

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

2.1 Gambaran Umum Bot di Media Sosial Indonesia

Dalam era perkembangan pesat saat ini, sosial media memungkinkan segala sesuatu dilakukan dengan lebih mudah. Penciptaan bot atau robot bertujuan untuk memudahkan pekerjaan manusia. Kehadiran bot menunjukkan bahwa teknologi digital telah sangat maju. Singkatnya, bot adalah perangkat lunak yang diciptakan untuk menirukan aktivitas manusia. Bot adalah singkatan dari "robot," yang berarti sistem yang melaksanakan tugas tertentu secara otomatis dan terus menerus.

Menurut KBBI, "bot" adalah kependekan dari "robot," yang berarti alat yang dapat bergerak dan berfungsi seperti manusia, dikendalikan oleh mesin¹. Dalam Kamus Oxford, bot merujuk kepada program komputer yang menjalankan tugas otomatis di internet, seperti mengelola langganan atau memberikan pembaruan konten². Sementara itu, pengertian bot menurut Amazon adalah perangkat lunak otomatis yang melakukan tugas berulang melalui jaringan, meniru perilaku manusia dengan lebih cepat dan akurat.³

¹ KBBI. "Robot." Diakses dari [KBBI](#).

²Oxford Learner's Dictionaries. "Bot." Diakses dari [Oxford Learner's Dictionaries](#).

³Amazon Web Services. "Apa itu Bot?" Diakses dari [AWS](#).

Bot dapat beroperasi secara independen dan digunakan untuk berbagai tujuan, seperti interaksi dengan pengguna di situs web (chatbot), pengumpulan data (scraper), atau pemantauan sistem. Namun, terdapat juga bot jahat yang dirancang untuk melakukan aktivitas merugikan, seperti serangan DDoS atau penipuan iklan. Dalam konteks bisnis, istilah BOT (Build Operate Transfer) merujuk pada perjanjian kerjasama antara investor dan pemerintah untuk pembangunan infrastruktur⁴⁵.

Akun bot adalah program perangkat lunak yang diatur secara otomatis untuk menggantikan tugas manusia dalam melaksanakan tugas tertentu. Akun bot memiliki tugas tertentu yang bersifat repetitif dan tidak diintervensi oleh manusia. Bot berfungsi sebagai automasi, melakukan posting secara otomatis, mengikuti, dan berinteraksi dengan pengguna di media sosial tanpa perlu campur tangan manusia. Bot sering kali digunakan untuk menyebarkan informasi atau promosi.

Contohnya, bot dapat membantu penyebaran informasi tentang kegiatan suatu sekolah dan pendaftaran siswa baru melalui website sekolah, menggantikan metode manual yang lebih lambat⁶. Selain itu, bot dapat mengolah sistem pemesanan dan promosi untuk produk seperti gula semut dan produk lainnya di media sosial, sehingga para pelanggan dapat melakukan pembayaran karena

⁴Putra, R. M. (2021). "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce." *Lex Specialist*. Diakses dari [Journal Unsri](#).

⁵Utami, E. (2020). "Analisis Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Kampanye Politik di Kalangan Generasi Milenial." *Jurnal Adigama*. Diakses dari [Journal Untar](#).

terpantik dengan promosi produk tersebut dan melakukan transaksi⁷.

Automasi ini sangat meningkatkan efisiensi dan promosi suatu layanan jasa atau barang, sebab bot dapat dijadwalkan untuk memposting konten promosi secara berkala di berbagai platform media sosial, memastikan konsistensi dan jangkauan yang lebih luas dibandingkan menggunakan intervensi dari admin manusia⁸. Bot juga dapat menjawab pertanyaan secara real-time, memberikan pengalaman interaksi yang lebih baik bagi pengguna. Selain itu, bot dapat mengumpulkan data dari hasil penyebaran dan menganalisisnya untuk memahami tren dan preferensi, yang sangat bermanfaat untuk menyesuaikan strategi dalam berbagai bidang, seperti perdagangan dan politik. Dengan kemampuan ini, bot dapat mengidentifikasi dan menargetkan segmen audiens tertentu dengan pesan yang relevan, memungkinkan pesan tersebut lebih tepat sasaran dibandingkan menggunakan sumber daya manusia⁹.

Organisasi atau individu dapat menggunakan bot untuk menggantikan pekerjaan repetitif yang biasanya dilakukan manusia, dan dengan lebih cepat.

⁶ Lintas.net. "Manfaat Chatbot AI Dalam Bidang Pendidikan." Diakses dari [Lintas.net](https://www.lintas.net).

⁷ Ivosights. "Chatbot: Aplikasi E-Commerce Terbaik untuk Penggunaan, Dijamin Laku." Diakses dari [Ivosights](https://www.ivosights.com).

