

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemilu adalah sarana yang sah dalam penyelenggaraan negara untuk menempatkan wakil rakyat di parlemen agar aspirasi masyarakat dapat terwakili dengan baik dalam proses demokrasi. Pemilu juga berfungsi untuk memastikan berjalannya sistem politik dengan didukung oleh partisipasi politik masyarakat. Dalam teori dasar demokrasi, Pemilu memiliki dua fungsi yaitu (1) Pemilih dapat menentukan nuansa politik pemerintahnya dan membuat pemerintah bertanggung jawab untuk hasil pilihan rakyat; dan (2) Legislatif yang dihasilkan oleh Pemilu merupakan distribusi kebijakan dari para Pemilih (Thomassen, 2014:1)

Penyelenggaraan Pemilu 2019 pemilu legislatif (pileg) dan pemilu presiden dan wakil presiden (pilpres) secara serentak merupakan konsekuensi dari Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 14/PUU-XI/2013 Perihal Pengujian Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2008 tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden. Secara umum, Pemilu serentak dapat dipahami sebagai Pemilu yang dilaksanakan untuk memilih lebih dari satu lembaga negara pada satu waktu bersamaan. Putusan MK terkait penyelenggaraan pemilu serentak juga disambut positif oleh DPR RI karena pelaksanaan pemilu serentak akan membuat waktu penyelenggaraan dan anggaran menjadi semakin efektif (Ardipandanto, 2019:26).

Pada masa revolusi industri 4.0, banyak kegiatan masyarakat berpusat pada internet, media sosial, media massa dan kekuatan individu berpengaruh, seperti politisi, pengusaha besar maupun pemimpin agama. Beberapa orang percaya bahwa media sosial dan media massa sangat berkuasa serta mampu mempengaruhi dan menggiring opini publik dalam segala hal. Namun ada juga yang berpendapat bahwa keduanya mempunyai pengaruh kecil, terutama ketika mereka memikirkan dampaknya pada kehidupan. Semakin mudahnya masyarakat mengakses media sosial melalui internet melahirkan banyak tantangan untuk masa depan dalam berbagai aspek kehidupan, politik, pendidikan, ekonomi, dan budaya (Pratkanis & Aronson, 2001 : 29).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam kehidupan manusia sehari-hari. Informasi yang membanjiri masyarakat sudah menjadi keseharian yang dijalani setiap individu. Berkat perkembangan internet dan kemudahan akses informasi, masyarakat langsung mendapatkan informasi setiap saat. Professor Ilmu Politik Phillip Howard dikutip oleh Schiffrin menyatakan teknologi digital menyatukan masyarakat, menyediakan informasi untuk masyarakat dan memaksa pemerintah untuk menjadi akuntabel, hal ini dengan sendirinya membuat dunia lebih demokratis (Schiffrin, 2017:118).

Optimisme tentang penggunaan internet telah telah diperkirakan akan membawa dampak negatif. Walaupun pada saat itu di tahun 2011, masih belum jelas skala hoaks yang akan membanjiri internet dan pengaruhnya terhadap

pemilihan umum (Pemilu). Saat itu masih dianggap tidak masuk akal bahwa masyarakat akan begitu rentan terhadap kebohongan di internet dan mereka akan menolak fakta penjelasan (Schiffrin, 2017:118).

Media sosial merupakan perubahan terbesar yang dipengaruhi oleh penggunaan internet (Poynter, 2010). Media sosial adalah suatu perangkat teknologi yang berfungsi untuk membangun hubungan antara satu individu dengan individu maupun banyak individu tanpa terbatas jarak dan tanpa melalui tatap muka secara langsung dengan dukungan jaringan internet. Salah satu dampak perkembangan media sosial adalah bahwa media sosial telah mengubah aturan dan hambatan untuk beraktifitas, dengan media sosial semua orang dapat membuat dan menyebarkan informasi.

Indonesia dijuluki sebagai “Negara Media Sosial” dalam hal pengguna media sosial aktif yang mencakup 48% dari total populasi di Indonesia. Pengguna internet di Indonesia rata-rata menghabiskan waktu 3 jam 26 menit di media sosial (Hui, 2020 : 156). Situs berbagi video *Youtube* adalah media sosial paling aktif, kemudian diikuti oleh *Whatsapp*, *Facebook*, *Instagram* dan *Twitter*. Media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia karena dapat diakses melalui telepon seluler. Kerawanan media sosial dalam aspek kehidupan bermasyarakat adalah mudahnya manipulasi oleh aktor-aktor negara maupun non negara yang secara individu maupun terorganisir untuk menyebarkan informasi menyesatkan (hoaks).

Hoaks telah ada selama ratusan tahun dan digunakan oleh kandidat politik, perusahaan, dan agama untuk membujuk dan menggiring opini. Namun hoaks pada masa kini jumlah, kecepatan dan dampaknya menyebar begitu cepat dengan difasilitasi oleh internet dan media sosial. Masalah hoaks di media sosial menjadi semakin berbahaya, ketika kebencian yang tumbuh karena ketimpangan ekonomi dan kepercayaan kepada pemerintah yang memburuk dimanfaatkan oleh sekelompok individu untuk mendistribusikan hoaks ke tengah-tengah masyarakat. Semakin membanjirnya hoaks berakibat masyarakat semakin kesulitan membedakan informasi benar dan salah (Schiffrin, 2017: 121).

Propaganda, berita palsu, ujaran kebencian kepada seseorang atau lembaga secara umum sengaja dibuat dan disebar (Sosiawan & Wibowo, 2019: 133). Narasi menyesatkan semakin menyebar karena masyarakat yang semakin mengenal teknologi dan tidak mampu membendung banjir informasi sebagai akibat kurangnya kemampuan mencerna informasi. Informasi menyesatkan secara terus menerus digunakan untuk melemahkan dan memanipulasi emosi masyarakat yang pada akhirnya menekan rasionalitas masyarakat (Djaguna, 2023: 172).

