

BAB II

GAMBARAN UMUM PEMILIHAN UMUM TAHUN 2019 DAN ANCAMAN HOAKS DI MEDIA SOSIAL

Pada bab ini akan dipaparkan gambaran umum Pemilu tahun 2019 dan ancaman hoaks sepanjang pelaksanaan tahapan pemilu 2019. Bab ini membahas gambaran umum KPU, Pemilu Legislatif (Pileg), Pemilu Presiden dan Wakil Presiden (Pilpres), media sosial, klasifikasi hoaks serta bentuk ancaman dan penyebab munculnya hoaks di media sosial.

2.1 Komisi Pemilihan Umum

2.1.1. Sejarah KPU

Sejarah lembaga penyelenggara Pemilu di Indonesia diawali pada tahun 1946 ketika Badan Pembentuk Susunan Komite Nasional Pusat dibentuk oleh Presiden Soekarno, pasca disahkannya Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1946 tentang Pembaharuan Susunan Komite Nasional Indonesia Pusat. Selanjutnya pada tanggal 7 November 1952 Keputusan Presiden (Keppres) Nomor 188 Tahun 1955 tentang Pengangkatan Panitia Pemilihan Indonesia ditandatangani oleh Presiden Soekarno. Tugas PPI adalah menyiapkan, memimpin dan menyelenggarakan Pemilu 1955 untuk memilih anggota Konstituante dan Anggota Dewan Perwakilan Rakyat (kpu.go.id).

Kedudukan PPI di ibukota negara diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1953 tentang Pemilihan Anggota Konstituante dan Anggota Dewan Perwakilan Rakyat yang disahkan pada 4 April 1953. UU No 7 Tahun 11953 juga mengatur kedudukan bahwa di setiap daerah pemilihan terdapat Panitia Pemilihan serta di setiap Kabupaten/Kota terdapat Panitia Pemilihan Kabupaten. Penunjukkan PPI dilakukan oleh Presiden, Panitia Pemilihan ditunjuk oleh Menteri Kehakiman dan Panitia Pemilihan Kabupaten ditunjuk oleh Menteri Dalam Negeri. Penyelenggaraan Pemilu 1955 dinilai sebagai Pemilu yang demokratis karena berhasil diselenggarakan dengan aman, jujur, dan adil.

Pada awal masa pemerintahan orde baru, lembaga penyelenggara pemilu di Indonesia mengalami perubahan nama menjadi Lembaga Pemilihan Umum (LPU). Keppres No 3 Tahun 1970 adalah dasar pembentukan LPU yang diketuai oleh Menteri Dalam Negeri dengan anggotanya terdiri serta Dewan Pimpinan, Dewan Pertimbangan, Sekretariat Umum LPU dan Badan Perbekalan dan Perhubungan. LPU pada masa pemerintahan Presiden Bacharuddin Jusuf Habibie (BJ. Habibie) diubah menjadi Komisi Pemilihan Umum (KPU) melalui Keppres No. 16 Tahun 1999 tentang tentang Pembentukan KPU Dan Penetapan Organisasi Dan Tata Kerja Sekretariat Umum KPU.

KPU dibentuk atas desakan publik yang menginginkan pemerintahan demokratis dan penyelenggara Pemilu untuk memiliki sifat mandiri serta bebas dari pengaruh penguasa. Berdasarkan Pasal 22E ayat (5) Undang-Undang Dasar 1945 amandemen ke empat menyatakan bahwa Pemilihan Umum diselenggarakan

oleh suatu komisi pemilihan umum yang bersifat nasional, tetap dan mandiri. Sebagai tindak lanjut amanat UUD 1945, maka dibentuklah KPU pada tahun 1999 sebagai sebuah lembaga penyelenggara Pemilu yang bersifat independen.

KPU pada masa awal pembentukannya beranggotakan elemen dari pemerintah dan partai politik. Perubahan terjadi semenjak tahun 2000 pasca ditetapkannya Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2000 tentang Pemilihan Umum. UU tersebut mengatur bahwa KPU harus beranggotakan orang-orang yang bukan partisan partai politik. Pada tahun 2001 terbitlah Keppres Nomor 70 Tahun 2001 tentang Pembentukan KPU, struktur KPU dirampingkan dari 53 orang menjadi 11 orang dari unsur lembaga swadaya masyarakat (LSM) dan akademisi. Menghadapi Pemilu tahun 2009, diterbitkan Keppres Nomor 12 Tahun 2007 tentang Pembentukan Tim Seleksi Calon Anggota KPU. Mulai 2007 anggota KPU yang dipilih oleh Tim Seleksi berjumlah 7 (tujuh) orang.

KPU dalam menyelenggarakan pemilu harus melaksanakan tugas secara berkesinambungan, selain itu KPU pada pelaksanaan tugas dan wewenangnya harus bebas dari pengaruh pihak manapun. Struktur organisasi KPU terdiri dari KPU, KPU Provinsi, dan KPU Kabupaten/Kota. KPU dalam melaksanakan tugasnya dibantu oleh badan ad-hoc di tingkat kecamatan dengan sebutan Panitia Pemilihan Kecamatan (PPK), di tingkat desa/kelurahan dengan sebutan Panitia Pemungutan Suara (PPS) dan di tingkat tempat pemungutan suara disebut KPPS (Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara).

Untuk melaksanakan tahapan Pemilu dan Pemilihan Kepala Daerah, KPU membentuk Badan *ad-hoc* yang bertugas membantu KPU dalam melaksanakan tahapan Pemilu dan Pemilihan di tingkat Kecamatan dengan sebutan PPK (Panitia Pemilihan Kecamatan), di tingkat Desa disebut PPS (Panitia Pemungutan Suara), dan di tingkat Tempat Pemungutan Suara (TPS) disebut KPPS (Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara). Sedangkan pelaksanaan pemilu di luar negeri, KPU membentuk Panitia Pemilihan Luar Negeri (PPLN) dan Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara Luar Negeri (KPPSLN).

KPU merupakan organisasi vertikal dengan KPU RI beranggotakan 7 orang berkedudukan di Ibu Kota Negara, KPU Provinsi beranggotakan 5 atau 7 orang berkedudukan di ibu kota provinsi, dan KPU Kabupaten/Kota beranggotakan 5 orang berkedudukan di ibu kota kabupaten/kota. Perbedaan jumlah anggota KPU Provinsi berdasarkan pada kriteria jumlah penduduk, luas wilayah, dan jumlah wilayah administratif pemerintahan. Keanggotaan KPU, KPU Provinsi, dan KPU Kabupaten/Kota terdiri atas seorang ketua merangkap anggota dan anggota. Ketua KPU, KPU Provinsi, dan KPU Kabupaten/Kota dipilih dari dan oleh anggota. Komposisi keanggotaan KPU, KPU Provinsi, dan KPU Kabupaten/Kota memperhatikan keterwakilan perempuan sekurang-kurangnya 30% (tiga puluh perseratus). KPU, KPU Provinsi, dan KPU Kabupaten/Kota memiliki masa kerja 5 (lima) tahun terhitung sejak pengucapan sumpah/janji. Keanggotaan KPU dibatasi maksimal 2 kali masa jabatan pada posisi yang sama di setiap tingkatan.

KPU dalam menjalankan tugasnya dibantu oleh Sekretariat Jenderal yang dipimpin oleh seorang Sekretaris Jenderal (Sekjen), Sekretariat KPU Provinsi dipimpin Sekretaris KPU Provinsi dan Sekretariat KPU Kabupaten/Kota dipimpin oleh Sekretaris KPU Kabupaten/Kota. Sekjen, Sekretaris KPU Provinsi dan Sekretaris KPU Kabupaten/Kota adalah Aparatur Sipil Negara (ASN) yang telah memenuhi persyaratan.

2.1.2. Ketua dan Anggota KPU RI Periode 2017-2022

Ketua dan Anggota KPU RI periode 2017-2022 beranggotakan Arief Budiman, Hasyim Asy'ari, Pramono Ubaid Tanthowi, Viryan Azis, Evi Novida Ginting Manik, Wahyu Setiawan dan Ilham Saputra yang dilantik pada 11 April 2017 oleh Presiden Joko Widodo. Ketujuh anggota KPU dilantik berdasarkan Keppres Nomor 43/P Tahun 2017 tentang Pemberhentian dan Pengangkatan Anggota KPU RI.