⁸ Jahan, M. S., Rahman, M. S., & Shakib, M. A. (2021). *Machine learning algorithms for predicting stock market: A systematic review*. Semantic Scholar.
<https://www.semanticscholar.org/paper/908f3b8e0353bcb9ff9a7085d5d474c84a39b606>

⁹ Li, Y., Li, Y., & Liu, W. (2021). *Financial time series forecasting with multi-step attention-based LSTM*. Semantic Scholar.
<https://www.semanticscholar.org/paper/6e1070747747a605c25176f3f2445496c5221dde>

Meskipun bot sangat bermanfaat dalam otomatisasi tugas, mereka juga bisa menjadi alat yang merusak jika disalahgunakan, seperti dalam bentuk malware yang berpotensi merugikan. Contohnya, bot bisa digunakan untuk mengganggu proses demokrasi suatu negara. Di Indonesia, misalnya, bot kerap dipakai untuk memanipulasi opini publik melalui propaganda atau penyebaran informasi secara cepat dan masif.

Dengan memantau dan mengelola banyak akun secara otomatis, aktor politik atau kelompok tertentu dapat menciptakan ilusi dukungan atau penolakan terhadap isu tertentu, serta menutupi fakta yang sebenarnya. Kesulitan dalam membedakan apakah sebuah unggahan berasal dari individu nyata atau hanya program otomatis dapat merusak integritas demokrasi. Meskipun media sosial memberikan akses informasi yang luas dan cepat, platform ini menjadi rentan terhadap hoax dan propaganda, sehingga menyulitkan dalam memastikan bahwa informasi yang beredar benar dan terverifikasi¹⁰¹¹.

Dilema ini menjadi tantangan unik bagi demokrasi di era digital,

¹⁰ Fatmala, F., & Amelia, M. "Penggunaan Akun Bot Media Sosial untuk Memengaruhi Opini Publik dalam Pemasaran Digital." *Semantic Scholar*. Diakses dari <https://www.semanticscholar.org/paper/Penggunaan-Akun-Bot-Media-Sosial-untuk-Memengaruhi-Fatmala-Amelia/7e44eb0acb1cfb05702b8a2c09724b721dbdb3bd>.

¹¹Novisari, M., & Suharso, P. (n.d.). *Politik Digital di Tengah Perkembangan Demokrasi*. Semantic Scholar. Diakses pada 3 November 2024, dari <https://www.semanticscholar.org/paper/POLITIK-DIGITAL-DI-TENGAH-PERKEMBANGAN-DEMOKRASI-Novisari-Suharso/d974b8b3ee2ee2cebd484071ed869bba8ad57ed9>.

menjadikan bot sebagai topik diskusi yang penting dan menarik untuk dibahas.

2.2 Bot dan *Fake Activism*

2.2.1 Sejarah Internet

Internet pertama kali muncul pada tahun 1969 sebagai ARPANET, sebuah proyek Departemen Pertahanan AS yang bertujuan menghubungkan komputer di universitas dan lembaga penelitian di AS. Internet berkembang perlahan, dan pada 1980-an jaringan ini sudah mampu menghubungkan universitas-universitas ternama di AS, meskipun aksesnya masih terbatas. Kemudian, pada 1982, protokol standar TCP/IP mulai diterapkan untuk publik. Pada 1996, National Science Foundation Network (NSFNET) didirikan sebagai pengganti ARPANET, dan jaringan di beberapa negara mulai bergabung¹².

Pada awalnya, informasi yang tersedia di internet hanya berbasis teks. Kemudian, pada 1990-an, layanan dengan tampilan grafis muncul dan dikenal sebagai WWW (World Wide Web), yang mulai dikembangkan oleh CERN (European Organization for Nuclear Research). Tim Berners-Lee dari CERN mengembangkan World Wide Web sebagai sarana untuk berbagi informasi antara para ilmuwan di berbagai institusi di seluruh dunia. CERN juga mengembangkan CERN httpd, salah satu server web pertama yang dirilis pada tahun 1990. Server ini memungkinkan pengguna mengakses informasi secara online dan

¹² CNBC Indonesia. (2022, 21 September). "Mengenal Apa Itu Internet: Sejarah, Perkembangan, & Manfaatnya." Diakses dari [CNBC Indonesia](#).

menjadi pondasi penting bagi pengembangan web yang lebih luas. CERN kemudian menjadi pusat jaringan terbesar di Eropa, karena pada tahun 1991 sekitar 80% dari kapasitas untuk lalu lintas internasional Eropa terpasang di sana.¹³

Pada tahun 1993, InterNIC didirikan sebagai pusat layanan pendaftaran domain di internet. Pembentukan InterNIC ini merupakan respons terhadap kebutuhan untuk mengelola dan mengatur sistem nama domain dan alamat IP, yang sebelumnya hanya berupa simbol numerik. InterNIC bertanggung jawab dalam mengalokasikan nama domain pada sistem Domain Name System (DNS) serta menyediakan layanan terkait lainnya, termasuk direktori dan database bagi pengguna internet.

