-data pemilu. Disinformasi bahwa server tidak berlokasi di Indonesia dan data-data pemilu diambil untuk kepentingan asing juga merupakan disinformasi yang berulang dalam penyelenggaraan pemilu, dan tidak menutup kemungkinan bahwa disinformasi seperti ini akan muncul kembali pada Pemilu 2024.

Penanggulangan dan Antisipasi Penyebaran Disinformasi Pemilu 2024

Berdasarkan temuan mengenai jenis-jenis gangguan terhadap hak memilih tersebut, terlihat bahwa media sosial merupakan platform penyebaran disinformasi, apalagi pada media seperti aplikasi perbincangan di mana sulit sekali untuk bisa mendapatkan data dan informasi disinformasi pada platform perbincangan. Setidaknya terdapat sejumlah risiko kampanye di media sosial, sebagai berikut:

Risiko Kampanye di Media Sosial²⁷

1. Hoaks, berita palsu, dan disinformasi. Materi yang sengaja dibuat dan disamarkan sebagai kebenaran (bertujuan untuk menurunkan kredibilitas dan integritas).
2. Misinformasi atau informasi keliru yang tidak dimaksudnya untuk menyesatkan
3. Perilaku non-autentik yang terkoordinasi, di mana menggunakan akun palsu/anonim yang terkoordinasi untuk menyesatkan pengguna platform. Seringkali melalui konten/clickbait/ kumpulan buzzers.
4. Kampanye hitam terkoordinasi yang bertujuan untuk merusak reputasi lawan/oposisi.
5. Penggunaan bot atau sistem yang mensimulasi manusia untuk mengarahkan topik yang sedang tren.
6. Influencers maupun buzzers yang mendorong topik/isu tertentu agar populer.

²⁷ *Nilai Media. Pedoman Etik dalam Kampanye di Media Publik dan Media Sosial dalam Pilkada 2020*. Santiswasti dan Perfitudin.

7. Aliran dana kampanye yang tidak transparan, khususnya terkait dengan belanja iklan di media sosial yang memungkinkan penargetan mikro (*microtargeting*).

8. Promosi "atmosfer polarisasi" yang mendorong politik identitas.

9. Penggunaan akun anonim/palsu.

Dari risiko-risiko yang mungkin terjadi ini, belum diringi dengan adanya regulasi yang memadai untuk dapat mencegah dan menangani jika risiko-risiko ini terjadi. Pemilu 2024 menggunakan undang-undang yang sama dengan Pemilu 2019, yaitu UU No 7 Tahun 2017. Di dalam UU Pemilu tersebut belum terdapat regulasi mengenai penanganan disinformasi, dalam undang-undang tersebut hanya menyebutkan bahwa media sosial adalah salah satu media yang dapat digunakan untuk melakukan kampanye.

Turunan UU Pemilu berupa Peraturan KPU (PKPU) pun juga belum memiliki regulasi yang memadai. Pada Pemilu 2019 yang lalu, tahapan kampanye diatur dalam PKPU No 23 Tahun 2018 tentang Kampanye Pemilihan Umum. Pasal 35 PKPU 23/2018 menyebutkan bahwa peserta pemilu dapat melakukan kampanye melalui media sosial, jumlah akun yang dapat dibuat adalah paling banyak 10 akun untuk setiap jenis aplikasi. Namun ini bukanlah risiko kampanye yang terjadi di media sosial.

Belum adanya regulasi ini yang menyebabkan sulitnya untuk dapat melakukan pencegahan dan penanggulangan disinformasi. Dampak yang dirasakan di masyarakat adalah pembelahan atau polarisasi. Sebetulnya pengelompokan di masyarakat karena perbedaan dukungan dalam pemilu adalah hal yang biasa dalam proses elektoral. Namun pada satu titik polarisasi ini dapat menjadi ancaman bagi demokrasi.