KPU RI melaksanakan rapat pleno pertama pada 12 April 2017 dengan agenda pemilihan Ketua serta pembagian tugas dan divisi. Rapat pleno berlangsung selama 8 (delapan) jam dan dilakukan secara tertutup. Rapat pleno kemudian memutuskan Arief Budiman sebagai Ketua KPU RI periode 2017-2022 dengan keputusan secara musyarah dan mufakat (kpu.go.id).

Selain memutuskan Ketua KPU, rapat pleno 12 April 2017 juga menetapkan penanggung jawab divisi kerja, koordinator wilayah serta anggota Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilu (DKPP) dari unsur KPU. Berdasarkan Peraturan KPU (PKPU) Nomor 3 Tahun 2020 Tentang Tata Kerja KPU, KPU

Provinsi dan KPU Kabupaten/Kota membagi Anggota KPU menjadi 6 (enam) divisi. Penetapan divisi kerja dan penanggung jawabnya diputuskan dalam Keputusan KPU Nomor 55/Kpts/KPU/Tahun 2017 yang ditetapkan pada 13 April 2017 tentang Susunan Penanggung Jawab Divisi Anggota KPU RI Periode 2017-2022.

Keenam divisi itu adalah Divisi Perencanaan, Keuangan, Umum, Rumah Tangga dan Logistik, Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih, dan Partisipasi Masyarakat (sosdiklihparmas); Divisi Data dan Informasi (datin), Divisi Sumber Daya Manusia, Organisasi, Pendidikan dan Pelatihan dan Penelitian dan Pengembangan (SDM, Diklat dan Litbang), Divisi Teknis Penyelenggaraan Pemilu (TPP) dan Divisi Hukum dan Pengawasan.

Tabel 2.1 Susunan Divisi dan Penanggung Jawab Anggota KPU RI periode 2017-2022.

No	Nama	Kedudukan	Divisi
1.	Ilham Saputra	Ketua	Teknis Penyelenggaraan Pemilu
	Hasyim Asy'ari	Wakil Ketua	
2.	Pramono Ubaid Tanthowi	Ketua	Perencanaan, Keuangan dan Logistik
	Viryan	Wakil Ketua	
3.	Hasyim Asy'ari	Ketua	Hukum dan Pengawasan
	Evi Novida Ginting Manik	Wakil Ketua	
4.	Wahyu Setiawan	Ketua	Sosialisasi, Pendidikan Pemilih dan Pengembangan SDM
	Ilham Saputra	Wakil Ketua	
5.	Viryan	Ketua	Hubungan Masyarakat, Data Informasi dan Hubungan Antar Lembaga
	Pramono Ubaid Tanthowi	Wakil Ketua	
6.	Evi Novida Ginting Manik	Ketua	Umum, Rumah Tangga dan Organisasi
	Wahyu Setiawan	Wakil Ketua	

(Sumber : Keputusan KPU Nomor 55/Kpts/KPU/Tahun 2017)

Divisi dan penanggung jawab Anggota KPU RI mengalami perubahan sampai 4 kali, perubahan terakhir melalui Keputusan KPU RI Nomor 244/SDM.13-Kpt/05/KPU/IV/2021 Tentang Perubahan Keempat atas Keputusan KPU Nomor 55/Kpts/KPU/Tahun 2017 tentang Susunan Penanggung Jawab Divisi Anggota KPU RI Periode 2017-2022. Perubahan ini dilakukan menyusul beberapa Putusan DKPP, antara lain Putusan DKPP Nomor 61-PKE-DKPP/IV/2019 yang memberhentikan Ilham Saputra dari jabatan Ketua Divisi Teknis Penyelenggara. Putusan DKPP Nomor 317-PKE-DKPP/X/2019 yang memutuskan pemberhentian tetap terhadap Evi Novida Ginting Manik selaku Anggota KPU RI, dan Putusan DKPP Nomor 01-PKE-DKPP/I/2020 tentang pemberhentian tetap Wahyu Setiawan selaku Anggota KPU RI.

Evi Novida Ginting mengajukan gugatan ke PTUN terhadap Putusan DKPP Nomor 317-PKE-DKPP/X/2019 yang pada 24 Juli 2020 memutuskan memerintahkan Presiden Jokowi untuk mencabut Keppres pemecatan terhadap Evi Novida Ginting. Pada Putusan PTUN Nomor 82/G/2020/PTUN.JKT terdapat 5 butir putusan yang salah satunya menyatakan batal atau tidak sah Keputusan Tergugat Nomor 34/P Tahun 2020 tanggal 23 Maret tentang Pemberhentian dengan Tidak Hormat Anggota Komisi Pemilihan Umum Masa Jabatan 2017-2022 atas nama Dra. Evi Novida Ginting Manik, M.SP. Perubahan keempat terhadap keputusan KPU RI tentang divisi dan penanggung jawab juga merupakan dampak Putusan DKPP RI Nomor 123-PKE-DKPP/X/2020 yang menjatuhkan sanksi Peringatan Keras Terakhir dan Pemberhentian dari Jabatan terhadap Ketua KPU RI Arief Budiman selaku Ketua KPU RI.

Tabel 2.2 Susunan Divisi dan Penanggung Jawab Anggota KPU RI.

No	Nama	Kedudukan	Divisi
1.	Pramono Ubaid Tanthowi	Ketua	Perencanaan, Keuangan, Umum, Rumah Tangga dan Logistik
	Arief Budiman	Wakil Ketua	
2.	Evi Novida Ginting Manik	Ketua	Teknis Penyelenggaraan
	Hasyim Asy'ari	Wakil Ketua	
3.	I Dewa Kade Wiarsa Raka Sandi	Ketua	Sosialisasi, Pendidikan Pemilih dan Partisipasi Masyarakat
	Ilham Saputra	Wakil Ketua	
4.	Arief Budiman	Ketua	Sumber Daya Manusia, Organisasi, Pendidikan dan Pelatihan, Penelitian dan Pengembangan
	Viryan Azis	Wakil Ketua	
5.	Viryan Azis	Ketua	Data dan Informasi
	Evi Novida Ginting	Wakil Ketua	
6.	Hasyim Asy'ari	Ketua	Hukum dan Pengawasan
	I Dewa Kade Wiarsa Raka Sandi	Wakil Ketua	

(Sumber : Keputusan KPU Nomor 244/SDM.13-Kpt/05/KPU/IV/2021)

2.2 Pemilu Tahun 2019

Penerapan demokrasi prosedural di Indonesia yang memberikan hak kepada warga negara untuk secara langsung ikut memilih pejabat publik merupakan perwujudan nyata dari pemilu dalam kehidupan negara demokratis (Wibowo, 2022). Pemilu di Indonesia dilaksanakan berlandaskan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil (LUBER dan JURDIL).

Arti dari asas penyelenggaraan Pemilu adalah (1) Langsung berarti dalam pelaksanaan Pemilu, pemilih memilih langsung tanpa diwakilkan; (2) Umum berarti Pemilu diikuti oleh semua warga negara yang memenuhi syarat sebagai pemilih; (3) Bebas berarti setiap pemilih dapat menggunakan hak pilihnya tanpa

paksaan, tekanan, pengaruh dan intimidasi dari pihak manapun; (4) Rahasia berarti setiap pemilih dijamin kerahasiaannya dalam menyalurkan suaranya dan tidak ada yang mengetahui pilihan pemilih itu; (5) Jujur berarti semua yang terlibat dalam Pemilu harus bersikap jujur dan tidak melakukan kecurangan; dan (6) Adil berarti semua pihak yang terlibat mendapat perlakuan yang sama tanpa diskriminasi (UU No. 7 Tahun 2017 Tentang Pemilu).

Pelaksanaan Pemilu berarti penting sebagai kegiatan negara yang secara langsung melibatkan rakyat dalam bidang politik. Pemilu wajib dilaksanakan sebagai mekanisme pergantian kekuasaan secara sah yang diatur oleh konstitusi. Menurut Wibowo (2022) Pemilu memiliki fungsi antara lain : (1) Setiap penguasa yang terpilih secara sah sesuai amanat konstitusi melalui Pemilu membentuk legitimasi penguasa dan pemerintah; (2) Semua kandidat yang terpilih adalah perwakilan rakyat yang menerima mandat amanat dan tanggung jawab sehingga melalui pemilu terbentuklah perwakilan politik rakyat; (3) Situasi demokrasi yang sehat dapat terwujud dengan diselenggarakannya Pemilu secara berkala; (4) Mengajarkan masyarakat untuk memahami politik, memiliki kepedulian terhadap politik, dan partisipasi aktif dengan demikian pemilu berperan memberikan pendidikan politik bagi masyarakat.