Narasi hoaks lebih disukai oleh masyarakat, terbukti dengan mudahnya hoaks disebarluaskan dengan teknik berbagi (*share*) melalui media sosial (Sosiawan & Wibowo, 2019: 134). Menurut penelitian Kementerian Komunikasi dan Informasi, kesukaan masyarakat pada berita hoaks disebabkan karena media *mainstream* tidak lagi berpihak kepada masyarakat. Media *mainstream* kurang peka dalam menyerap aspirasi masyarakat luas serta cenderung menjadi corong

para pemilik media yang berafiliasi dengan parpol. Ada dua faktor yang menyebabkan masyarakat cenderung mudah percaya pada berita hoaks, yaitu karena berita hoaks tersebut sesuai dengan opini atau sikap yang dimiliki dan keterbatasan pengetahuan masyarakat sehingga mudah terpengaruh dan percaya pada narasi hoaks (Sosiawan & Wibowo, 2019: 134).

Hoaks dalam Pemilu disebarkan melalui media sosial dan tidak hanya menargetkan kandidat namun juga menargetkan penyelenggara Pemilu. Hal ini tidak terlepas dari algoritma media sosial yang membuat orang-orang dengan ketertarikan sejenis membentuk “*echo chambers*” atau “*filter bubbles*” yang membuat pengguna terisolasi dari perspektif yang berlawanan (Prasetyo, 2020: 3). Kemudahan berbagi konten memudahkan media sosial untuk digunakan untuk berbagai kepentingan, termasuk yang negatif. Target dari hoaks tersebut sebagian besar adalah kandidat yang bertarung dalam Pemilu. Semakin mendekati hari pemungutan suara, target hoaks bergeser kepada penyelenggara Pemilu.

Hoaks menjadi pusat perhatian masyarakat Indonesia di Pemilu 2019. Hoaks dipandang sebagai alat yang dapat memberikan keuntungan strategis bagi para kandidat. Penyebaran hoaks diperparah dengan ketidakmampuan masyarakat untuk mengevaluasi dan menanggulangi hoaks di media sosial. Sebagai contoh pada saat penggunaan sistem penghitungan suara (SITUNG) menjadi materi hoaks karena baru pertama diperkenalkan untuk percepatan informasi dan pengawasan masyarakat (Hui, 2020 : 160). Banyak orang tidak mengerti bahwa penghitungan suara sebenarnya masih menggunakan penghitungan manual sebelum diunggah ke

website KPU. Hoaks berkembang pesat karena tersedia ruang kesenjangan di media sosial dan literasi digital masyarakat.

Dalam penyelenggaraan Pemilu 2019, menurut penelitian Kominfo (dalam Sosiawan & Wibowo, 2019) terdapat 62 berita hoaks terkait Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden (Pilpres) 2019. Hoaks yang beredar di media sosial memiliki kecenderungan pada aksi provokasi (45%), propaganda (40%) dan sisanya berisi kritikan. Selama penyelenggaraan Pemilu 2019, hoaks dibuat dan disebarakan secara sistematis, dibuktikan dengan adanya grup-grup percakapan yang memproduksi dan menyebarkan kepada masyarakat luas (Sosiawan & Wibowo, 2019).

KPU sebagai salah satu lembaga penyelenggara Pemilu, berkomitmen mewujudkan Pemilu terlaksana sesuai dengan asas LUBER (Langsung, Umum, Bebas, Rahasia) dan JURDIL (Jujur dan Adil). Salah satu tantangan untuk mewujudkan Pemilu yang LUBER dan JURDIL adalah transformasi digital dan perkembangan teknologi informasi yang begitu pesat. Perkembangan teknologi informasi di era digital memiliki sejumlah dampak negatif terhadap Pemilu, diantaranya adalah penyebaran hoaks di media sosial. Kondisi itu diperparah dengan masih rendahnya literasi Pemilu bagi masyarakat.

Dalam penelitian ini, penulis akan melaksanakan penelitian tentang strategi penanggulangan hoaks di media sosial oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) dengan studi kasus penanggulangan hoaks pada Pemilu 2019. Media sosial dipilih sebagai fokus penelitian karena di masa ini, media sosial sering digunakan

oleh berbagai pihak untuk mempublikasikan pendapat dan informasi dengan memanfaatkan algoritma media sosial untuk menaikkan popularitas konten, termasuk konten hoaks. Penelitian ini bermaksud untuk evaluasi penanggulangan hoaks pada Pemilu 2019 dan memberikan saran serta masukan strategis yang dapat diterapkan oleh KPU untuk menghadapi hoaks pada pelaksanaan Pemilu 2024 mendatang.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pola penyebaran konten hoaks di media sosial selama penyelenggaraan Pemilu 2019?
2. Bagaimana hoaks mempengaruhi opini publik dan mendelegitimasi penyelenggara Pemilu?
3. Bagaimana strategi penanggulangan hoaks yang dilakukan oleh KPU selama Pemilu 2019?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis dan menjelaskan pola penyebaran hoaks di media sosial selama penyelenggaraan Pemilu 2019.
2. Menganalisis dampak hoaks selama Pemilu 2019 terhadap masyarakat dan penyelenggara Pemilu.
3. Menganalisis strategi penanggulangan hoaks yang dilakukan oleh KPU selama Pemilu tahun 2019.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan rujukan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang strategi penanggulangan hoaks di media sosial.

1.4.2. Manfaat praktis

1. Bagi penyelenggara Pemilu

Dengan adanya penelitian ini, manfaat bagi penyelenggara Pemilu terutama Komisi Pemilihan Umum (KPU) adalah dapat menerapkan metode yang tepat untuk menyusun kebijakan dalam rangka menangkal dampak buruk yang diakibatkan dari hoaks di media sosial.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bagi penulis lainnya yang akan mendalami masalah-masalah tentang penanggulangan hoaks di media sosial terutama dalam hubungannya dengan Pemilu di Indonesia.