Awalnya, InterNIC dikelola oleh tiga organisasi: Network Solutions, yang menangani pendaftaran domain; AT&T, yang bertanggung jawab atas layanan direktori dan database; serta General Atomics, yang menyediakan layanan informasi. Dengan adanya InterNIC, proses pendaftaran nama domain menjadi lebih terstruktur dan terstandarisasi, sehingga mendukung pertumbuhan pesat internet di seluruh dunia¹⁴¹⁵.

¹³ CERN. (n.d.). "How the Internet Came to CERN." Diakses dari [CERN](#).

¹⁴ Oracle. (n.d.). "IP Network Planning." Diakses dari [Oracle Documentation](#).

¹⁵ Stanford University. (n.d.). "InterNIC and the Domain Name System." Diakses dari [Stanford University](#).

Internet mulai masuk ke Indonesia pada 1980-an, terhubung ke lima universitas, termasuk Universitas Indonesia dan ITB, melalui sistem dial-up yang dikenal sebagai UNInet. Namun, jaringan ini tidak berkembang pesat karena keterbatasan infrastruktur pada masa itu.

Sekitar tahun 1992 hingga 1994, internet di Indonesia dikenal sebagai Paguyuban Network, yang merupakan upaya kolaboratif dalam menghubungkan komunitas di Indonesia melalui teknologi informasi. Pada periode ini, tokoh-tokoh seperti Onno W. Purbo dan RMS Ibrahim berperan besar dalam pengembangan jaringan tersebut¹⁶.

Seiring berjalannya waktu, akses internet di Indonesia terus berkembang. Pada 1995, pemerintah memberikan izin kepada ISP untuk beroperasi secara resmi, menandai awal dari pertumbuhan pesat pengguna internet di seluruh negeri. Saat ini, internet telah berkembang pesat, dan banyak negara berlomba untuk memperluas jangkauan internet melalui satelit. Di sisi lain, industri teknologi terus mengembangkan jaringan, mulai dari 2G, 3G, 4G, hingga kini mencapai 5G¹⁷.

2.2.2 Sejarah Bot di Media Sosial

Dalam sejarahnya, bot adalah pencapaian besar dalam peradaban manusia, mengingat butuh jutaan tahun untuk meluncurkan bot pertama sebagai bagian dari

¹⁶ Mastel. (n.d.). "Sejarah Perkembangan Internet di Indonesia." Diakses dari [Mastel](#).

¹⁷ Universitas Suryadarma. (n.d.). "Analisis Perkembangan Media Sosial dalam Komunikasi Bisnis." Diakses dari [Universitas Suryadarma Journal](#).

internet pada era 1960-an dalam bentuk ELIZA, salah satu chatbots pertama yang mensimulasikan percakapan menggunakan teknik pemrosesan bahasa yang sangat awal¹⁸. Tujuan pertama ELIZA bukanlah untuk memahami atau memberikan respons yang berarti, tetapi untuk berinteraksi dengan pengguna dalam percakapan dengan teknik pola sederhana, dengan menguraikan input dari pengguna dan mengubahnya menjadi petunjuk atau pertanyaan yang sesuai dengan pola dan template yang sudah ditentukan sebelumnya. ELIZA menciptakan ilusi percakapan dengan merefleksikan petunjuk tersebut kepada penggunanya.

Perkembangan ini dilanjutkan oleh USENET sebagai papan diskusi online awal yang memulai debutnya pada akhir tahun 1970-an. Meskipun banyak layanannya hanya berfungsi dengan operasi manusia, USENET kemudian mengembangkan skrip untuk mengotomatisasi tugas-tugas administratif seperti menyaring spam atau konten yang tidak diinginkan, mengelola newsgroup, dan pemeliharaan. USENET sendiri bukanlah bot, tetapi otomatisasi tugas tersebut menyediakan kasus penggunaan yang kemudian dikembangkan oleh bot seperti yang kita kenal saat ini¹⁹.

Dengan perkembangan internet, masyarakat di seluruh dunia semakin bergantung padanya. Salah satu isu krusial dalam diskusi politik saat ini adalah

¹⁸Republika. "Mengenal Eliza, Sang Chatbot Pertama." Diakses dari [Republika Digital](#).

¹⁹ *From Usenet to CoWebs: interacting with social information spaces*, Christopher Lueg, Danyel Fisher, Springer (2003), [ISBN 1-85233-532-7](#), [ISBN 978-1-85233-532-8](#)

penggunaan bot, seperti yang terjadi dalam pemilu di Indonesia. Ini menjadi permasalahan mengingat peran bot dalam pemilihan umum dapat menyebarkan informasi yang menyesatkan. Banyak akun dan bot digunakan untuk menyebarkan informasi hoax dan ujaran kebencian demi menguntungkan satu pihak dan merugikan pihak lain.