Polarisasi dapat merusak demokrasi karena melemahkan penghormatan terhadap nilai-nilai demokrasi, merusak proses dasar legislasi, memperburuk intoleransi dan diskriminasi, mengurangi kepercayaan masyarakat, dan meningkatkan kekerasan di berbagai lapisan masyarakat (Carothers dan O'Donohue, 2019). Polarisasi pun dapat mengancam institusi demokrasi ketika pertama, muncul istilah "kita versus mereka", dan masing-masing pihak membingkai pihak lain tidak hanya sebagai pesaing atau lawan dengan pandangan dan tujuan yang berbeda, tetapi sebagai liyan yang tidak diakui dan merupakan suatu ancaman eksistensi (Somer dan McCoy, 2018).

Kedua, dalam kondisi politik yang sangat terpolarisasi, kubu petahana membingkai lawan politik sebagai "musuh negara", dan dengan demikian menciptakan dalih untuk mengintimidasi dan menekan kekuatan oposisi (Somer dan McCoy, 2019; Svobik, 2019). Ketiga, munculnya tanda memburuknya polarisasi yang afektif dimana antipati antara pendukung di tingkat masyarakat meningkat (McCoy dkk, 2018)²⁸.

²⁸ Khotunnisa Nur Agustyoti, *Opini: Menuju Ekosistem Digital yang Demokratis Menuju Pemilu 2024*, Media Indonesia, 3 Mei 2023.

Di tengah situasi belum adanya regulasi yang memadai dan potensi semakin masifnya disinformasi pada penyelenggaraan Pemilu 2024, dibutuhkan upaya bersama untuk mencari solusi terhadap hal tersebut. Salah satu yang didorong oleh masyarakat sipil adalah dengan mewujudkan ekosistem digital yang demokratis. Di mana di dalam upaya ini perlu dilakukan bersama dengan cara: pertama, memperkuat kemampuan mendeteksi, menganalisis, dan mengungkap disinformasi. Kedua, memperkuat konsolidasi masyarakat sipil di dalam koalisi dan sinergi dengan koalisi lain dalam pencegahan penanganan disinformasi pemilu. Ketiga, memperkuat koordinasi dengan pihak-pihak terkait dalam pencegahan dan penanganan disinformasi pemilu. Keempat, memperkuat ketahanan pemilih terhadap disinformasi pemilu.

Untuk dapat mewujudkan hal ini tentu diperlukan adanya sinergi dengan multiaktor seperti penyelenggara pemilu, kementerian/lembaga, masyarakat sipil, media, organisasi cek fakta, kampus, dan juga platform media sosial. Para aktor ini dapat berbagi peran mulai dari melakukan perbaikan regulasi, literasi pemilih, moderasi konten, prebunking atau pencegahan dan pemetaan terhadap topik-topik yang berpotensi digunakan untuk disinformasi, dan debunking atau pembongkaran kesalahan suatu disinformasi.

Prebunking: Usaha Mencapai Masyarakat Dengan *Herd Immunity* Hoaks

Oleh: Laina Lalolo Krina Perangin-angin²⁹



Pengantar

Penyebaran hoaks di Indonesia saat ini sudah mencapai tahapan yang mengustirkan, terjadi melalui berbagai platform dan saluran, termasuk media sosial maupun media konvensional, kadang melalui pesan berantai dalam diskusi di komunitas, ataupun melalui berbagai situs yang tidak terpercaya.

Data pemetaan hoaks yang dirilis oleh Tim Litbang Mafindo mengkonfirmasi kenaikan tersebut. Tahun 2018, ada 997 hoaks yang berhasil diklarifikasi oleh Tim Pemeriksa Fakta Mafindo, di tahun 2019 ada 1221 hoaks. Sementara itu, di tahun 2020 jumlah hoaks meningkat sangat pesat menjadi 2298 hoaks, terutama terkait pandemi dan virus COVID-19, di tahun 2021 turun menjadi 1888 hoaks, dan di tahun 2022 ada 1698 hoaks yang berhasil di-debunk untuk kemudian dipetakan³⁰.