Amar putusan Mahkamah Konstitusi Nomor Nomor 14/PUU-XI/2013 mengamanatkan bahwa penyelenggaraan Pemilu 2019 dilaksanakan untuk memilih Presiden, DPR RI, DPRD Provinsi, DPRD Kabupaten/Kota dan DPD secara serentak dengan 5 kotak suara. Menindaklanjuti amar putusan Mahkamah

Konstitusi, maka pada 17 April 2019, Pemilu serentak dilaksanakan untuk kali pertama di Indonesia. Pemilu serentak berarti penyelenggaraan pemungutan suara pada hari yang sama untuk Pemilihan Legislatif (Pileg) dan Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden (Pilpres).

2.2.1 Pemilu Legislatif (Pileg)

Pemilu 2019 diikuti oleh 20 (dua puluh) partai politik yang telah ditetapkan KPU sebagai peserta Pemilu 2019. Partai Politik yang ditetapkan terdiri dari partai nasional (16 partai) dan partai lokal (4 partai). Terdapat penambahan peserta Pemilu sebanyak 4 (empat) partai nasional dan 1 (satu) partai lokal. Partai nasional baru yang lolos verifikasi adalah Partai Garuda, Partai Berkarya, Perindo dan PSI.

Gambar 2.1 Partai Politik yang ditetapkan KPU sebagai Peserta Pemilu 2019



Sumber : www.kpu.go.id/page/read/1153/partai-politik-2004-2019

Pada tahapan pemutakhiran data pemilih, KPU pada 21 Mei 2019 menetapkan Keputusan KPU RI Nomor 988/PL.02.1-Kpt/01/KPU/V/2019 tentang

Rekapitulasi Daftar Pemilih Tetap (DPT) Dalam Negeri dan Luar Negeri Hasil Perbaikan Ketiga Tingkat Nasional untuk Pemilu 2019. Keputusan KPU tersebut menetapkan jumlah pemilih laki-laki dalam negeri sebesar 95.365.946 jiwa dan perempuan sebanyak 95.413.520 jiwa dengan jumlah pemilih di sebanyak 190.779.466 jiwa di dalam negeri. Sedangkan untuk pemilihan di luar negeri ditetapkan pemilih sejumlah 1.991.145 jiwa dengan rincian laki-laki 855.700 jiwa dan perempuan 1.125.445 jiwa. Dengan demikian Pemilu 2019 akan diikuti pemilih sebesar 192.770.611 jiwa di dalam dan luar negeri.

Kotak suara dengan bahan *duplex* atau karton kedap air merupakan hal baru dalam logistik Pemilu 2019 yang menuai pro dan kontra. Penggunaan kotak suara berbahan *duplex* dimaksudkan sebagai pengganti kotak suara yang berbahan aluminium. Penggunaan kotak suara berbahan *duplex* merupakan amanat dari Pasal 341 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilu yang pada penjelasannya menyatakan bahwa dalam pelaksanaan pemungutan suara, isi kotak suara harus harus terlihat dari luar. Pemilihan bahan *duplex* juga memperhatikan efisiensi biaya dan penyimpanannya. Penggunaan kotak suara berbahan *duplex* menuai polemik di masyarakat dan menjadi materi dari berbagai macam hoaks.

Menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilu, kegiatan kampanye dipahami sebagai tindakan yang dilakukan oleh peserta pemilu atau pihak lain yang ditunjuk oleh peserta pemilu untuk mempromosikan visi, misi dan program peserta pemilu kepada pemilih dengan maksud meyakinkan pemilih. Tahapan kampanye Pemilu 2019 dimulai pada 23 September 2018 sampai dengan

13 April 2019 dan merupakan salah satu tahapan terpanjang. Berdasarkan laporan Bawaslu di setiap tingkatan, tahapan kampanye Pemilu 2019 ditemukan berbagai pelanggaran dalam bentuk kampanye hitam dan penggunaan hoaks untuk memanipulasi informasi dan opini masyarakat.

Untuk mensukseskan jalannya Pemilu 2019, KPU merekrut penyelenggara *ad-hoc* di dalam dan luar negeri. Penyelenggaraan Pemilu di tingkat kecamatan, kelurahan/desa dan TPS menjadi tugas dari penyelenggara *ad-hoc*. Pemilu 2019 adalah Pemilu yang melibatkan penyelenggara *ad-hoc* dalam jumlah besar, dengan rincian 36.005 PPK yang tersebar di 7.201 Kecamatan, 250.200 PPS di 83.400 Desa/Kelurahan dan 5.666.717 KPPS yang bertugas di 809.531 TPS. Dalam hal penyelenggara *ad-hoc*, pelaksanaan Pemilu 2019 diwarnai catatan negatif berupa banyaknya jumlah penyelenggara yang sakit dan meninggal dunia. Tercatat petugas meninggal dunia sebanyak 894 orang dan petugas yang sakit sebanyak 5.175 (kpu.go.id).

Hari Rabu, 17 April 2019 ditetapkan sebagai Hari Pemungutan Suara Pemilu 2019 yang dilanjutkan dengan rekapitulasi sampai dengan tingkat nasional pada tanggal 22 Mei 2019. KPU menetapkan hasil Pileg 2019 melalui Keputusan KPU Nomor 1409/PL.01.9-Kpt/06/KPU/X/2019 yang menetapkan ambang batas perolehan suara sah secara nasional dan penetapan partai politik peserta Pemilu 2019 yang memenuhi dan tidak memenuhi ambang batas perolehan suara sah nasional dalam penentuan perolehan kursi Anggota DPR RI pada Pemilu 2019. Keputusan KPU tersebut menetapkan 9 parpol yang berhak memperoleh kursi di

DPR RI karena berhasil melampaui *parlementary thresshold* yaitu PDIP, Golkar, PKB, Gerindra, NasDem, PPP, PKS, PAN dan Partai Demokrat. Calon terpilih untuk DPR RI ditetapkan melalui Keputusan KPU Nomor 1341/PL.01.9-Kpt/06/KPU/IX/2019 yang menetapkan calon terpilih Anggota Dewan Perwakilan Rakyat dalam Pemilu 2019.

Tabel 2.3 Hasil Rekapitulasi Suara Sah Nasional dan Hasil Penghitungan Perolehan Kursi DPR RI Pemilu 2019

No	Nama Partai Politik	Perolehan Suara	Prosentase	Perolehan Kursi DPR RI
1.	Partai Kebangkitan Bangsa (PKB)	13.570.097	9,69%	58
2.	Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra)	17.594.839	12,57%	78
3.	Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP)	27.053.961	19,33%	128
4.	Partai Golongan Karya (Golkar)	17.229.789	12,31%	85
5.	Partai NasDem	12.661.792	9,05%	59
6.	Partai Gerakan Perubahan Indonesia (Garuda)	702.536	0,50%	-
7.	Partai Beringin Karya (Berkarya)	2.929.495	2,09%	-
8.	Partai Keadilan Sejahtera (PKS)	11.493.663	8,21%	50
9.	Partai Persatuan Indonesia (Perindo)	3.738.320	2,67%	-
10.	Partai Persatuan Pembangunan (PPP)	6.323.147	4,52%	19
11.	Partai Solidaritas Indonesia (PSI)	2.650.361	1,89%	-
12.	Partai Amanat Nasional (PAN)	9.572.623	6,84%	44
13.	Partai Hati Nurani Rakyat (Hanura)	2.161.507	1,54%	-
14.	Partai Demokrat	10.876.057	7,77%	54

15.	Partai Bulan Bintang (PBB)	1.099.848	0,79%	-
16.	Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia (PKP Indonesia)	312.775	0,22%	-
Jumlah		139.971.260	100,00%	575

Sumber : Keputusan KPU Nomor 1409/PL.01.9-Kpt/06/KPU/X/2019

2.2.2 Pemilu Presiden dan Wakil Presiden (Pilpres)

Pada tanggal 4 sampai dengan 10 Agustus 2019 KPU membuka pendaftaran bakal calon presiden dan wakil presiden, pada masa pendaftaran tersebut dua bakal pasangan calon mendaftar ke KPU yaitu pasangan Joko Widodo - Ma'ruf Amin dan pasangan Prabowo Subianto - Sandiaga Salahuddin Uno. Setelah masa pendaftaran bakal pasangan calon dilanjutkan dengan tahapan pemeriksaan kesehatan yang dilaksanakan di RSPAD Gatot Subroto pada 12 dan 13 Agustus 2019.