1.5. Penelitian Sebelumnya

Penelitian berjudul *Peddling Secrecy in a Climate of Distrust: Buzzers, Rumours and Implications for Indonesia's 2024 Elections* yang ditulis oleh Yatun

Sastramidjaja, Pradipa P. Rasidi, dan Gita N. Elsitra pada 24 Agustus 2022. Penelitian ini membahas tentang *buzzer* yang semakin mempengaruhi debat publik tentang isu-isu politik di Indonesia. *Buzzer* dianggap sebagai perantara informasi yang mengklain melayani kepentingan publik dengan mengungkapkan rahasia yang diperoleh melalui akses istimewa mereka. Daya tarik dari informasi yang disebarkan oleh *buzzer* berakar pada ketidakpercayaan publik yang sudah terbentuk sejak lama terhadap media arus utama dan sumber resmi. Skeptisisme publik yang telah lama terbentuk semakin kuat karena menyadari industri media sebagian besar dikendalikan oleh oligarki yang terkait dengan politik. Menanggapi kekawatiran bahwa *buzzer* akan berpengaruh pada Pemilu 2024, KPU dan Bawaslu baru-baru ini mengumumkan upaya untuk mengekang peran *buzzer*, meskipun akan sulit dilakukan karena belum ada kerangka hukum yang memadai. Terlepas dari segala upaya yang dilakukan, *buzzer* akan terus berusaha menjangkau masyarakat yang mau menerima informasi dan defisit kepercayaan kepada media arus utama dan sumber utama.

Lusy Asa Akhrani, dkk pada tahun 2020 menulis penelitian yang berjudul Kekacauan Pemilu 2019: Fenomena *Firehose of Falsehood* Dalam Relasi Sikap Terhadap Hoaks dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Komisi Pemilihan Umum. Penelitian ini meneliti tentang *firehose of falsehood* sebagai teknik propaganda yang digunakan dengan menghadirkan berita bohong/hoaks dalam masyarakat secara terus menerus sampai masyarakat mempercayai berita tersebut. Penelitian ini berkesimpulan bahwa Pemilu yang diawali dengan kekacauan dan pemberitaan yang simpang siur tanpa upaya klarifikasi yang baik membuat

penurunan kepercayaan terhadap KPU. Pengaruh kepercayaan publik kepada KPU dalam terpaan hoaks menunjukkan angka yang kecil, namun tetap diperlukan upaya dari berbagai pihak untuk melakukan penyaringan informasi politik yang diterima agar kepercayaan pada lembaga penyelenggara Pemilu meningkat.

Isu Negatif Dalam Pemilu 2019: Dampaknya Terhadap Legitimasi Dan Segregasi Sosial yang ditulis oleh Wegik Prasetyo di tahun 2019. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis data dalam *big data analytics*. Hasil dari penelitian ini adalah pada Pemilu 2019 ada perubahan target utama isu berbasis periode proses Pemilu. Kandidat menjadi target pada masa pra Pemilu, sedangkan KPU menjadi target pada masa pasca Pemilu. Salah satu tujuan dari isu negatif yang menargetkan KPU adalah deligitimasi penyelenggara Pemilu yang berpotensi bermuara pada deligitimasi hasil Pemilu.

Berikutnya adalah Jurnal berjudul Penyalahgunaan Media Sosial Sebagai Alat Propaganda yang ditulis oleh Rety Palupi pada tahun 2019. Jurnal ini membahas tentang perubahan komunikasi informasi di era digital. Temuan penelitian ini adalah bahwa seringkali informasi yang beredar di tangan warganet adalah hoaks dan ujaran kebencian. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap unsur-unsur propaganda dalam hoaks dan ujaran kebencian. Kesimpulan yang diperoleh peneliti adalah bahwa berita hoaks dan ujaran kebencian terdiri dari unsur melebih-lebihkan, retorika, pengakuan dan pengaruh terhadap berbagai pihak.

Jurnal berjudul *Hoaks di Media Sosial Facebook : Antara Edukasi dan Propaganda Kepentingan* yang ditulis oleh Muhamad Tisna Nugraha pada tahun 2019. Jurnal ini membahas keterkaitan antara perkembangan teknologi dan peradaban manusia terutama dalam bidang interaksi multidimensional maupun multilateral. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Kesimpulan yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah bahwa pendidikan memiliki peran penting dalam menggunakan media sosial. Tanpa peran pendidikan, media sosial hanya akan digunakan sebagai media untuk melakukan kejahatan, termasuk menyebarkan kata-kata tendensius, tipuan dan propaganda.

Ferdinan Eskol Tiar Sirait menulis jurnal yang diterbitkan oleh LIPI pada Desember 2019 berjudul *Ujaran Kebencian, Hoaks dan Perilaku Memilih (Studi Kasus Pada Pemilihan Presiden 2019 di Indonesia)*. Jurnal tersebut membahas penggunaan media sosial dan berita daring sebagai medium kampanye negatif dan kampanye hitam, hal tersebut terjadi karena media sosial dan portal berita daring memiliki fitur-fitur yang tidak dikendalikan oleh petahana. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif dan mencoba melihat dampak kampanye negatif dan kampanye hitam terhadap perolehan suara capres petahana Joko Widodo. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa sedikit banyaknya kampanye hitam dan kampanye negatif memiliki dampak yang terbatas pada perolehan suara. Dampak ini terutama terlihat di daerah-daerah di mana faktor sosiologis memainkan peran penting dalam menentukan pilihan politik.

Dari penelusuran kepustakaan, terdapat suatu pengertian terdapat persamaan maupun perbedaan dengan tema penelitian ini. Persamaannya terletak pada metode penelitiannya, yaitu dengan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Sedangkan perbedaannya terletak pada aspek pembahasannya yaitu tentang strategi dari KPU RI untuk mencegah dan menanggulangi dampak dari hoaks di media sosial.