Jumlah hoaks yang dipetakan merupakan mis/disinformasi yang berhasil "di-jaring" oleh Tim Pemeriksa Fakta dan didokumentasikan di situs www.turnbackhoax.id. Pada kenyataannya, jumlah hoaks yang tersebar jauh lebih banyak lagi, dan tidak atau belum tersentuh oleh Tim Pemeriksa Fakta karena berbagai alasan, misalnya tersebar hanya di grup-grup privat di media sosial dan aplikasi percakapan maupun karena jumlah pemeriksa fakta yang belum memadai.

Ada beberapa faktor yang berkontribusi pada penyebaran hoaks di Indonesia. Salah satunya, penggunaan media sosial yang sangat masif. Data dari Hootsuite (Januari 2023), dari total populasi Indonesia 274,9 juta jiwa, sebanyak 212,9 juta atau sekitar 78% sudah terkoneksi dengan Internet, dan lebih dari 60% merupakan pengguna media sosial³¹.

²⁹ Global Strategic Communication Department, Swiss German University

³⁰ Laporan Pemetaan Hoaks 2018-2022 oleh Kemite Litbang Mafindo

³¹ <https://www.hootsuite.com>

Platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, dan TikTok menjadi tempat umum bagi hoaks untuk beredar karena pesan dapat dibagikan dengan cepat dan tanpa verifikasi yang memadai. Faktor lainnya, penggunaan media sosial tidak dibarengi oleh kemampuan berpikir kritis untuk mendeteksi apakah informasi yang diterima benar atau salah. Sementara, sebagian individu lainnya tidak memiliki kemampuan teknis untuk memahami cara memverifikasi informasi yang diterima di internet. Di lain pihak, teknologi internet memungkinkan proses algoritma di beberapa platform media sosial memprioritaskan konten yang kontroversial dan menarik perhatian, tanpa menyadari bahwa hal itu dapat mempromosikan penyebaran hoaks.

Penyebaran hoaks terkait juga dengan aspek emosi dan psikologis. Hoaks dirancang untuk memancing emosi atau menciptakan sensasi. Hal ini membuat hoaks seringkali menyebar dengan cepat, karena orang cenderung ingin segera berbagi informasi yang membuat mereka marah dan terkejut saat menerima informasi yang memancing rasa emosi, atau menjadi bersemangat ketika berimajinasi akan mendapatkan "durian runtuh".

Adakalanya, individu tidak menyadari bahwa informasi yang dibagikan adalah salah. Ketika menerima sebuah informasi, mereka segera berbagi tanpa memverifikasi terlebih dahulu ke situs resmi dan terpercaya, karena malas atau karena informasi itu sesuai atau mendukung pandangan mereka atau karena alasan informasi tersebut cukup menarik untuk dibagikan.

Selain itu, rasa tanggung jawab dan solidaritas kelompok untuk membagikan informasi yang dianggap penting bagi kelompoknya. Alasan lain karena ada kebutuhan personal untuk aktualisasi diri agar harga diri meningkat. Karakteristik media sosial yang terbuka dan terhubung memudahkan informasi untuk berpindah dari satu ruang ke ruang lainnya secara cepat. Akurasi pesan tidak lagi penting karena yang lebih penting adalah pesan terbagi secara cepat ke lebih banyak orang alias viral³².

Penyebaran hoaks selalu lebih cepat dan kepada lebih banyak orang dibandingkan dengan klarifikasinya. Jaring para pemeriksa fakta tidak cukup mampu menangkap seluruh hoaks yang beredar, walaupun proses penjarangan telah dilakukan secara kolektif oleh berbagai institusi. Hoaks lama yang beredar kembali pun tetap dapat menimbulkan kegemparan, padahal sudah beberapa kali diklarifikasi. Secara psikologis, walaupun tahu bahwa itu hoaks, sulit bagi individu untuk menghapus hoaks dari debat maupun dari pikiran. Bahkan, sekalipun sudah diberitahu bahwa itu adalah hoaks, hoaks akan tetap mempengaruhi cara pikir individu.