Pada Pemilu 2019, menurut Masyarakat Anti-Fitnah Indonesia (Mafindo), terdapat 128 hoaks yang teridentifikasi selama pemilihan presiden, dengan 34 kasus muncul sebelum pemilu dan 94 kasus setelahnya²⁰. Serangan informasi palsu ini menargetkan kandidat, pendukung, dan institusi seperti KPU dan kepolisian. Hoax yang tersebar meliputi berbagai isu, seperti hasil quick count yang salah, di mana terdapat hoaks yang menyatakan bahwa hasil quick count Metro TV menunjukkan Prabowo menang, meskipun pihak Metro TV telah mengklarifikasi adanya kesalahan teknis dalam penayangan data.

Contoh lain adalah video yang mengklaim bahwa surat suara untuk pasangan Jokowi-Ma'ruf sudah tercoblos di Surabaya, padahal yang ditemukan hanyalah surat suara rusak, bukan tercoblos. Ada juga akun Twitter yang mengklaim adanya lebih dari 6.000 TPS di Bekasi, padahal jumlah aslinya hanya 3.030 TPS. Hoaks lainnya menyebutkan bahwa Sandiaga Uno diusir oleh Prabowo

²⁰ Antara News. (n.d.). "Mafindo Temukan 128 Hoaks Selama Pilpres 2019." Diakses dari [Antara News](#).

karena perbedaan pendapat terkait deklarasi²¹. Informasi ini ternyata hoaks, namun sempat menimbulkan kehebohan di media sosial dan menciptakan polarisasi sosial yang tinggi. Hoaks dan polarisasi sosial tersebut memicu kerusuhan pasca-Pemilu 2019, yang berawal di depan Gedung Bawaslu dan menyebar ke berbagai lokasi di Jakarta²².

Sebagai contoh dari luar, pada pemilu Brazil tahun 2018, studi dari FGV (Departemen Analisis Kebijakan Publik Yayasan Getulio Vargas) menemukan bahwa sekitar 10% dari interaksi terkait pemilu di Twitter selama debat cenderung berasal dari akun yang mencurigakan—akun ini jelas terotomasi dengan kemampuan untuk membuat satu postingan setiap detik atau bahkan lebih.

Dalam analisis debat tahun 2014, serta beberapa peristiwa besar seperti demonstrasi pemakzulan pada 2015 dan pemilihan Sao Paulo pada 2016, FGV menemukan pola yang serupa. Pada peristiwa-peristiwa tersebut, aktivitas bot terfokus pada memobilisasi pendukung dari spektrum politik ekstrem, dengan banyak bot secara massif mempublikasikan konten untuk meningkatkan dukungan terhadap kandidat atau sudut pandang tertentu.

Ditambah dengan adanya berita palsu yang dipicu secara masif oleh bot-bot

²¹CNN Indonesia. (2019, 19 April). "Kemkominfo Rilis 19 Laporan Hoaks Terkait Pemilu 2019." Diakses dari [CNN Indonesia](#).

²²Elshinta. (2023, 22 Mei). "22 Mei 2019: Demokrasi di Indonesia Tercoreng Akibat Unjuk Rasa Pasca Pemilu." Diakses dari [Elshinta](#).

ini, Brazil menjadi contoh bagaimana berita palsu dapat memengaruhi narasi. Sebagai contoh, saat demonstrasi oleh para pengendara truk, informasi palsu tentang kelangkaan suplai makanan menyebar di grup WhatsApp di seluruh Brazil. Selama demonstrasi, jurnalis dari Correio Braziliense berpartisipasi dalam grup WhatsApp para pengendara truk dan melaporkan adanya pesan yang mempromosikan penjualan akun bot media sosial dengan tujuan menyebarkan berita palsu terkait pemilihan umum²³.

Bot dapat disimpulkan dalam konteks politik sebagai alat yang dapat digunakan untuk memperdalam polarisasi politik di suatu negara, yang sangat mengancam kualitas debat publik. Bot dapat memperburuk fenomena polarisasi politik yang sudah berlangsung, yang pada akhirnya dapat mengarah pada pemilihan yang terdistorsi dan sangat kontroversial.

2.2.3 Konsep Dasar Fake Activism

Ketika membahas tentang aktivisme palsu, penting untuk terlebih dahulu mendefinisikan apa yang dimaksud dengan istilah ini. Aktivisme palsu, secara dasar, adalah bentuk aktivisme yang difokuskan pada peningkatan modal sosial bagi pihak tertentu, bukan pada dedikasi aktivis tersebut terhadap perjuangan yang sesungguhnya. Aktivisme palsu sering kali muncul di era digital, terutama di media sosial, di mana individu atau kelompok terlibat dalam aktivitas yang lebih bersifat

²³Wilson Center. (2023, 12 Oktober). "Bots in Brazil: The Activity of Social Media Bots in Brazilian Elections." Diakses dari [Wilson Center](#).

simbolis ketimbang tindakan yang menghasilkan perubahan nyata.