KPU menetapkan calon presiden dan calon wakil presiden yang telah lolos verifikasi dokumen pendaftaran melalui Keputusan KPU RI Nomor 1131/PL.02.2-Kpt/06/KPU/IX/2018 yang menetapkan pasangan calon peserta Pilpres 2019. KPU kemudian melaksanakan pengundian nomor urut pada 21 September 2018 dan menetapkannya melalui Keputusan KPU RI Nomor 1142 /PL.02.2-Kpt/06/KPU/IX/2018. Proses pengundian nomor urut memperkenalkan hal baru yaitu nomor urut 01 dan 02. Hal ini dilakukan KPU dengan persetujuan peserta Pemilu untuk menghindari kerancuan karena kesamaan nomor urut dengan partai politik yang telah ditetapkan sebelumnya.

Pilpres 2019 menyajikan kontestasi ulang antara Joko Widodo dengan Prabowo Subianto dengan masing-masing didampingi calon Wakil Presiden yang baru. KH. Ma'ruf Amin mendampingi Joko Widodo dan Prabowo Subianto didampingi Sandiaga Salahuddin Uno. Pasangan calon Presiden Joko Widodo - KH. Ma'ruf Amin diusung oleh PDI Perjuangan (PDIP), Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), Partai Golongan Karya (Partai Golkar), Partai Persatuan Pembangunan (PPP), Partai Hanura, Partai Keadilan Persatuan Indonesia (PKP Indonesia), Partai Solidaritas Indonesia (PSI), Partai Persatuan Indonesia (Perindo). Sementara calon Presiden Prabowo Subianto - Sandiaga Salahuddin Uno diusung oleh Partai Gerindra (Gerindra), Partai Keadilan Sejahtera (PKS), Partai Amanat Nasional (PAN), Partai Demokrat (PD), dan Partai Berkarya.

Gambar 2.2 Calon Presiden dan Wakil Presiden 2019 dan Partai Pengusungnya.



Sumber : Keputusan KPU RI Nomor 1142 /PL.02.2-Kpt/06/KPU/IX/2018

Pasca rekapitulasi hasil pemilu secara nasional, pada tanggal 30 Juni 2019 KPU menetapkan pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden Terpilih atau tiga hari setelah MK memutuskan Putusan Nomor 01/PHPU-PRES/XVII/2019 tentang

sengketa hasil pilpres. Melalui Keputusan KPU Nomor 1185/PL.01-Kpt/06/KPU/VI/2019, KPU menetapkan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden terpilih yaitu H. Joko Widodo dan KH. Ma'ruf Amin sebagai Presiden dan Wakil Presiden dengan perolehan suara sebanyak 85,607,362 atau 55.50% dari keseluruhan suara sah secara nasional. Perolehan suara Pasangan Joko Widodo - Ma'ruf Amin berhasil unggul di 21 provinsi dan luar negeri sedangkan di 13 provinsi keunggulan menjadi milik Pasangan Prabowo - Sandiaga Uno.

Tabel 2.4 Perolehan Suara Sah Nasional Pilpres

No	Nama Pasangan Calon	Perolehan Suara	Prosentase
1.	H. Joko Widodo dan KH. Ma'ruf Amin	85,607,362	55.50 %
2.	H. Prabowo Subianto dan H. Sandiaga Salahuddin Uno	68,650,239	45.50 %
Jumlah		154,257,601	100.00 %

Sumber : Keputusan KPU Nomor 1185/PL.01-Kpt/06/KPU/VI/2019

2.3 Media Sosial

Kehadiran internet diharapkan banyak ahli untuk menjadi ruang publik digital (*cyber space*) yang ideal karena internet membangun komunikasi yang memiliki jangkauan tak terbatas. Di *cyber space* masyarakat dapat bertemu berbagai pihak dan berinteraksi dengan bebas. Dalam bidang politik, internet dipandang sebagai harapan baru untuk membentuk demokrasi yang lebih baik.

Dalam konteks praktik demokrasi, media sosial mempunyai empat manfaat, yaitu (1) sebagai akses informasi, yang mampu mendahulukan kepentingan umum dan dapat menampung aspirasi masyarakat; (2) akses interaksi, tingkat pengguna media sosial yang tinggi menjadi sarana penguatan

demokrasi, karena media sosial mendukung interaksi antar pengguna di dunia maya; (3) akses partisipasi, media sosial menjadi sarana baru untuk mendorong masyarakat ikut berpartisipasi di semua aspek kehidupan, dan; (4) akses desentralisasi informasi, media sosial memaksa pemerintah lebih dekat dengan masyarakat sehingga memudahkan masyarakat terlibat dalam praktik demokrasi (Latief, 2019:278).

Menurut Van Dijk (dikutip dalam Nasrullah, 2015), media sosial adalah *platform* media berupa sekumpulan perangkat lunak yang memfasilitasi individu untuk berkomunikasi, membentuk komunitas, bermain dan berbagi. Secara umum media sosial diartikan sebagai sarana beraktivitas di internet yang bersifat dua arah dan berfungsi sebagai media berbagi (*sharing*), kolaborasi (*collaborating*) dan saling berkenalan (*connecting*) (Puntoadi, 2011).

Media sosial sebagai bagian dari media siber memiliki karakteristik tersendiri, menurut Nasrullah (2015) karakteristik media sosial yaitu (1) Jaringan (*Network*), jaringan adalah infrastruktur yang menghubungkan antar perangkat keras yang diperlukan agar terbangun komunikasi antar perangkat; (2) Informasi (*Informations*), informasi menjadi bagian penting dari media sosial karena isi dari media sosial itu sendiri merupakan hasil dari olahan informasi dari penggunanya; (3) Arsip (*Archive*), arsip menjadi elemen penting supaya informasi bisa tersimpan dan dapat diakses melalui berbagai perangkat di berbagai waktu; (4) Interaksi (*interactivity*), media sosial membentuk jaringan komunikasi yang memperluas jaringan pertemanan yang dibentuk melalui interaksi; (5) Simulasi Sosial (*simulation of society*), media sosial merupakan masyarakat sosial di dunia

siber. Kondisi antara media sosial dan dunia nyata memiliki perbedaan dan keunikannya tersendiri; (6) Konten oleh pengguna (*user-generated content*), isi dari media sosial merupakan buatan atau kontribusi dari pemilik akun. Media sosial memberikan kesempatan lebih luas kepada penggunanya untuk berkreasi.

Menurut Nasrullah (2015) Media sosial juga dapat dibagi menjadi 6 jenis, yaitu (1) Jejaring Sosial (*Social networking*), jenis ini merupakan yang paling populer. Jenis ini digunakan untuk melakukan hubungan sosial dengan membentuk jaringan pertemanan baik dengan yang sudah dikenal di dunia nyata maupun yang belum dikenal; (2) Jurnal Online (*Blog*), jenis ini digunakan untuk mengunggah aktifitas sehari-hari, saling berkomentar dan berbagi informasi; (3) Microblog (*Micro-blogging*), media sosial ini mirip dengan jurnal online (*blog*) perbedaannya hanya pada jumlah karakter yang dapat dituliskan oleh penggunanya. Contoh media sosial mikroblog adalah *Twitter*; (4) Media Berbagi (*Media sharing*), jenis ini memungkinkan penggunanya untuk berbagi *video, file, audio*, gambar dan lainnya. Contoh media sosial ini adalah *Youtube* dan *Instagram*; (5) Penanda sosial (*Social Bookmarking*), media sosial ini digunakan untuk menyimpan, mengelola, mengorganisasi dan mencari informasi maupun berita secara online; (6) Media konten bersama (*Wiki*), konten dari media sosial ini adalah kolaborasi dari penggunanya. Konten media sosial ini umumnya berisi pengetahuan hingga sejarah.

Dalam hal demokrasi, media sosial memberikan manfaat sebagai (1) sebagai sarana untuk mengekspresikan ide, informasi dan opini; (2) membuka

kesempatan lebih luas untuk berkomunikasi; (3) meningkatkan lalu lintas komunikasi dan informasi secara cepat; (4) membuka kesempatan untuk meraih massa pendukung dengan efektif dan efisien; (5) membuka kesempatan untuk memperoleh pendukung baru dari kelompok usia muda yang tidak tersentuh oleh media *mainstream* organisasi; (6) media sosial membuka komunikasi secara global, dan; (7) memungkinkan organisasi untuk memperoleh data atau informasi dengan cepat (Latief, 2019:278).