³² Perwanti-angin, Laina (2020). Artikel berjudul "Infodemik di Ruang Komunitas Virtual: Aktualisasi Diri vs. Akurasi", dalam buku berjudul Kolaborasi, Riset dan Volunteerisme: Membangun Resiliensi Dalam Gejala Pandemi", MAFINDO, ISBN 978-623-95423-0-5. link: <https://www.mafindo.or.id/research/publications/buku-kolaborasi-membangun-resiliensi-dalam-gejala-pandemi/>

Untuk itu diperlukan strategi alternatif dalam memberantas, atau paling tidak mengurangi, penyebaran hoaks. Riset menunjukkan bahwa pendekatan berbasis logika dengan cara mengajarkan individu cara mengenali taktik terkait produksi hoaks, maka mereka akan lebih mampu mengenali hoaks. Strategi pre-bunking merupakan sebuah usaha untuk mencegah hoaks tersebar luas, karena saat individu menerima hoaks dan mengenalinya, maka informasi tersebut tidak akan lagi disebar. Ilustrasinya sama seperti virus yang sudah dilemahkan menjadi vaksin, ketika individu sudah menerima imunisasi vaksin, saat virus masuk ke dalam tubuh, virus yang sudah dilemahkan tadi akan segera mengenali dan melawan virus tersebut untuk menyeber lebih luas didalam tubuh kita.

Semakin banyak individu menerima "vaksin" hoaks, semakin banyak yang paham bagaimana hoaks diproduksi, semakin kuat daya pertahanan kelompok dalam menghadapi penyebaran hoaks. Dalam tahapan tertentu, daya pertahanan ini akan membentuk kekebalan kelompok (*herd immunity*) hoaks.

Strategi Pre-bunking

Prebunking adalah sebuah proses menyanggah kebohongan, taktik maupun sumber sebelum digunakan untuk menyerang (*the process of debunking lies, tactics or sources before they strike*). Ada tiga tipe utama dari strategi ini yaitu berbasis fakta, berbasis logika, dan berbasis sumber³⁵.

Strategi menyanggah berbasis fakta dilakukan dengan cara mengoreksi secara spesifik narasi atau klaim yang salah, sementara yang berbasis logika dilakukan dengan cara menjelaskan taktik yang dilakukan oleh para pembuat dan penyeber berita hoaks untuk memanipulasi informasi.

Strategi berbasis sumber dilakukan dengan cara menunjukkan sumber-sumber informasi yang salah. Dari ketiga tipe ini, prebunking berbasis logika adalah yang paling efektif untuk menangkai penyebaran hoaks secara luas.

Poin utama dari prebunking adalah membangun kepercayaan (*trust*) dari khalayak, bukan hanya sekedar mengoreksi fakta. Prebunking mengkombinasikan fakta dan logika agar individu mengerti fakta-fakta yang ada sekaligus mampu menemukan usaha-usaha yang telah dilakukan oleh para pembuat hoaks untuk mendistorsi dan atau memanipulasi fakta-fakta tersebut. Ide dasarnya adalah "ketika diperlihatkan kepada berbagai contoh hoaks, individu akan memiliki kemampuan menandai dan mempertanyakannya."

Strategi ini berbeda dengan strategi debunking atau cek fakta, sebuah strategi yang paling banyak digunakan saat ini dengan cara mengoreksi atau mengklarifikasi hoaks dengan memberikan informasi yang sebenarnya. Pendekatan ini bersifat reaktif, dilakukan setelah hoaks beredar. Prosesnya memakan waktu karena pencari fakta harus memonitor terus menerus informasi yang beredar di dunia digital, dan berkejaran dengan waktu karena jumlah hoaks yang diproduksi dan disebar jauh berlipat ganda dibandingkan dengan penyebaran pesan korektifnya.

³⁵ Garcia, Laura and Tommy Shane. 2020. "A guide to prebunking: a promising way to inoculate against misinformation" retrieved from <https://firstdraftnews.org/articles/a-guide-to-prebunking-a-promising-way-to-inoculate-against-misinformation/>, 30 January 2023.