Tabel 1.1 Penelitian sebelumnya

Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Objek Penelitian
Yatun Sastramidjaja, Pradipa P. Rasidi and Gita N. Elsitra (2022)	<i>Peddling Secrecy in a Climate of Distrust: Buzzers, Rumours and Implications for Indonesia's 2024 Elections</i>	Kualitatif	Perilaku <i>buzzer</i> yang berfungsi sebagai <i>cyber army</i> bagi pelanggan mereka dan menggambarkan dirinya sebagai perantara informasi yang mengklain melayani kepentingan publik dengan mengungkap rahasia yang diperoleh melalui akses istimewa mereka.
Lusy Asa Akhrani, Ika Herani, Ibnu Asqori Pohan, Muhammad Afif Alhad (2020)	Kekacauan Pemilu 2019: Fenomena <i>Firehose of Falsehood</i> dalam Relasi Sikap terhadap Hoaks dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Komisi Pemilihan Umum	Kuantitatif korelasional dengan pendekatan survey	Mengekspolrasi sikap masyarakat terhadap berita hoaks terhadap kepercayaan pada KPU.
Wegik Prasetyo (2019)	Isu Negatif Dalam Pemilu 2019: Dampaknya Terhadap	Analisis data dalam <i>big data</i>	Mengeksplorasi bagaimana isu negatif yang mengarah pada berita palsu menyebar dalam Pemilu dan

	Legitimasi Dan Segregasi Sosial	<i>analytics.</i>	menyerang kandidat presiden, analisa big data twitter dilakukan dalam rentang waktu 12-22 April 2019 atau lima hari menjelang pemilu dan lima hari paska pemilu.
Muh. Iqbal Latief (2019)	Efek <i>Post Truth</i> Pada Partisipasi Pemilih Pemilu 2019	Kualitatif deskriptif	Maraknya hoaks dan hate speech pada Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Pemilu 2019.
Rety Palupi (2019)	Penyalahgunaan Media Sosial Sebagai Alat Propaganda	Kualitatif deskriptif	Isi informasi dari media massa yang diklarifikasi sebagai hoaks atau hate speech yang memungkinkan didalamnya terdapat hal yang dapat memberikan efek propaganda.
Muhamad Tisna Nugraha (2019)	Hoaks di Media Sosial <i>Facebook</i> : Antara Edukasi dan Propaganda Kepentingan	Kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus	Hoaks yang digunakan oleh pemerintah dalam rangka membentuk opini positif terhadap orang, institusi dan kebijakan tertentu sebagai bentuk propaganda guna mewujudkan tujuan tertentu.
Ferdinand Eskol Tiar Sirait (2019)	Ujaran Kebencian, Hoaks Dan Perilaku Memilih (Studi Kasus Pada Pemilihan Presiden 2019 Di Indonesia)	Kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus	Dampak dari kampanye hitam terhadap perolehan suara capres petahana Joko Widodo.
Dr. Manash Pratim Goswami (2018)	<i>Fake News and Cyber Propaganda: A Study Of</i>	Kualitatif	Dampak dari berita palsu yang beredar di India.

	<i>Manipulation And Abuses On Social Media</i>		
Anya Schiffrin (2017)	<i>Disinformation And Democracy: The Internet Transformed Protest But Did Not Improve Democracy</i>	Kualitatif	Berbagai sumber dan bentuk disinformasi yang terjadi di politik dan media akhir-akhir ini.

1.6. Kerangka Teori

Penelitian ini menggunakan teori propaganda, teori *agenda setting* dan teori pengendalian sosial.

1.6.1 Teori Propaganda

Teori pertama tentang propaganda digagas oleh Aristoteles pada abad 323 SM. Aristoteles menyebut teorinya sebagai retorika, retorika menampilkan kebenaran dengan manata tutur secara efektif dan etis, bukan bombastis dan kosong tanpa isi, namun untuk menampilkannya membutuhkan seni persuasif untuk mengkomunikasikan kebenaran kepada masyarakat agar masyarakat sampai kepada kesimpulan yang benar (Pratkanis & Aronson, 2001:21). Propaganda dalam politik mengelaborasi pesan politik agar berfungsi sebagai pendekatan persuasif yang digunakan secara terorganisir untuk menciptakan partisipasi aktif maupun pasif di dalam masyarakat melalui manipulasi psikologis di media massa dan media sosial (Haqqi, 2020:176). Sedangkan menurut Harold D. Laswell (2013), propaganda adalah teknik untuk mempengaruhi tindakan manusia dengan

memanipulasi gambaran keadaan dalam bentuk lisan, tulisan, gambar, musik dan film.

Propaganda dikelompokkan menjadi delapan jenis yaitu propaganda politik, propaganda sosiologis, propaganda agitasi, propaganda integrasi, propaganda horizontal, propaganda vertikal, propaganda rasional dan propaganda irasional (Ellul, 2021) mengelompokkan. Propaganda politik dilakukan oleh badan pemerintah, partai politik untuk tujuan yang pasti, metodenya pasti dan terstruktur, sasarannya jelas. Sebaliknya, propaganda sosiologis dilakukan oleh masyarakat umum tanpa kesengajaan, melalui propaganda ini masyarakat menyatukan perilaku anggotanya menurut pola perilaku dan menyebarkan gaya hidupnya ke lingkungan sekitar. Propaganda agitasi adalah propaganda yang dilakukan oleh pemerintah atau penguasa untuk meningkatkan semangat rakyatnya dengan tujuan berkorban untuk negara atau kelompoknya. Propaganda ini biasanya menawarkan kebebasan untuk masyarakat. Sedangkan propaganda integrasi adalah propaganda yang bertujuan untuk menyatukan manusia untuk berpartisipasi dalam masyarakat.

Firehose of falsehood adalah salah satu metode propaganda yang dikenal di bidang politik. Penerapan metode ini pada Pemilu dilaksanakan dengan cara menyampaikan pesan melalui media massa dan media sosial dengan berbagai cara untuk memperoleh simpati masyarakat (Haqqi, 2020:175). *Firehose of falsehood* adalah propaganda ala Rusia yang mulai dikenal sejak 2016, propaganda model ini memanfaatkan kondisi psikologis individu yang terpapar informasi terus

menerus untuk membangun kepercayaan terhadap suatu isu (Paul & Matthews, 2016).