Partai politik dan kandidat secara konsisten membayar profesional untuk menciptakan berita palsu mengenai lawan politik mereka. Hal ini mencakup peningkatan penggunaan istilah-istilah seperti "kampanye hitam", "media sosial dipersenjatai", dan "berita palsu". Istilah-istilah ini, di setiap negara, telah mengadopsi nuansa lokal, seperti "trolls" di Filipina, "buzzers" di Indonesia, dan "cyber troopers" di Malaysia. Beberapa investigasi jurnalis dan riset akademik melaporkan bahwa sebagian besar kampanye online berfokus pada penciptaan dan penyebaran disinformasi.

Sebagai contoh, riset dari Oxford Internet Institute menggambarkan perkembangan tren "bots" dan akun palsu di Twitter di Filipina. Salah satu contoh kasus yang relevan adalah penerapan bot di Filipina selama pemilihan umum, terutama setelah tahun 2016. Pada pemilihan presiden 2016, pendukung digital Rodrigo Duterte terbukti sangat bersemangat dan agresif, dengan bukti yang menunjukkan bahwa setidaknya sebagian besar lalu lintas media sosial pro-Duterte dihasilkan oleh influencer, bot, dan entitas asing²⁴.

Pada Pemilihan Presiden Filipina 2022, penggunaan bot dan trolling semakin intensif, terlebih lagi setelah Twitter menangguhkan 300 akun yang mempromosikan Ferdinand “Bongbong” Marcos Jr. karena melanggar kebijakan

²⁴Center for International Media Assistance (CIMA). "Fighting on Two Fronts: Journalists in the Philippines Battle Censorship." *Center for International Media Assistance*, 2024, <https://www.cima.ned.org/blog/fighting-on-two-fronts-journalists-philippines-battle-censorship/>.

yang melarang manipulasi platform dan spam. Dalam konteks ini, micro-influencer dan selebritas dipekerjakan untuk membuat konten yang menyerang kandidat oposisi, Leni Robredo, dengan beberapa di antaranya bahkan memperoleh penghasilan yang sepuluh kali lipat dari gaji rata-rata seorang guru Filipina.

Bot digunakan dengan berbagai taktik, salah satunya adalah amplifikasi, yaitu dengan meningkatkan popularitas suatu kandidat atau ide secara artifisial melalui penambahan likes, share, dan komentar²⁵. Selain itu, bot juga berperan dalam penyebaran disinformasi, dengan menyebarkan informasi yang tidak benar untuk menyerang kegiatan atau aktor politik oposisi. Lebih jauh lagi, bot dimanfaatkan dalam kampanye trolling yang disponsori negara untuk menargetkan jurnalis, aktivis, dan oposisi politik²⁶.

Selain itu, bot juga digunakan untuk mempromosikan narasi tertentu atau menulis ulang persepsi historis, seperti yang terlihat dalam upaya untuk meminimalkan pelanggaran hak asasi manusia selama era Marcos. Dampak dari fenomena ini sangat besar bagi politik Filipina, dimana bot politik berkontribusi dalam penyebaran disinformasi secara cepat, yang menyulitkan masyarakat untuk membedakan fakta dan fiksi.

²⁵Fulcrum. "Stronger Social Media Influence in the 2022 Philippine Elections." Fulcrum, <https://fulcrum.sg/stronger-social-media-influence-in-the-2022-philippine-elections/>.

²⁶ Democratic Erosion. "All the Web's a Stage: New Media, Micro-Celebrities, and Fake News in the Philippines." *Democratic Erosion*, 21 Mei 2024, <https://democratic-erosion.org/2024/05/21/all-the-webs-a-stage-new-media-micro-celebrities-and-fake-news-in-the-philippines/>.

Secara keseluruhan, penggunaan bot di Filipina berperan besar dalam mempertahankan dukungan untuk tokoh politik tertentu dan menyebarkan konten pro-pemerintahan di ranah online. Yang paling utama, penggunaan bot menyebabkan terciptanya lingkungan politik yang lebih terpolarisasi, terutama di kalangan kelompok-kelompok yang saling berseberangan dalam pemilu²⁷.

Di Indonesia, fenomena bot sering kali disebut sebagai *buzzer*, yang taktik penggunaannya pertama kali dikenal dalam Pemilihan Gubernur DKI Jakarta 2012. Pada saat itu, media sosial mulai dimanfaatkan secara signifikan untuk memengaruhi opini publik. Tren ini terus berlanjut dalam pemilu-pemilu berikutnya, termasuk Pemilihan Presiden 2014 dan Kampanye Presiden 2019, di mana *buzzer* memiliki peran penting dalam membentuk narasi politik²⁸. Contoh penerapan *bot* dalam situasi politik dapat dilihat pada Pemilihan Presiden 2019, di mana propaganda komputasi digunakan untuk memanipulasi opini publik melalui kampanye yang terorganisir di ranah media sosial²⁹. Isu-isu identitas politik

²⁷Friedrich Naumann Foundation for Freedom. "Fake Accounts, Bots, and Trolls: How Social Media Influences the Philippines." *Friedrich Naumann Foundation for Freedom*, <https://www.freiheit.org/southeast-and-east-asia/fake-accounts-bots-and-trolls-how-social-media-influences-philippines>.