Sementara prebunking bersifat preventif untuk mencegah individu terdampak informasi bohong dengan cara menyebarkan pesan informasi dan kontra-argumen sebelum individu tersebut terekspos dengan hoaks. Tujuan strategi ini adalah untuk membangun daya pertahanan mental individu.

Strategi prebunking terinspirasi dari Teori Inokulasi yang dikembangkan oleh William J. McGuire sebagai salah satu pendekatan dalam persuasi yang bertujuan agar individu resisten terhadap argumen persuasi yang dilakukan oleh orang lain²⁴. Teknik ini dilakukan melalui cara menjerumuskan individu dengan argumen yang melawan keyakinannya dan memberikan argumen tambahan untuk menangkis serangan. Sebuah cara penolakan terhadap persuasi. Persiapan dan antisipasi individu terhadap argumen berlawanan akan memberikan daya pertahanan individu terhadap persuasi yang sedang dilakukan. Teori ini dapat juga digunakan sebagai strategi perubahan sikap individu ketika argumen positif dan negatif disajikan bersama-sama.

Analoginya, menurut McGuire, seperti konsep vaksinasi. Dalam vaksinasi normal, virus yang telah dilemahkan kemudian disuntikkan kepada individu untuk membangun resistensinya terhadap penyakit. Mekanisme yang sama dapat digunakan untuk menginokulasi individu dari serangan terhadap keyakinan yang dimiliki, dalam hal ini hoaks. "Virus" hoaks tidak dimatikan, hanya dilemahkan, dengan cara diidentifikasi, dimodifikasi, dan atau diberi narasi yang membatalkan argumen dari hoaks tersebut.

Argumen berlawanan dengan dosis yang lebih kecil atau argumen yang lebih lemah adalah pesan inokulasi yang diberikan kepada individu. Masing-masing individu yang telah terpapar oleh argumen yang lebih lemah kemudian membangun sistem pertahanan yang akan membantu mereka mempertahankan keyakinannya dan tidak mengubah sikap mereka ketika dikonfrontir dengan argumen (hoaks) yang jauh lebih kuat.

Teori inokulasi terdiri dari dua elemen dasar, yaitu ancaman (*threat*) dan sanggahan pencegahan (*refutational pre-emption*). Ancaman dalam Teori Inokulasi mengacu pada peringatan akan kemungkinan adanya serangan terhadap sikap dan kepercayaan individu. Kesadaran akan kerentanannya menghadapi serangan persuasif akan memotivasi individu tersebut untuk mempertahankan keyakinan dan sikapnya. Individu akan mempersiapkan diri sebaik mungkin untuk menghadapi serangan tersebut. Itu saja tidak cukup, diperlukan pesan inokulatif untuk mendahului tindakan balasan yang mungkin terjadi ketika serangan persuasif berhasil digagalkan.

Pelemahkan virus dapat dilakukan dengan cara identifikasi terhadap elemen-elemen informasi apa saja yang telah disesatkan. Penting untuk memahami cara pikir produsen hoaks saat memanipulasi informasi, biasanya dengan mengganti judul agar bombastis atau bernada emosional agar orang terpancing untuk membuka pesan (*clickbait*), mengganti teks atau narasi, mengganti foto dan video, atau berbagai teknik lainnya.

²⁴ <https://www.communicationtheory.org/inoculation-theory/>

Tahap selanjutnya adalah membuat pesan prebunking. Inilah yang dimaksud dengan sanggahan pencegahan (*refutation of pre-emption*). Jelaskan mengapa informasi itu tidak benar. Pesan harus mudah dipahami, pakai argumen tandingan, pakai logika yang mudah diterima, dan gunakan sumber yang kredibel. Bisa juga diberikan contoh yang relevan untuk menjelaskan fakta agar bisa mencegah manipulasi informasi, atau perbandingan dengan mitos, kepercayaan, maupun kebohongan yang tidak berbasis fakta³⁵.