Hoaks dengan strategi *firehose of falsehood* seringkali bermuatan kampanye hitam (*black campaign*) dengan tujuan mendelegitimasi institusi negara. Muatan lainnya adalah politik identitas dan SARA yang bertujuan merusak stabilitas sosial politik dan memecah belah masyarakat. Strategi *firehose of falsehood* diimplementasikan dengan membentuk individu menjadi kontroversial, rasis dan memiliki pandangan buruk terhadap apa yang diterimanya, namun hal demikian memberikan keuntungan bagi elit politik karena aktor dianggap mampu memberikan perubahan.

Metode *firehose of falsehood* merupakan metode yang secara eksplisit menjelaskan bahwa hoaks bekerja secara masif dan sistematis. Metode ini bertujuan membanjiri lingkungan dengan informasi menyesatkan untuk mempengaruhi peredaran informasi. Banjir informasi menyesatkan memperbesar kemungkinan untuk mempengaruhi masyarakat untuk mengikis kepercayaan terhadap institusi negara.

Dampak awal dari *firehose of falsehood* adalah terbentuknya bias konfirmasi (*confirmation bias*). Bias konfirmasi dapat terjadi karena masyarakat memiliki kecenderungan mencari dan memproses informasi sesuai dengan keyakinannya. Dalam kondisi lingkungan yang terpapar hoaks akibat metode *firehose of falsehood* maka semakin sulit masyarakat untuk menemukan fakta

sebenarnya dari suatu peristiwa. Hal ini mendorong kemungkinan terjadinya kesalahan pengambilan keputusan.

1.6.2 Teori *Agenda Setting*

Teori *agenda setting* merupakan teori yang menyatakan bahwa media memiliki kekuatan untuk menentukan agenda publik dengan menentukan isu-isu yang dianggap penting oleh masyarakat (McCombs, 2014). Media yang dimaksud seiring berkembangnya internet tidak hanya mencakup media massa cetak, namun meluas menjadi media massa elektronik maupun media sosial. Media sosial tidak hanya menyajikan informasi, tetapi juga membentuk "*filter bubble*" yang mengumpulkan individu dengan pemahaman yang sama terhadap suatu isu. Sekumpulan individu dengan kesamaan pemahaman mampu mempengaruhi pandangan dan penilaian masyarakat terhadap isu tersebut.

Pertumbuhan internet, media sosial dan media massa elektronik telah mengaburkan batasan yang telah terbangun pada masa media dikuasai oleh surat kabar, televisi dan radio (McCombs, 2014). Media baru memberi arti baru terhadap komunikasi massa dan perannya dalam mengatur agenda masyarakat. Distribusi pesan identik dalam skala besar melalui media surat kabar dan televisi pada masa kini beralih menggunakan media sosial seperti *Facebook* dan *Twitter*. Kehadiran sosial media memudahkan agenda setting karena sosial media digunakan oleh sebagian besar masyarakat. Agenda setting memiliki kaitan erat dengan pembentukan opini publik (McCombs, 2014). Agenda setting di media

sosial berperan mempengaruhi arti penting suatu isu agar terlihat penting diantara banyak isu yang beredar di masyarakat.

Secara umum, agenda setting dipahami sebagai sebuah teori komunikasi massa yang menyatakan bahwa media mainstream maupun media sosial memiliki kekuatan untuk menentukan isu di masyarakat. Menurut McCombs & Shaw (2014), agenda setting merupakan gambaran media yang mampu memberikan pengaruh kepada opini publik. Jika suatu isu menjadi pembahasan yang intens, maka masyarakat akan berpendapat bahwa isu tersebut merupakan isu penting.

1.6.3 Teori Pengendalian Sosial

Teori pengendalian sosial adalah teori yang membahas penggunaan kekuasaan untuk mengendalikan tingkah laku masyarakat untuk menciptakan ketertiban sosial dan mencegah pelanggaran. Pengendalian sosial merupakan ungkapan kekuasaan yang melekat pada semua bidang ilmu pengetahuan untuk menjaga legitimasi dalam masyarakat. Pengendalian sosial perlu dilakukan agar masyarakat memenuhi standar dan norma yang tepat (Gutsche, 2015).

Clarke menyatakan pencegahan pelanggaran dapat dilakukan dengan penerapan aturan yang ketat, langkah persuasif dianggap yang paling tepat sebagai dasar dari kontrol sosial (2000:152). Pengendalian sosial dibagi kedalam 4 jenis, antara lain : 1) preventif adalah usaha pencegahan sebelum pelanggaran terjadi; 2) kuratif adalah tindakan yang diambil pasca kejadian; dan 3) gabungan adalah kegiatan untuk mencegah pelanggaran sekaligus membenahi keadaan jika sudah terjadi pelanggaran.

Berdasarkan tujuannya, pengendalian sosial dapat dibagi menjadi 3, yaitu 1) mengurangi perilaku pelanggaran yang kemungkinan dilakukan oleh individu dengan menanamkan nilai dan norma yang berlaku, hal demikian diharapkan individu tidak akan melakukan hal-hal yang merugikan orang banyak; 2) menciptakan ketentraman dalam masyarakat; dan 3) membuat pelaku menyadari kesalahannya.