Media sosial mendukung kebutuhan manusia untuk interaksi sosial menggunakan teknologi berbasis internet dan mengubah media penyiaran monolog menjadi dialog. Media sosial menyediakan solusi untuk hampir semua kebutuhan dan mendukung interaksi sosial secara luas. Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi dengan memberikan kesempatan pengguna yang awalnya sebagai konsumen konten untuk menjadi produsen konten. Individu dapat aktif memproduksi dan memanipulasi konten dengan cara mudah dan cepat. Sebagai produsen konten melahirkan manipulasi opini dan juga *buzzer*. Sehingga harus diakui bahwa media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari masyarakat.

Sifat media sosial yang informatif, interaktif dan partisipatoris digunakan masyarakat sebagai sarana meningkatkan partisipasi politik warga negara seperti yang dinyatakan oleh Pratkanis & Aronson (2001 : 29). Momen awal penggunaan media sosial dalam ranah politik adalah ketika pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah (Pilkada) DKI Jakarta di tahun 2012. Saat itu media sosial digunakan untuk meningkatkan partisipasi politik dan keterlibatan

masyarakat. Media sosial seperti *Twitter*, *Youtube*, *Facebook*, *Instagram*, dan *Whatsapp* memainkan peran besar dalam menyebarkan pesan kampanye dan diskusi tentang Pemilu.

Selain dampak positif, internet juga membawa dampak negatif. Internet yang digadang-gadang sebagai *cyber space* yang bebas, namun pada kenyataannya hal tersebut sulit diwujudkan. Internet sebagai sarana yang penuh kebebasan memunculkan pihak-pihak yang memanfaatkannya untuk menyebarkan pendapat maupun berita yang belum jelas kebenarannya. Keadaan tersebut jelas terlihat di media sosial seperti *Whatsapp*, *Facebook*, *Instagram*, *Youtube* dan *Twitter*. Para pengguna media sosial ini sangat bebas mengirimkan pesan maupun membuat status yang berisi pesan maupun informasi yang bersifat positif sampai dengan konten negatif. Pesan tersebut menyebar secara berantai dengan cara dikirimkan kembali (*forward*) kepada banyak orang melalui media sosial. Tidak sedikit orang yang memanfaatkan keadaan ini.

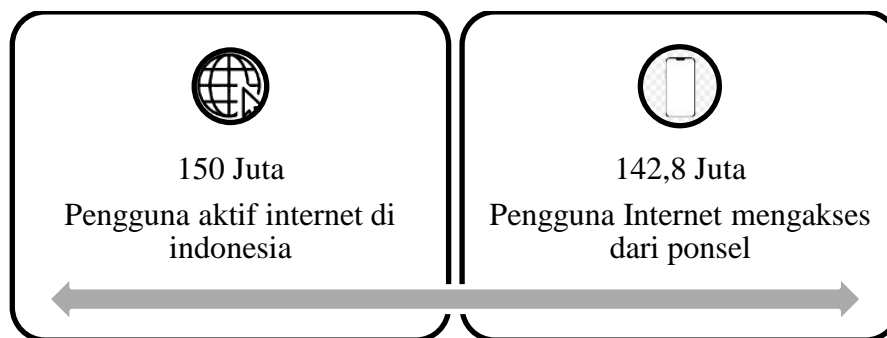
Kehadiran media sosial dengan fitur berbagi (*share*), menyukai (*like*), tagar (*hashtag*) dan topik terkini (*trending topic*) telah berpengaruh dalam peredaran informasi di masyarakat. Dengan fitur-fitur tersebut berita dan informasi dapat tersebar dan menjadi viral dalam waktu cepat (Gumilar et al., 2017). Media sosial turut berperan dalam perubahan cara partisipasi politik masyarakat. Melihat kasus-kasus yang terjadi pada Pemilu 2019, media sosial semakin menjadi andalan dalam kampanye-kampanye politik. Penggunaan media sosial pada Pemilu 2019 terbagi menjadi segmennya masing-masing, facebook digunakan

oleh masyarakat berusia diatas 30 tahun, Twitter dan Instagram oleh pengguna berusia muda, dan Youtube yang nyaris digunakan oleh semua kalangan usia.

2.4 Klasifikasi Hoaks

Maraknya penggunaan konten hoaks pada Pemilu 2019 tidak dapat lepas dari pengaruh perkembangan internet dan media sosial yang menyediakan jaringan komunikasi dengan cepat dan tanpa batas. Sejak tahun 2010, internet di Indonesia mengalami perkembangan pesat dengan masuknya internet ke pelosok desa yang mengakibatkan semakin mudahnya masyarakat memperoleh informasi. Pada tahun 2019 menurut hasil survei *We Are Social*, pengguna internet di Indonesia pada tahun 2019 mencapai 150 juta dengan 142.8 juta pengguna mengakses dari ponsel pintar.

Gambar 2.3 Jumlah pengguna internet di Indonesia



Sumber : <https://datareportal.com/reports/digital-2019-indonesia>

Hoaks mengacu pada konten atau narasi yang sengaja dibuat dan disebarluaskan di media online maupun media sosial dengan tujuan untuk menyesatkan masyarakat dan memanipulasi opini masyarakat. Konten hoaks seringkali terlihat kredibel namun dimaksudkan untuk memanipulasi opini publik.

Pada tahun 2019 terdapat 150 juta penduduk atau 56% menjadi pengguna aktif dari media sosial dan 130 juta diantaranya mengakses dari ponsel pintar bertambah 15% atau sekitar 20 juta pengguna selama periode Januari 2018 sampai Januari 2019. Rata-rata pengguna internet di Indonesia menghabiskan 3 jam 26 menit setiap harinya di media sosial serta rata-rata pengguna sosial media di Indonesia memiliki 11,2 akun (We Are Social, 2019).

Hoaks dapat dipahami sebagai informasi yang sengaja dibuat dan disebarluaskan dengan tujuan menipu, membuat situasi tidak stabil, menyesatkan dan menggiring opini. Hoaks umumnya berbentuk berita palsu (*false news*) atau informasi yang tidak akurat dan beredar di media sosial dengan memanfaatkan fitur serta algoritma media sosial. Hoaks juga dapat diartikan sebagai informasi yang direkayasa dengan cara memutarbalikkan fakta atau pun mengaburkan informasi, sehingga pesan yang benar tidak dapat diterima seseorang.

Penyelenggaraan Pemilu 2019 menghadapi permasalahan salah satunya adalah masifnya penggunaan dan penyebaran hoaks. Konten hoaks tersebar dengan mudah memanfaatkan kemajuan teknologi internet dan media sosial. Media sosial yang membuka ruang diskusi dan informasi ternyata juga memudahkan penyebaran hoaks. Memanfaatkan algoritma media sosial, konten hoaks dapat menjadi viral dan menjadi polemik dalam waktu singkat yang berdampak pada kehidupan sosial politik dan demokrasi di Indonesia.

Konten hoaks pada umumnya dibangun melalui opini publik tanpa memperhatikan fakta-fakta di lapangan (Mahsun, 2019:12). Dengan menggunakan

judul yang provokatif dan didukung literasi yang rendah, hoaks menjadi semakin mudah tersebar di masyarakat. Perkembangan penetrasi internet di Indonesia membuat media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Whatsapp*, *Instagram*, dan lainnya menjadi sarana efektif untuk mendistribusikan hoaks (Hidayat, 2020 : 37). Penggunaan hoaks dalam pemilu di Indonesia sudah dimulai sejak era internet, semakin memuncak pada tahun 2012 saat penyelenggaraan Pilkada DKI Jakarta. Menurut penelitian Kominfo, selama masa Pemilu 2019 terdapat 771 konten hoaks hanya pada periode Agustus 2018 sampai dengan Februari 2019 dan diindikasikan semakin meningkat mendekati hari pemungutan suara pada 17 April 2019.

Hoaks adalah salah satu jenis manipulasi yang digunakan dalam Pemilu dan bertentangan dengan norma ideal demokrasi (Khalyubi & Perdana, 2021). Manipulasi dalam bentuk hoaks dengan tujuan menyebarkan disinformasi dan menipu pemilih untuk mencegah pemilih memilih partai atau kandidat, tindakan ini dapat dikategorikan sebagai manipulasi pra pemilu (Schedler, 2004). Berdasarkan pendapat tersebut, hoaks merupakan salah satu bentuk manipulasi informasi yang digunakan dalam masa pemilu untuk mempengaruhi pilihan pemilih.