Sebagai contoh, menghadapi Pemilu 2024, beredar hoaks tentang pemberian KTP Elektronik kepada warga Tionghoa agar dapat berpartisipasi dalam pemilu. Hoaks tersebut adalah hoaks lama berulang kembali (HLBK) yang akan muncul setiap ada momen pemilihan presiden maupun kepala daerah. Sudah dapat diprediksi potensi munculnya hoaks ini dalam momen terkait. Pesan tersebut kemudian dimodifikasi dengan cara diberi narasi bahwa WNA memang diberi KTP Elektronik, tetapi secara fisik langsung terlihat bahwa KTP tersebut adalah berbeda dengan KTP biasa. KTP Elektronik untuk WNA berwarna pink dan menggunakan Bahasa Inggris, sementara untuk WNI berwarna biru dan menggunakan Bahasa Indonesia. Informasi tentang pemberian KTP khusus bagi WNA dapat disosialisasikan jauh sebelum momen pemilu agar ketika hoaks beredar, masyarakat sudah paham informasi yang sebenarnya.

Menuju Kekebalan Kelompok (*Herd Immunity*) Hoaks

Kekebalan kelompok atau kekebalan komunitas (*herd immunity*) adalah sebuah situasi ketika sebagian besar populasi kebal terhadap penyakit menular tertentu sehingga memberikan perlindungan tidak langsung atau kekebalan kelompok bagi mereka yang tidak kebal terhadap penyakit menular tersebut³⁶. Hal ini merupakan proteksi tidak langsung yang bisa didapatkan oleh individu yang rentan terhadap suatu infeksi karena proporsi individu yang imun (kebal) terhadap infeksi tersebut sudah berjumlah besar dalam suatu populasi.

Misalnya, jika 80% populasi kebal terhadap suatu virus, empat dari setiap lima orang yang bertemu seseorang dengan penyakit tersebut tidak akan sakit dan tidak akan menyebarkan virus tersebut lebih jauh. Dengan cara ini, penyebaran penyakit tersebut dapat dikendalikan. Bergantung pada seberapa menular suatu infeksi, biasanya 70% hingga 90% populasi membutuhkan kekebalan untuk mencapai kekebalan kelompok.

Imunitas ini dapat dicapai dengan dua cara, sebagian besar penduduk terinfeksi atau sebagian besar mendapatkan perlindungan dari vaksin³⁷. Cara pertama, ketika banyak orang tertular penyakit, pada waktunya hal ini akan membangun respons kekebalan alami terhadap penyakit tersebut karena terbentuknya antibodi. Sedangkan cara kedua, banyak orang divaksinasi untuk melawan penyakit demi mencapai kekebalan yang diinginkan. Ketika sebagian besar populasi menjadi kebal terhadap suatu penyakit, maka penyebaran penyakit tersebut bisa melambat atau bahkan berhenti sama sekali.

³⁵ Diambil dari materi Kelas Prebunking, Maifindo Institute. <https://ims.maifindo.or.id/>

³⁶ <https://infeksiemerging.kemkes.go.id/unecategorized/apo-itu-herd-immunity-kekebalan-kelompok>

³⁷ <https://www.zurich.co.id/3d-1d/blog/articles/2020/12/apo-itu-herd-immunity-dan-bagaimana-cara-mencapainya>

Hoaks beredar karena adanya kesenjangan informasi, yang kemudian dimanfaatkan oleh orang jahat untuk memanipulasi informasi benar dengan yang sesat. Karena itu tahap pertama dalam strategi prebunking adalah memberikan informasi dengan jelas dan lengkap secara terus menerus. Dalam kaitan dengan pemilu, hoaks terjadi karena banyak informasi tentang penyelenggaraan pemilu yang tidak sampai kepada masyarakat misalnya tentang tahapan pemilu, registrasi dan daftar pemilih, distribusi logistik, syarat sahnya suara, siapa yang bisa memilih, dan lain sebagainya.