1.6.4 Kerangka Pemikiran

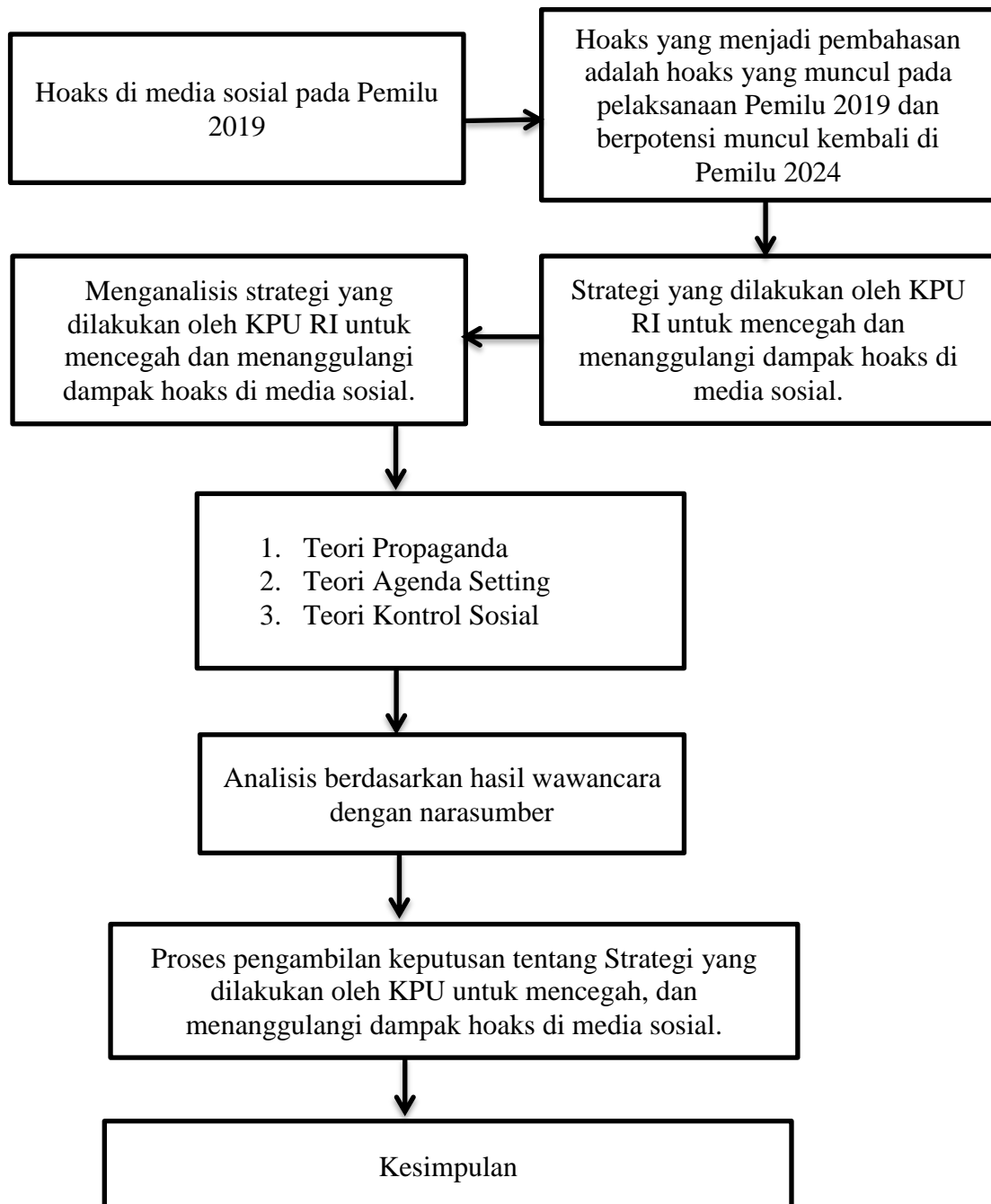
Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dimulai dengan mengumpulkan data dan mendefinisikan hoaks yang beredar di media sosial. Fokus penelitian ini adalah konten hoaks Pemilu 2019 di media sosial. Konten hoaks pada Pemilu 2019 masih menjadi hal yang relevan untuk diteliti, mengingat Pilpres 2024 masih menggunakan dasar yang sama dengan Pemilu 2019 yaitu Undang-Undang RI Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum.

Penelitian dilaksanakan di KPU RI dan KPU Provinsi Jawa Tengah dengan narasumber Ketua KPU RI dan KPU Provinsi Jawa Tengah serta beberapa pejabat di lingkungan Sekretaris Jenderal KPU RI dan Sekretariat KPU Provinsi Jawa Tengah yang membidangi sosialisasi, pendidikan pemilih serta data dan informasi. Setelah seluruh data terkumpul, kemudian dianalisis dengan dengan teori propaganda, teori pengendalian sosial dan teori agenda setting dengan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada penanganan hoaks Pemilu 2019. Hasil wawancara dan analisis dengan beberapa teori tersebut

dapat ditarik kesimpulan dan memunculkan rekomendasi yang dapat diterapkan untuk mencegah dan menanggulangi hoaks menjelang pelaksanaan Pemilu 2024.

Gambar 1.1 Kerangka pemikiran

Bagan kerangka pemikiran penelitian :



1.7. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

Definisi konseptual dan definisi operasional merupakan komponen yang diperlukan untuk memudahkan penelitian.

1.7.1. Definisi Konseptual

Definisi konseptual dipahami sebagai gambaran umum dan keseluruhan yang merepresentasikan maksud dan konsep penelitian. Definisi konseptual merupakan definisi yang telah menjadi kesepakatan banyak pihak dan telah menjadi isi dari kamus bahasa, bersifat formal dan memiliki pengertian abstrak. Selain itu, definisi konseptual dimengerti sebagai batasan terkait pengertian terhadap konsep yang akan diteliti.

Dalam penelitian ini yang menjadi definisi konseptual adalah tentang efektifitas strategi penanggulangan hoaks di media sosial yang dilakukan oleh KPU. Konten hoaks adalah narasi dengan informasi menyesatkan yang beredar melalui berbagai media salah satunya media sosial. Selama tahapan pemilu, hoaks menyebar dengan tujuan meraih keuntungan strategis untuk pihak yang berkepentingan dengan target salah satunya adalah KPU.