²⁸PPIM UIN Jakarta. "Political Buzzer Networks as Threat to Indonesian Democracy." *PPIM UIN Jakarta*, 11 September 2024, <https://ppim.uinjkt.ac.id/2024/09/11/political-buzzer-networks-as-threat-to-indonesian-democracy/>.

²⁹ IJRACS. "Artikel - IJRACS," Rumah Peneleh, diakses dari <http://ijracs.rumahpeneleh.or.id/index.php/home/article/download/10/6>.

dieksploitasi secara mendalam, dengan tim-tim terorganisir yang mengelola narasi di media sosial untuk mendukung kandidat mereka atau mendiskreditkan lawan³⁰. Penerapan strategi ini telah diakui sebagai pendekatan sistematis dalam mempengaruhi hasil pemilihan umum, yang didasarkan pada perencanaan digital yang matang.

2.2.4 Media Sosial Sebagai Platform Aktivisme

Media sosial kini menjadi platform utama bagi mayoritas masyarakat dunia dalam mengakses informasi politik, baik yang terkait dengan kandidat, peristiwa, maupun preferensi dan ideologi politik yang mempengaruhi arah politik. Di Indonesia, fenomena ini tercermin dari tingginya penggunaan media sosial, yang mencatatkan 167 juta pengguna aktif pada Januari 2023, setara dengan 78% dari total pengguna internet di negara ini³¹

Perubahan yang signifikan dalam cara masyarakat Indonesia memperoleh informasi publik juga disebabkan oleh peran media sosial. Platform-platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan WhatsApp telah menjadi sumber utama bagi masyarakat untuk mendapatkan berita dan informasi politik. Selain itu,

³⁰ *GIGA Hamburg*. "The Rise of Digital Repression in Indonesia Under Joko Widodo." *GIGA Hamburg*,

diakses dari <https://www.giga-hamburg.de/en/publications/giga-focus/the-rise-of-digital-repression-in-indonesia-under-joko-widodo>.

³¹Kapten SEO. "Statistik Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2019-2023." *Kapten SEO*, diakses dari <https://www.kaptenseo.com>.

masyarakat Indonesia juga memanfaatkan media sosial untuk berpartisipasi dalam diskusi politik, berbagi pendapat, serta menyebarkan informasi dengan orang lain.

Dengan kemudahan akses dan jangkauan yang luas, media sosial memberi ruang bagi masyarakat untuk terlibat dalam diskusi serta kampanye politik, yang pada gilirannya memperkuat proses demokrasi. Media sosial membuka peluang bagi warga negara untuk turut serta dalam proses politik dan semakin meningkatkan kesadaran politik mereka. Hal ini memungkinkan masyarakat Indonesia untuk menjadi lebih terinformasi dan aktif dalam ranah politik.

Media sosial juga telah menjadi pusat diskusi di kalangan masyarakat Indonesia, dengan perkembangannya yang sangat pesat. Berikut ini adalah data tahunan penggunaan media sosial di Indonesia dari tahun 2019 hingga 2024:

Tabel 2. 1 Data Pengguna Media Sosial Per Tahun

Tahun (Twitter)	Youtube (Juta)	Facebook (Juta)	Instagram (Juta)	Tiktok (Juta)	X (Juta)
2019	100	130	70	20	25
2020	110	130	80	30	25
2021	120	125	90	50	25

2022	130	120	95	90	25
2023	139	119.9	101	127	25
2024*	139	118	-	-	-

* Data untuk Tahun 2024 bersifat perkiraan dan dapat berubah

Dari data yang diperoleh, dapat dilihat bahwa YouTube merupakan media sosial yang paling dominan dengan jumlah pengguna mencapai 139 juta pada tahun 2023. YouTube menunjukkan pertumbuhan yang konsisten meskipun perkembangannya cenderung stabil dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini disebabkan oleh kemudahan akses yang dimiliki oleh pengguna terhadap platform ini, serta keberagaman konten yang banyak dikonsumsi oleh berbagai kalangan masyarakat. Selain itu, YouTube dapat diakses melalui berbagai perangkat, seperti ponsel, PC, maupun smart TV.