Lembaga penyelenggara pemilu harus bertanggung jawab terhadap pembuatan pesan maupun sosialisasi berbagai informasi ini. Termasuk ketika ada perubahan regulasi dan tata cara pemilu. Jangan biarkan masyarakat mengambil asumsi sendiri dan kesimpulan liar karena ketidakpahaman terhadap regulasi saat menghadapi sebuah situasi politik.

Selain itu, pihak terkait juga perlu merangkul media, baik media arus utama maupun media sosial didalam sosialisasi informasi yang benar maupun diseminasi pesan prebunking. Di era digital saat ini, perlu juga memberdayakan para content creator untuk memproduksi pesan-pesan menarik melawan hoaks. Strategi diseminasi pesan prebunking yang lain adalah dengan merangkul serta melibatkan komunitas, forum lokal, pemuka agama, tokoh lokal, dan kelompok berpengaruh lainnya di tingkat lokal untuk memastikan bahwa sosialisasi informasi benar serta diseminasi pesan prebunking sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik masyarakat setempat, lebih bagus lagi jika bisa menggunakan bahasa lokal. Keterlibatan pemangku kepentingan lain, seperti kampus, budayawan dan seniman, perlu juga dipertimbangkan.

Salah satu pemangku kepentingan yang juga perlu didekati serta diajak bekerja sama adalah platform media sosial maupun aplikasi percakapan. Jika ada kesulitan bagi platform untuk memoderasi konten yang tersebar di platform tersebut, peran tanggung jawab dapat dilakukan dengan memberikan akses dan memfasilitasi pengguna ke sumber informasi yang kredibel dan terpercaya. Misalnya, ketika hoaks pemilu beredar, platform menyediakan link ke situs lembaga penyelenggara pemilu yang memudahkan pengguna untuk mencari informasi yang benar.

Koordinasi dan kolaborasi antara berbagai elemen adalah kunci untuk dapat mewujudkan ekosistem, baik analog maupun digital, yang sehat untuk menyebar-luaskan pesan-pesan prebunking. Tujuan akhirnya adalah memperkuat daya pertahanan masyarakat dalam menghadapi penyebaran hoaks. Masyarakat menjadi kebal terhadap hoaks.

Penutup

Prebunking dapat menjadi salah satu strategi yang efektif dalam membangun daya pertahanan mental masyarakat terhadap mis/disinformasi, termasuk juga dalam kaitan dengan isu politik dan pemilu. Strategi ini lebih menekankan pada usaha memperlengkapi masyarakat dengan kemampuan untuk menemukan bagaimana mereka telah dimanipulasi. Dengan semua usaha tersebut, maka akan semakin banyak masyarakat yang mendapatkan "imunisasi" hoaks, semakin tinggi tingkat kekebalan terhadap hoaks

Profil Penulis

Anita Wahid

Anita Wahid memiliki latar belakang Pendidikan lulusan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Indonesia, jurusan Hubungan Internasional 1996-2002 Ruhr Universitaet-Bochum, Jerman, 2003-2006 Program Master of Arts in Development Management Newfield Asia Foundations, Okt 2015 — Feb 2016 Newfield Asia The Art and Practice of Ontological Coaching (TAPOC), Feb — Juli 2016. Dengan aktivisme dan passion akademiknya di bidang demokrasi dan literasi media, Anita menjadi awardee Australia Award untuk short term program pada tahun 2019, dan juga long term award program Ph.D di The Australian National University.