Definisi konseptual dari penelitian ini strategi penanggulangan hoaks di media sosial oleh KPU. Strategi adalah kegiatan yang dilaksanakan oleh perseorangan atau institusi untuk mencapai tujuannya. Strategi penanggulangan hoaks dipahami sebagai sekumpulan kegiatan untuk menanggulangi penyebaran

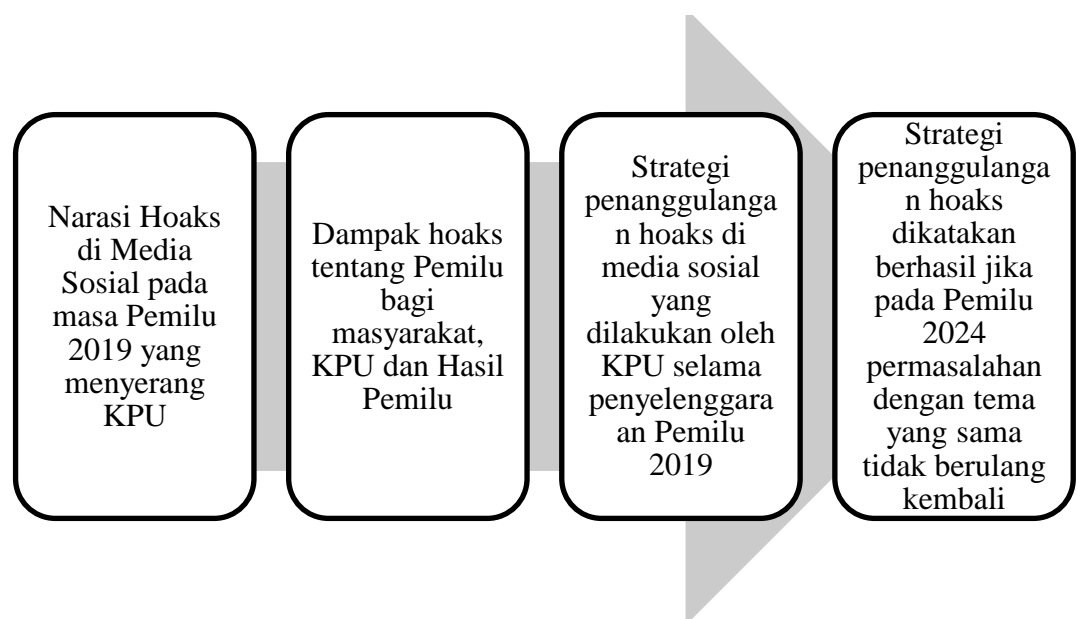
narasi menyesatkan (hoaks) di media sosial oleh KPU selama penyelenggaraan Pemilu 2019.

1.7.2. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan komponen penelitian yang memberikan informasi tentang penilaian terhadap suatu kegiatan. Informasi yang didapatkan dari definisi operasional sangat membantu dalam pengembangan instrumen dan pengumpulan data. Definisi operasional penelitian ini adalah tentang seberapa efektif strategi penanggulangan hoaks di media sosial yang dilakukan oleh KPU. Indikator dari strategi penanggulangan hoaks di media sosial oleh KPU adalah strategi yang diterapkan oleh KPU dikatakan berhasil menanggulangi hoaks adalah jika hoaks yang pernah beredar pada Pemilu 2019 tidak berulang kembali pada Pemilu 2024.

1.7.3. Kerangka Konseptual

Gambar 1.2 Kerangka konseptual



1.8. Metode Penelitian

1.8.1. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif karena permasalahan yang diteliti cukup kompleks dan dinamis, dengan metode ini peneliti dapat memahami situasi sosial secara mendalam, menemukan pola dan memperoleh hasil lapangan sesuai dengan teori dikemukakan. Penelitian tentang strategi penanggulangan hoaks di media sosial oleh KPU dilaksanakan dengan pendekatan studi kasus terhadap penanggulangan hoaks pada Pemilu 2019.

Pendekatan studi kasus dalam metode penelitian kualitatif memungkinkan peneliti mengeksplorasi cara-cara penanggulangan hoaks yang dilakukan oleh KPU pada Pemilu 2019. Metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus menyajikan pemahaman yang mendalam tentang topik penelitian. Untuk mencapai pemahaman tersebut, maka peneliti mengumpulkan data kualitatif seperti wawancara dengan informan, pengamatan di media sosial, pengumpulan dan analisis dokumen serta laporan terkait. (Cresswell, 2012:130).

Kasus yang menjadi objek studi adalah tentang strategi penanggulangan hoaks yang dilakukan oleh KPU pada masa penyelenggaraan Pemilu 2019. Penelitian dengan pendekatan studi kasus ini masuk kedalam kategori studi kasus intrinsik. Studi kasus intrinsik adalah penelitian yang berfokus pada kasus itu sendiri, dengan mempelajari strategi penanggulangan hoaks oleh KPU, diharapkan muncul solusi sebagai hasil evaluasi dari langkah-langkah yang diambil pada masa Pemilu 2019.

Langkah-langkah melakukan penelitian kualitatif dibagi menjadi 4 langkah (Yin, 2011) :

1. Desain penelitian studi kasus. Desain penelitian adalah langkah awal yang melibatkan logika hubungan antara data yang harus dikumpulkan pada pertanyaan awal penelitian dengan kesimpulan yang dihasilkan. Desain penelitian merupakan sistematis yang diikuti peneliti untuk mengumpulkan, menganalisis dan menginterpretasi objek penelitian.
2. Mempersiapkan dan pengumpulan data. Pengumpulan data dalam studi kasus mencakup pengumpulan dokumen, wawancara dengan narasumber, observasi dan instrumen fisik.
3. Menganalisis bukti kasus, dilakukan dengan cara pengujian, pengklasifikasian, dan rekombinasi bukti untuk menentukan kesimpulan awal dari penelitian.
4. Pembuatan laporan penelitian, dilakukan dengan menyusun laporan melalui pengidentifikasian tujuan penulisan, menyusun sistematis penulisan dan mengikuti prosedur penulisan.