Secara umum terdapat tiga jenis manipulasi informasi. Misinformasi dipahami sebagai informasi menyesatkan namun disebarkan oleh orang yang percaya informasi itu adalah benar. Disinformasi adalah informasi menyesatkan yang disebarkan oleh orang yang mengetahui bahwa itu adalah informasi salah

dan menyebarkannya dengan tujuan yang jelas. Malinformasi adalah informasi yang benar namun disebar untuk membuat kekacauan, jenis ini seringkali membawa informasi pribadi ke ranah publik (Wardle & Derakhsan, 2017).

2.4.1. Disinformasi

Persebaran narasi hoaks yang beredar luas dapat memanipulasi opini dan meningkatkan ketidakpercayaan masyarakat terhadap lembaga maupun individu. Disinformasi adalah informasi menyesatkan yang disebar dengan sengaja berawal dari individu yang berkepentingan untuk suatu kepentingan. Dalam konteks politik, disinformasi diproduksi oleh *buzzer* untuk memenuhi pesanan elit politik dengan tujuan meraih simpati serta menyudutkan lawan politik. Fakta mengejutkan dalam penyebaran hoaks pada masa pemilu adalah bahwa masyarakat percaya informasi tidak akurat yang diperoleh dari media sosial dan secara sukarela membagikannya.

Penggunaan disinformasi di media sosial pada masa pemilu di Indonesia berawal dari Pilkada DKI Jakarta 2012, disinformasi beredar luas pada kala itu, terdapat 92,4% hoaks di media sosial (kumparan.com). Media sosial merupakan sumber berita yang relevan bagi sebagian besar masyarakat, tetapi hal itu tidak selalu menghasilkan pengetahuan politik. Media sosial memuat informasi yang beragam, informasi dapat disediakan tanpa verifikasi dan dibagikan untuk menyesatkan publik.

Melalui Media sosial, individu lebih potensial menerima hoaks daripada menerima klarifikasi atau koreksi dari informasi yang menyesatkan. Penggunaan

disinformasi dalam bidang politik sebagai strategi politik di media sosial dengan cara menebarkan disinformasi untuk meraih suara dan menciptakan polarisasi. Disinformasi yang tersebar luas bertujuan memanipulasi ruang publik dengan memanfaatkan degradasi kepercayaan kepada pemerintah dan aktor negara.

Terdapat 2 motivasi penyebaran disinformasi di media sosial. Pertama motivasi politik, disinformasi dengan motif politik disebar dengan sengaja sebagai upaya mengaburkan kepercayaan di masyarakat. Kedua adalah motivasi finansial, motivasi ini digerakkan oleh individu atau sekelompok individu dengan kepentingan ekonomi. Mereka memanfaatkan iklan-iklan di media sosial untuk meraup keuntungan. Disinformasi bekerja dengan cara membanjiri masyarakat dengan informasi menyesatkan yang kemudian membuat masyarakat kehilangan kepercayaan kepada lembaga dan pemerintah. Motif finansial dan motif politik berkontribusi menyuburkan disinformasi di media sosial.

Fitur-fitur media sosial seperti fitur tagar di Media Sosial *Twitter* memainkan peran penting dalam memperkuat arus disinformasi. Aktivitas *buzzer* yang menyebarkan disinformasi secara terkoordinasi ditambahkan dengan tagar yang digunakan secara berlebihan meningkatkan kemungkinan konten menjadi topik hangat di Media Sosial *Twitter* (*trending topic*). Sebagai contoh tagar *##INAelectionObserverSOS* yang viral pada tahapan pemungutan hingga penetapan hasil Pemilu 2019. Tagar tersebut diselipkan tidak hanya pada konten politik, segala konten yang diproduksi oleh *buzzer* disisipkan tagar ini lebih dari 1 kali. Akibatnya tagar ini menjadi *trending topic* dalam waktu singkat.

Media sosial menjadi arena favorit bagi *buzzer* untuk menyebarkan disinformasi. Media Sosial *Facebook* dan *Twitter* menjadi yang paling banyak digunakan untuk menyebarkan informasi menyesatkan. Kajian tentang disinformasi pemilu di media sosial memiliki ikatan kuat dengan berkembangnya disinformasi sebagai alat yang tidak adil, memihak dan menyesatkan publik. Konten-konten disinformasi dibuat dengan menggunakan teknik penonjolan dengan cara pengulangan, pengkaitan dan serangkaian narasi argumentatif untuk mengeluarkan sisi positif aktor politik disertai dengan narasi sisi negatif dari lawan politik.

Disinformasi tentang pemilu bernuansa propaganda dibuat dengan teknik penyembunyian (*downplay*). Teknik penyembunyian dilakukan dengan mengubah atau mengaburkan fakta dengan maksud menyembunyikan sisi negatif aktor politik dan menunjukkan sisi negatif lawan politik. Konten disinformasi pada Pemilu 2019 memiliki kecenderungan bernuansa prasangka negatif terhadap kandidat dan penyelenggara Pemilu. Disinformasi terkait pemilu di media sosial terjadi karena kepentingan politik, media sosial dipandang sebagai alat yang tepat untuk membantu mencapai kepentingan itu.

Arus informasi menyesatkan yang terjadi di media sosial pada Pemilu 2019 semakin tidak menentu dengan sejumlah akun media sosial dari media mainstream yang ikut membuat konten dengan judul berita yang menggiring opini. Seperti akun resmi detikcom (@detikcom) yang pada 6 Mei 2019 memuat judul “Ribuan formulir C1 asal Jawa Tengah yang isinya menguntungkan

pasangan 02 diamankan di Menteng, Jakarta Pusat. Berikut rinciannya: #Pilpres2019 #Pemilu2019”. Judul yang menarik pembaca itu dikomentari sebanyak 329 kali, 675 kali Retweet dan respon 873 kali. Akun resmi VivaCoid (@VIVAcoid) pada 23 April 2019 memuat berita dengan judul “Suara Jokowi Awalnya 16 Jadi 132 di TPS Desa Rumah Prabowo <http://dlvr.it/R3M1gr> #Pemilu2019”. Berita dengan judul berpotensi menggiring opini itu dikomentari 394 kali, *Retweet* 3.659 kali dan respon 4.891 kali.

2.4.2. Misinformasi

Media sosial dan digitalisasi di masyarakat semakin meningkatkan fenomena post-truth di masyarakat. Post-truth adalah ketidakjelasan batas antara kebohongan dan penjelasan tentang kebenaran. Istilah post-truth di Indonesia bermula dari pernyataan Joko Widodo pada 2019 tentang suasana politik yang dipenuhi kabar menyesatkan yang terus berulang-ulang (Tempo.com). Kondisi tersebut berkaitan dengan Pemilu 2019 pada saat fakta objektif tidak dapat menarik kepercayaan dan membentuk opini publik. Pada saat itu berbagai gerakan dan tokoh yang berseberangan dengan *incumbent* gencar menggunakan narasi disinformasi dan misinformasi di media sosial untuk menurunkan kepercayaan kepada penyelenggara pemilu, pemerintah dan media mainstream.

Pengaruh berkembangnya media sosial dan internet membuat penyebaran hoaks semakin sulit untuk dibendung. Hal ini terjadi dilandasi oleh transformasi konsumsi media di masyarakat dari media mainstream beralih ke media sosial. Dengan transformasi itu, seluruh aspek kehidupan masyarakat kini telah

terpengaruh dengan media sosial. Meningkatnya pengguna media sosial telah berkontribusi pada meningkatnya fenomena post-truth di Indonesia. Sejak Pilkada 2012 telah terjadi peningkatan penggunaan hoaks di arena politik Indonesia. Sejak saat itu, hoaks dan media sosial telah digunakan untuk memanipulasi opini masyarakat dengan konten menyesatkan untuk menyebarkan kebohongan.

Narasi-narasi yang berkembang tanpa disertai data dukung yang mumpuni mendapat dukungan dari masyarakat yang mendukung masing-masing kandidat pada Pemilu 2019. Kondisi itu memunculkan fenomena polarisasi di masyarakat dengan terkenalnya sebutan “*cebong*” dan “*kampret*”. Pandangan masyarakat perlahan digiring menuju fakta menyesatkan sehingga menciptakan kondisi *post-truth*. Kemunculan kondisi *post-truth* pada Pemilu 2019 ditandai dengan ketidakpercayaan terhadap kandidat dan penyelenggara Pemilu serta media *mainstream*. Seluruh berita fakta dianggap sebagai langkah menutupi kecurangan untuk kepentingan pemerintah dan incumbent.