Ia juga berpengalaman sebagai peneliti korupsi politik di Transparency International Indonesia, sebuah LSM berfokus pada isu-isu antikorupsi dan pemberantasan korupsi di Indonesia, 2007-2009. Di Mafindo ia merupakan Presidium yang mengampu Komite Edukasi sejak akhir 2020 setelah sekitar tiga tahun mengampu Komite Litbang. Selain Mafindo, Anita juga aktif meneruskan legacy Gus Dur di Jaringan GusDurian untuk menghadapi tantangan politik, ekonomi, dan budaya di Indonesia. Penyusun dapat dihubungi di email: anita.wahid@gmail.com

Lampiran

Tabulasi Silang Target Proses - Target Entitas

No	Target Proses	Kandidat		KPU		Polisi		TNI		MK		Lembaga Survey	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Pra Registrasi	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.8%
2	Registrasi	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
3	Verifikasi	1	0.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
4	Kampanye	6	4.7%	0	0.0%	1	0.8%	0	0.0%	0	0.0%	4	3.1%
5	Pemungutan Suara	0	0.0%	3	2.3%	2	1.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
6	Penghitungan Suara	2	1.6%	9	7.0%	3	2.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.8%
7	Penetapan Pemenang	1	0.8%	4	3.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.0%
8	Sengketa Pemilu	11	8.6%	1	0.8%	8	6.3%	2	1.6%	1	0.8%	0	0.0%
9	Pemilu Secara Umum	0	0.0%	3	2.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
10	Lain Lain	4	3.1%	0	0.0%	1	0.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Total		25	19.5%	20	15.6%	15	11.7%	2	1.6%	1	0.8%	6	4.7%

Pemuda		Perempuan		Pendukung Kandidat		Pihak Asing		Campuran		Lain lain		Total	
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
0	0.0%	0	0.0%	1	0.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	1.6%
0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.8%
0	0.0%	0	0.0%	8	6.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	10	14.9%
1	0.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	6	4.7%
0	0.0%	1	0.8%	1	0.8%	0	0.0%	2	1.6%	0	0.0%	19	14.9%
0	0.0%	0	0.0%	2	1.6%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	7	5.5%
7	5.5%	0	0.0%	16	12.5%	3	2.3%	2	1.6%	0	0.0%	61	39.6%
1	0.8%	0	0.0%	1	0.8%	0	0.0%	1	0.8%	2	1.6%	8	5.3%
0	0.0%	0	0.0%	6	4.7%	1	0.8%	1	0.8%	2	1.6%	16	11.7%
9	7.0%	1	0.8%	35	27.3%	4	3.1%	6	4.7%	4	3.1%	128	100%

Hoaks dan hasutan kebencian menimbulkan dampak baik di level personal maupun di level komunitas dan masyarakat. Di level personal, hoaks dan hasutan kebencian bisa membuat seseorang mendiskreditkan atau malah mengagung-agungkan seseorang secara berlebihan. Pada level komunitas dan masyarakat, hoaks dan kebencian dapat menimbulkan rasa takut (*fear mongering*), rasa tidak percaya (*distrust*) maupun kebimbangan yang mendorong sikap apatis terhadap berbagai kebijakan yang dibuat, serta menyuburkan ujaran kebencian (*hate speech*) dan eksploitasi SARA, yang pada akhirnya dapat menimbulkan potensi kekacauan (*chaos*). Dalam bentuknya yang paling ekstrem, hasutan kebencian dan hoaks dapat mengikis demokrasi dan merusak harkat martabat manusia.

Pemahaman tentang tipologi hoaks Pemilu 2019 menjadi penting terutama untuk mendeteksi secara dini hoaks yang beredar menjelang Pemilu 2024. Pemahaman tersebut diharapkan dapat memperkuat kemampuan mendeteksi, menganalisis, dan mengungkap disinformasi pemilu. Pada akhirnya, pemahaman tersebut dapat memperkuat ketahanan masyarakat terhadap disinformasi pemilu. Masyarakat tidak lagi mudah terpancing dan terpecah belah.

Buku ini menyajikan hasil penelitian tentang tipologi hoaks pada masa Pilpres 2019, beserta tanggapan dari para akademisi dan stakeholder terhadap temuan dalam penelitian tersebut. Tanggapan-tanggapan yang diberikan memperluas horison, meng-*highlight* persoalan kunci, serta menawarkan solusi ke depan demi mewujudkan ekosistem informasi pemilu yang lebih baik.

ISBN 978-623-8091-69-0