1.8.2. Ruang Lingkup

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian terhadap strategi penanggulangan hoaks di media sosial oleh KPU dengan metode analisis konten, yakni dengan mengumpulkan data-data yang berupa kata-kata, frasa, kalimat dan gambar yang terdapat dalam maupun konten. Penelitian ini hanya mencakup

strategi penanggulangan hoaks di media sosial oleh KPU dengan studi kasus penanggulangan hoaks pada Pemilu 2019 dan dampak hoaks bagi penyelenggara Pemilu dan pemilih serta langkah-langkah strategis yang dilakukan oleh KPU untuk mencegah dampak buruk dari hoaks yang beredar di media sosial. Penelitian akan dilakukan di KPU RI dan KPU Provinsi Jawa Tengah karena pengambilan kebijakan terhadap sosialisasi dan pendidikan pemilih dilaksanakan oleh KPU RI dan KPU Provinsi Jawa Tengah sebagai salah satu pelaksana kegiatan di lapangan, sehingga data yang diperoleh dari narasumber dapat lebih akurat.

1.8.3. Fenomena Penelitian

Menurut Gupta & Awasthy (2015:16) penelitian kualitatif digunakan untuk mempelajari fenomena di *setting* alaminya, hal itu dilakukan untuk memahami fenomena dengan menggunakan actor sesungguhnya. Penelitian kualitatif mampu menjawab pertanyaan tentang bagaimana fenomena diciptakan dan memberi makna serta menghasilkan representasi yang dapat terlihat.

Perubahan pola demokrasi sejak Pemilu 2014 dan 2019 ditandai dengan semakin maraknya kampanye di ruang digital. Ruang digital juga kerap digunakan untuk membentuk opini publik bukan dengan fakta-fakta rasionalitas melainkan dengan menggunakan disinformasi. Pada penyelenggaraan Pemilu 2019, selama bulan Februari 2019 menemukan 353 konten negatif, Maret 2019 sebanyak 453 dan April 2019 sebanyak 408. Sedangkan mulai bulan Agustus 2018 sampai dengan April 2019 konten hoaks mendominasi dengan total jumlah mencapai 620

konten (Kominfo, 2022). Pola-pola disinformasi masih akan tetap sama dan justru semakin meningkat seiring semakin aktifnya masyarakat di ruang digital.

1.8.4. Jenis dan Sumber Data

Metode pengumpulan data menggunakan 2 sumber yaitu :

1. Data Primer

Data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, yaitu subjek penelitian atau informan yang berkenaan dengan variable langsung. Informan penelitian ini yaitu Hasyim Asy'ari Ketua KPU RI, Ilham Saputra Ketua KPU RI Periode 2020 - 2022, Paulus Widiyantoro selaku Ketua KPU Provinsi Jawa Tengah, Diana Ariyanti selaku Anggota KPU Provinsi Jawa Tengah Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih dan Partisipasi Masyarakat periode 2017-2022, Reni Rinjani selaku Kepala Bagian Partisipasi dan Hubungan Masyarakat Setjen KPU RI, Dewantoputra Adhipermana selaku Kepala Bagian Teknis Penyelenggara dan Partisipasi serta Hubungan Masyarakat di Sekretariat KPU Provinsi Jawa Tengah, dan Loina Perangin-Angin selaku Presidium Mafindo dan Kepala Tim Koalisi Anti Hoaks Pemilu.

2. Data Sekunder

Selanjutnya adalah sumber data sekunder, jenis sumber data ini menggunakan literatur seperti buku maupun jurnal yang berhubungan dengan objek penelitian.

1.8.5. Pemilihan Informan

Menurut Taylor & Bogdan (Kumar, 2011:151) wawancara mendalam adalah pertemuan tatap muka antara peneliti dan informan yang diarahkan untuk memahami perspektif informan tentang kehidupan mereka, pengalaman atau situasi yang diungkapkan dengan kata-kata mereka sendiri. Definisi ini menggambarkan karakteristik penting dalam wawancara mendalam yaitu melibatkan tatap muka antara peneliti dan informan serta berusaha untuk memahami perspektif dari sisi informan.

Teknik yang digunakan dalam memilih informan adalah dengan menggunakan pengambilan sampel ahli di bidang propaganda politik dan hoaks serta teknik bola salju untuk menentukan informan berikutnya.

1.8.6. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan aspek yang sangat penting dari suatu penelitian, karena hasil temuan maupun kesimpulan berdasarkan pada jenis informasi yang berhasil dikumpulkan dan data yang dihasilkan sepenuhnya hasil dari pertanyaan kepada responden. Instrumen penelitian memberikan masukan untuk penelitian dan oleh karena itu, kualitas dan validitas penelitian sangat tergantung pada instrumen ini (Kumar, 2011:148).

Instrumen penelitian yang digunakan adalah wawancara mendalam dengan narasumber. Instrumen selanjutnya yang digunakan adalah observasi non partisan. Kelebihan metode ini yakni fleksibel dan lebih efisien untuk dilaksanakan dan hasilnya dapat diandalkan untuk kegiatan penelitian.

1.8.7. Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data harus terlaksana secara sistematis dan terarah agar data yang dikumpulkan bisa dibuktikan kebenarannya. Proses pengumpulan data yang penulis lakukan adalah melalui wawancara dengan narasumber sebagai studi pendahuluan. Teknik selanjutnya adalah observasi dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis mengenai gejala yang tampak pada objek penelitian. Metode terakhir adalah pengumpulan dokumen dalam bentuk tulisan, gambar, jurnal serta hasil riset terdahulu.

1.8.8. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif dilakukan apabila data empiris yang diperoleh adalah data kualitatif berupa kumpulan berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka serta tidak dapat disusun dalam kategori-kategori/struktur klasifikasi. Analisis kualitatif tetap menggunakan kata-kata yang disusun ke dalam teks yang diperluas, dan tidak menggunakan perhitungan matematis atau statistika sebagai alat bantu analisis.