Gangguan informasi dalam bentuk misinformasi selalu terlihat di setiap penyelenggaraan Pemilu. Misinformasi beredar melalui setiap saluran yang dapat diakses oleh masyarakat. Banyaknya misinformasi membuat masyarakat mudah membuat keputusan keliru karena memilih sumber informasi yang salah. Gangguan informasi ini selain dapat menyesatkan masyarakat, juga merusak demokrasi karena munculnya polarisasi baik di masyarakat maupun di elit politik (Muda. et. al, 2023:7). Menurut Masduki (dikutip oleh Wedhaswary, 2023)

penyebaran misinformasi pada masa pemilu motifnya tidak hanya politik, tetapi juga motif bisnis.

Misinformasi banyak digunakan kalangan akademik sebagai istilah yang mencakup semua informasi menyesatkan yang beredar di media sosial. Misinformasi disebut demikian karena untuk mengklasifikasi apakah informasi menyesatkan sengaja atau tidak sengaja dibuat sangat sulit dilakukan di media sosial apapun. Kondisi bahwa semua pengguna dapat menuliskan dan menyebarkan apapun yang membuat proses klasifikasi menjadi sulit. Misinformasi dan disinformasi memiliki kesamaan dampak yaitu informasi tidak akurat yang tersebar di media sosial dapat menimbulkan masalah dan memiliki efek destruktif jika tidak ditanggulangi dengan cepat.

Contoh misinformasi yang muncul pada Pemilu 2019 adalah berita terkait pengumuman penetapan hasil Pemilu oleh KPU RI yang dilakukan pada dini hari tanggal 21 Mei 2019 adalah tidak sah. Misinformasi tersebut berawal dari peristiwa penetapan hasil Pemilu 2019 yang dilakukan oleh KPU sehari lebih awal sebelum tahapan rekapitulasi hasil penghitungan suara pada 22 Mei 2019. Misinformasi ini menyebar secara bersamaan di Media Sosial *Facebook*, *Twitter* dan Aplikasi Percakapan *Whatsapp*. Narasi menyesatkan tersebut diperkuat dengan tagar *#INAElectionObserverSOS* untuk meyakinkan khalayak bahwa telah terjadi kecurangan yang terstruktur, masif dan sistematis pada Pemilu 2019. Misinformasi ini kemudian menyulut aksi kekerasan di DKI Jakarta pada bulan Mei 2019.

Selama penyelenggaraan Pemilu 2019, banyak informasi bermunculan di media sosial yang kebenarannya masih diragukan. Kondisi ini terjadi karena kontestasi pada Pemilu 2019 sangat menarik perhatian masyarakat, sehingga masyarakat berusaha mencari informasi dan menyebarkan informasi yang sesuai pendapat mereka. Semakin banyak informasi yang beredar semakin memperbesar peluang terjadinya misinformasi di Pemilu 2019.

Misinformasi yang terus beredar membentuk kesalahpahaman yang berpotensi berakibat buruk terhadap pengetahuan kepemiluan masyarakat. Salah satu misinformasi yang bertahan dari Pemilu ke Pemilu adalah tentang penggunaan aplikasi SITUNG. Banyak masyarakat Indonesia meyakini bahwa proses rekapitulasi setelah diperkenalkannya SITUNG adalah rekapitulasi elektronik. Pada kenyataannya, SITUNG hanya sebagai alat bantu dokumentasi dan percepatan informasi, rekapitulasi hasil penghitungan suara masih menggunakan rekapitulasi berjenjang. Pengertian rekapitulasi berjenjang pun masih terdengar awam di masyarakat, masyarakat memahami rekapitulasi berjenjang dilakukan dengan menghitung kembali surat suara di setiap tingkatan.

Selain SITUNG, masih ada misinformasi tentang perolehan suara parpol untuk calon legislatif nomor urut 1 dan tentang penetapan calon terpilih. Informasi ini sangat bertentangan dengan UU No. 7 Tahun 2017 Tentang Pemilu, jika masyarakat mau membaca UU ini, maka misinformasi itu tidak akan terjadi. Faktanya misinformasi tentang penetapan masih bertahan di setiap pemilu. Hal ini

membuktikan bahwa minat baca masyarakat masih rendah dan masyarakat terjebak dalam fenomena *post-truth*.

2.4.3. Malinformasi

Menghadapi era digital dan adanya ruang publik siber menjadikan masyarakat memerlukan kemampuan mengolah informasi agar tidak terjebak dalam narasi hoaks. Kemampuan membaca dan menganalisa kritis harus dimiliki setiap individu untuk menangkal hoaks yang memenuhi Pemilu 2019. Kondisi masyarakat Indonesia yang memiliki minat baca rendah namun aktif di media sosial menjadikan masyarakat rawan terpapar narasi hoaks.

Media sosial selama penyelenggaraan Pemilu 2019 dipenuhi dengan konten maupun informasi yang simpang siur. Informasi di media sosial yang dapat dibaca oleh masyarakat sangat banyak sehingga membuat masyarakat menjadi bingung yang membuat masyarakat salah mengambil keputusan. Keadaan tersebut dapat lebih mudah teratasi jika masyarakat memiliki minat baca dan mampu memahami narasi dalam konten.

Kondisi politik Indonesia pada tahapan penyelenggaraan Pemilu, mulai dari Oktober 2018 sampai dengan pelantikan Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia dipenuhi dengan narasi yang menyesatkan. Narasi menyesatkan yang beredar membahas berbagai hal mulai tentang latar belakang para calon presiden, kecurangan pemilu melalui *e-voting*, penggunaan kotak suara kardus, dan mobilisasi massa dengan dalih menolak hasil Pemilu.

Menurut UNESCO, malinformasi adalah informasi yang dapat dipercaya kebenarannya namun dikemas untuk merugikan orang lain atau menggiring ke kondisi yang bukan ke arah kepentingan publik. Salah satu contoh malinformasi adalah ujaran kebencian (*hate speech*), perundungan siber (*cyberbullying*), pelecehan verbal, serta penyebaran informasi hasil pelanggaran privasi dan data pribadi (UNESCO, 2019). Ujaran kebencian adalah narasi kasar di media sosial yang bertujuan menyudutkan suatu kelompok masyarakat, sedangkan perundungan siber adalah intimidasi secara online di media sosial.

Salah satu contoh *cyberbullying* adalah kala pernyataan Ketua KPU Periode 2017-2022 Arief Budiman menyatakan “Kalau kami ini dituduh curang, untuk apa kami mempertontonkan kecurangan kami? Mestinya curang itu disembunyikan, Ini kan kami buka, silahkan masyarakat memberikan masukan kepada kita kalau ada yg salah silahkan dikoreksi, kami akan melakukan itu”. Unggahan oleh akun resmi KPU justru mendapat serangan perundungan siber dari berbagai akun pendukung kandidat yang kalah. Unggahan di media sosial resmi KPU lainnya juga tidak lepas dari perundungan siber yang dilakukan warganet.

Ketiga jenis manipulasi informasi tersebut berpotensi memengaruhi keputusan pemilih dalam menggunakan hak pilihnya. Hal ini sejalan dengan pernyataan Schedler (sebagaimana dikutip dalam Khalyubi & Perdana, 2021) bahwa manipulasi informasi pada masa pemilu berkaitan dengan strategi memengaruhi pemilih dengan penyebaran informasi menyesatkan. Tujuan dari penyebaran informasi menyesatkan itu salah satunya adalah mencegah seseorang

atau sekelompok orang mendukung dan bersimpati terhadap kandidat atau partai politik.

2.5 Penyebab Munculnya Hoaks

Untuk memahami strategi penanggulangan hoaks, perlu memahami terlebih dahulu tentang bagaimana hoaks muncul dan menyebar. Berkembangnya era informasi dan internet menyebabkan informasi dengan mudah menyebar dengan sekali sentuhan jari. Hal demikian juga terjadi pada proses akses terhadap informasi. Masyarakat mudah mengirimkan dan menerima informasi dari internet dan media sosial. Bagi sebagian masyarakat, menerima informasi mendorong keinginan untuk membagikannya kembali. Praktik demikian lebih berbahaya dibandingkan penyebaran disinformasi yang disengaja.