Di sisi lain, TikTok mengalami perkembangan pesat, dengan jumlah pengguna yang meningkat signifikan dari 20 juta pada tahun 2019 menjadi 127 juta pada tahun 2023. Pertumbuhan ini sangat signifikan, mengingat TikTok menargetkan generasi muda dan memberikan dinamika baru dalam dunia media

sosial di Indonesia³². TikTok berpotensi menjadi platform yang efektif untuk mobilisasi politik, memungkinkan pengguna untuk menyebarkan pesan politik secara cepat dan luas. Dengan format video yang kreatif dan berdurasi pendek, TikTok berhasil menarik perhatian generasi muda yang kini menjadi bagian penting dalam masyarakat politik.

Namun, tantangan muncul dengan kemudahan penyebaran konten yang tidak akurat atau menyesatkan yang dapat dengan mudah menjadi viral melalui fitur *For You Page* (FYP). Hal ini menciptakan potensi kekisruhan di masyarakat Indonesia dalam era pasca-kebenaran³³.

Facebook juga memiliki jumlah anggota yang besar, yakni 119 juta pada tahun 2023, tetapi terdapat indikasi penurunan pengguna akibat pergeseran preferensi ke platform yang lebih sesuai dengan generasi muda, seperti TikTok. Instagram stabil dengan 101 juta pengguna, sedangkan X (Twitter) tetap stabil di angka 25 juta, menunjukkan bahwa basis pengguna X masih sangat setia³⁴³⁵, alasan kenapa X tidak terlalu berkembang dikarenakan sejak Elon Musk mengambil alih,

³²Kapten SEO. "Statistik Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2019-2023." *Kapten SEO*, diakses dari <https://www.kaptenseo.com>.

³³*Dialogia: Jurnal Studi Islam dan Sosial*. "Artikel - Dialogia," IAIN Ponorogo, diakses pada 6 November 2024, <https://jurnal.iainponorogo.ac.id/index.php/dialogia/article/view/2440>.

³⁴ Kapten SEO. "Statistik Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2019-2023." Diakses dari [Kapten SEO](#).

³⁵ Sari, F. P. (2019). "Analisis Penggunaan Media Sosial dalam Pemasaran Produk." *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Diakses dari [E-Journal UAJY](#).

banyak perubahan kebijakan yang diterapkan, termasuk pengenalan sistem verifikasi berbayar untuk centang biru

Saat ini, dominasi media sosial masih dipegang oleh YouTube, yang digunakan oleh banyak institusi pendidikan dan organisasi sebagai sarana pembelajaran dan penyebaran informasi³⁶. Insentif dari platform ini kepada kreator membuat konten di YouTube terus berkembang dan berkualitas, menarik berbagai kalangan pengguna. Mulai dari anak kecil yang menonton kartun, remaja yang mencari tutorial belajar, hingga orang tua yang mendengarkan murotal, YouTube menawarkan variasi konten yang luas. Sementara itu, TikTok menunjukkan pertumbuhan pesat dan diproyeksikan menjadi media sosial terbesar di Indonesia, dengan lebih dari 81% populasi diperkirakan akan menggunakan media sosial pada tahun 2026³⁷. Format video pendek TikTok, yang kreatif dan menghibur, menarik generasi muda seperti milenial, generasi Z, dan generasi Alpha melalui algoritma rekomendasi yang relevan dan durasi video singkat yang tidak membosankan, menjadikan TikTok berpotensi menjadi platform dominan di masa depan³⁸.

Memahami media sosial yang digunakan sangat krusial untuk mengetahui

³⁶GoodStats. (n.d.). "Menilik Pengguna Media Sosial Indonesia 2017-2026." Diakses dari GoodStats.

³⁷ APJII. (2023, 28 November). "APJII: Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang." Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. Diakses dari APJII.

³⁸Judijanto, R., & Maulinda, N. (2021). *Pengaruh Sumber Informasi dan Interaksi Sosial di Media Sosial terhadap Pembentukan Opini Publik di Indonesia*. Semantic Scholar. <https://www.semanticscholar.org/paper/Pengaruh-Sumber-Informasi-dan-Interaksi-Sosial-di-Judijanto-Maulinda/567d9e76fa6295798c8c3fe75a4f399e85523179>

bagaimana platform ini menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat Indonesia, terutama dalam pembahasan politik yang semakin relevan di ranah digital. Diskusi mengenai isu-isu politik kini banyak melibatkan media sosial, yang memberi ruang bagi masyarakat untuk lebih berani mengekspresikan pendapat mereka. Media sosial terus memfasilitasi akses informasi politik yang sangat luas, seperti yang terlihat di Twitter (X), TikTok, dan YouTube, yang membantu masyarakat menyuarakan pendapat mereka mengenai isu politik di Indonesia³⁹. Platform ini juga meningkatkan akuntabilitas dan transparansi, memungkinkan masyarakat menyebarkan informasi lebih luas, seperti terkait pemindahan ibu kota, dan memperkuat mobilisasi isu publik serta aksi kolektif⁴⁰. Sebagai contoh, gerakan di media sosial berhasil menunda pengesahan RKUHP oleh Presiden Jokowi, berkat tekanan dari masyarakat di platform-platform tersebut⁴¹.