Hoaks merupakan masalah lama yang semakin kuat dengan dukungan teknologi informasi. Hoaks yang menyebar dengan cepat berpotensi menutupi kebenaran (mediadefence.org). Menurut penelitian UNESCO seperti dikutip oleh mediadefence.org terdapat tiga penyebab yang mendorong penyebaran informasi menyesatkan, antara lain :

1. Pergeseran model informasi di media sosial. Konsumen informasi pada era digital mengalami pergeseran dari informasi dengan alur tradisional melalui redaksi dan editor menjadi informasi langsung dari orang ke orang dengan informasi yang sesuai keinginan. Pola informasi orang ke orang menyebabkan berkurangnya kontrol atas kualitas. Normalisasi penggunaan umpan klik (*click bait*) yang cenderung mengarah ke narasi menyesatkan

menjadikan informasi di media sosial terkadang tidak memiliki standar yang benar.

2. Transformasi digital dari media cetak dan elektronik. Seiring dengan perkembangan media sosial, industri berita juga terkena dampaknya. Perubahan yang dibawa media sosial mendorong berita untuk segera dipublikasikan di media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. Pemenuhan kebutuhan informasi yang tergesa-gesa untuk mengejar status berita viral berpotensi menurunkan kualitas dan akurasi dari berita itu sendiri.
3. Terciptanya ekosistem informasi yang baru. Meningkatnya akses internet dan media sosial mendorong munculnya komunitas pengguna yang memiliki pemahaman yang sama. Sesama pengguna dengan gagasan serupa dapat bertemu dengan difasilitasi media sosial dengan algoritma ruang gema (*echo chamber*). Komunitas yang terbentuk memungkinkan informasi menyebarkan untuk berkembang lebih cepat karena komunitas itu memahami bahwa informasi tersebut adalah benar dan tidak ada yang mengoreksinya. Keberadaan media sosial juga menyebabkan jika informasi sudah beredar maka tidak mungkin untuk ditarik kembali.

Ketiga penyebab diatas menimbulkan kesulitan bagi pengguna media sosial untuk menghindari terpapar narasi hoaks. Ekosistem baru yang terbentuk merupakan arena menarik bagi aktor jahat untuk menyebarkan disinformasi.

2.6 Hoaks Pemilu 2019

Hoaks Pemilu 2019 tidak lepas dari pengaruh kontestasi Pemilu sebelumnya yang masih menyisakan residu berupa polarisasi yang membagi masyarakat menjadi dua kubu. Pemilu 2019 justru semakin mempertajam polarisasi yang sudah ada, kejadian ini sebagai dampak dari berulangnya kontestasi dengan kontestan yang sama, yaitu Joko Widodo dan Prabowo Subianto. Sama halnya dengan pada Pemilu 2014 dan Pilkada DKI Jakarta 2017 hoaks yang beredar mengandung isu politik yang dicampur dengan isu SARA.

Isu SARA bercampur politik menjadi favorit karena hoaks dengan unsur ini lebih mudah menyebar dengan memanfaatkan sentimen yang terbentuk dari polarisasi. Konten hoaks digunakan politisi untuk memobilisasi dukungan dan meraih simpati berhasil menarik masyarakat untuk membaca dan ikut menyebarkannya di media sosial. Para *buzzer* produsen hoaks sangat memahami bahwa masyarakat Indonesia suka dan mudah tertarik dengan konten maupun berita dengan judul yang menggugah emosi. Dengan bermodalkan konten hoaks dengan bumbu provokatif, masyarakat menjadi tertarik membacanya dan menyebarkannya tanpa mencari tahu kebenaran isi konten itu.

Konten hoaks dibentuk dan dikemas secara menarik agar informasi yang dimuat terlihat benar dan meyakinkan. Hoaks selalu disusun dengan bahasa yang berlebihan dan memancing emosi pembacanya sehingga muncul keinginan untuk membagikannya. Hoaks dapat dikenali dari gaya bahasa yang provokatif dan menyerang pihak lawan, isi hoaks diambil dari media resmi dan dapat dipercaya

namun mengalami perubahan di isi sesuai dengan keinginan pembuatnya. Untuk meyakinkan pembacanya, hoaks menyertakan gambar dan video hasil olahan yang ditambahkan narasi hiperbola.

Penggunaan hoaks pada Pemilu 2019 mengalami peningkatan jika dibandingkan dengan Pemilu sebelumnya, berdasarkan data yang dipublikasikan oleh MAFINDO bahwa selama Juli sampai dengan September 2018 saja sudah terdeteksi 230 konten hoaks (MAFINDO, 2019). Jumlah itu semakin meningkat seiring semakin dekatnya menuju hari pemungutan suara. Konten hoaks yang tersebar berupa berita palsu seputar politik yang menyerang kandidat, peserta Pemilu dan penyelenggara Pemilu.

Tabel 2.5 Jumlah temuan kasus hoaks di tahun 2019

Bulan (Tahun 2019)	Jumlah Kasus Hoaks
Januari	62
Februari	65
Maret	130
April	300
Mei	127
Juni	65
Juli	69
Agustus	15
September	20
Oktober	31
November	25
Desember	13

Sumber : Mafindo

Dari tabel 2.5 diatas dapat dilihat bahwa jumlah konten hoaks mengalami trend peningkatan sampai bulan April, kemudian semakin menurun dan naik kembali di bulan Oktober. Peningkatan di bulan April karena bulan April adalah bulan pelaksanaan Pemilu 2019 yaitu pada tanggal 17 April 2019 dan Pelantikan Presiden dan Wakil Presiden RI pada tanggal 29 Oktober 2019.

Selain peningkatan jumlah konten hoaks pada Pemilu 2019 jika dibandingkan dengan Pemilu 2014. Hoaks yang beredar pada Pemilu 2019 memiliki tujuan yang berbeda dari hoaks pada Pemilu 2014. Hoaks pada Pemilu 2014 memiliki tujuan untuk mengubah persepsi masyarakat dan menyerang serta menjatuhkan elektabilitas lawan politik. Hoaks Pemilu 2014 bertujuan utama memelihara polarisasi yang sudah terbentuk sejak Pilkada DKI Jakarta 2012. Sedangkan pada Pemilu 2019, hoaks yang beredar bertujuan memanaskan emosi pendukung yang sudah terpolarisasi sejak 2014. Hoaks pada 2019 lebih mengarah kepada penggiringan opini publik terhadap penyelenggara Pemilu untuk menurunkan kepercayaan terhadap penyelenggara Pemilu dan hasil Pemilu (Wedhaswary, 2023:47).

Konten hoaks selama penyelenggaran Pemilu 2019 menurut data yang dipublikasikan oleh MAFINDO sebagian besar disebarakan melalui media sosial. Media sosial membuat manusia menjadi lebih mudah berkomunikasi dan menyampaikan gagasan begitu pula dalam menerima informasi dari sesama pengguna media sosial. Informasi yang diterima dari media sosial lebih mudah

diterima tanpa memastikan kebenarannya, hal ini dikenal dengan istilah *post-truth*.

Post-truth ialah kondisi ketika masyarakat tidak lagi memiliki keinginan untuk mengetahui kebenaran dari berita dan informasi yang diperoleh dari media sosial. Kondisi *post-truth* semakin meningkat jika konten hoaks berada di media sosial dalam waktu lama atau berulang-ulang dan mendapatkan *like*, *Retweet*, *share* yang tinggi maupun menjadi topik hangat (*trending topic*) selama beberapa saat. Jika kondisi tersebut terjadi, maka semakin banyak masyarakat yang percaya bahwa konten itu benar tanpa memeriksa kebenarannya. Kondisi itu dimanfaatkan oleh *buzzer* untuk menggiring opini untuk keuntungan ekonomis maupun politik.

Penyelenggara Pemilu khususnya KPU merupakan salah satu sasaran hoaks di media sosial selama Pemilu 2019, hoaks yang menyerang KPU seringkali tidak hanya ditujukan untuk KPU tetapi juga kepada pemerintah yang identik dengan *incumbent*. Sepanjang tahapan penyelenggaraan Pemilu 2019 setidaknya ditemukan 35 konten hoaks yang ditujukan kepada KPU yang beredar di media sosial mulai awal tahapan Pemilu 2019 pada bulan Juli 2018 sampai dengan Desember 2019 pasca pelantikan Presiden dan Wakil Presiden terpilih (Mahsun & Mufrikah, 2019). Konten hoaks yang tersebar di media sosial seperti *Youtube*, *Twitter*, *Facebook*, *Whatsapp* dan *Instagram* adalah konten yang sama yang dimuat ulang. Hoaks seringkali pertama muncul di *Youtube*, *Twitter* dan *Facebook* kemudian dibagikan ulang melalui aplikasi berbagi pesan *Whatsapp*.