Media sosial kini telah menjadi tempat bagi pergerakan aktivisme untuk mengkritik pemerintah. Dengan akses yang sangat luas, media sosial memungkinkan individu dan kelompok untuk menyuarakan pendapat mereka. Mempunyai jutaan pengguna, pesan-pesan aktivisme dapat menjangkau audiens

³⁹Kagama, "Peran Media Sosial dalam Demokrasi Indonesia," Kagama, 8 Mei 2019, <https://kagama.co/2019/05/08/peran-media-sosial-dalam-demokrasi-indonesia/>.

⁴⁰Media Sosial: Penghancur Demokrasi," *Binus University*, diakses November 2024, <https://binus.ac.id/character-building/2023/03/media-sosial-penghancur-demokrasi/>.

⁴¹Yulia Adinda, "Pengaruh Media Sosial dalam Lingkungan Demokrasi," *Kompasiana*, 5 September 2020, <https://www.kompasiana.com/yuliaadinda/5f4287f1097f3644280d7562/pengaruh-media-sosial-dalam-lingkungan-demokrasi>.

yang sangat besar dengan cepat. Contohnya, pergerakan #BlackLivesMatter di Amerika Serikat dan #SaveWadas di Indonesia mendapatkan dukungan yang sangat besar melalui media sosial⁴².

Media sosial terbukti efektif dalam membela Palestina melalui berbagai cara, seperti pemanfaatan template di Instagram Story, penggunaan lagu template di TikTok, dan penggunaan hashtag #BelaPalestina di X. Semua ini membantu audiens luas untuk mengetahui kejadian yang terjadi di sekitar mereka atau di luar negeri. Selain itu, media sosial juga berperan penting dalam mobilisasi dan koordinasi. Contohnya, tren peringatan darurat Garuda Biru yang mengajak masyarakat untuk mengawal putusan Mahkamah Konstitusi (MK) dan Pilkada 2024 berasal dari Instagram dan diunggah oleh akun kolaborasi @najwashihab, @matanajwa, dan @narasitv. Tren ini berhasil memantik ribuan orang untuk turun ke jalan, mengawal putusan MK, dan memaksa Badan Legislatif (Baleg) DPR serta Panitia Kerja (Panja) membatalkan niat mereka, serta menjunjung keputusan MK yang sudah final⁴³.

Tren media sosial sangat krusial dalam memastikan suara rakyat terdengar dan tidak boleh diabaikan oleh pengambil keputusan pemerintah. Oleh karena itu,

⁴²*Semantic Scholar*. (n.d.). "c961793f8c6e521334c0e990192cb10773898aee."

Retrieved from <https://>

⁴³Pusat Informasi Universitas Muhammadiyah Jakarta. (2023). Peringatan darurat Garuda Biru: Awal kemunculan dan artinya. Diambil dari https://umj.ac.id/just_info/peringatan-darurat-garuda-biru-awal-kemunculan-dan-artinya/.

pemerintah perlu memantau pergerakan tren di media sosial dan memastikan suara pengguna dapat ditampung dengan baik. Hal ini penting untuk mencapai representasi demokrasi dan memberi suara kepada yang terpinggirkan. Sebagai contoh, admin media sosial Partai Gerindra berfungsi sebagai wadah bagi masyarakat untuk menyampaikan aspirasi dan keluhan, yang membantu pemerintah dan kader-kader Gerindra memberikan pelayanan terbaik berdasarkan data keluhan dari masyarakat⁴⁴ Namun, media sosial juga menghadapi tantangan, terutama dengan adanya bot yang mengacaukan diskursus demokratis di Indonesia.

2.2.4 Penggiringan Isu Melalui Bot di Media Sosial

Fake activism digunakan untuk memanipulasi opini publik dan semakin mengedepankan kepentingan pihak tertentu. Berbeda dengan aktivisme yang tulus, yang bertujuan untuk mengungkapkan kebenaran kepada kekuasaan dan melindungi hak-hak yang tertindas serta termarginalisasi dalam masyarakat. Aktivisme yang tulus berfokus pada peningkatan kesadaran mengenai permasalahan di lingkungan sekitar dan menuntut akuntabilitas dari mereka yang berada dalam kekuasaan. Bait-bait ini, diambil dari puisi "Las dos linternas" yang ditulis oleh penyair Spanyol Ramon de Campoamor pada tahun 1846, menggambarkan bahwa pendekatan subyektif terhadap realitas bukanlah hal baru,

⁴⁴Muhammad Ikhsan, "Analisis Pengelolaan Akun Twitter Gerindra dalam Komunikasi Politik," *Neliti*, diakses 6 November 2024, <https://www.neliti.com/id/publications/251503/analisis-pengelolaan-akun-twitter-gerindra-dalam-komunikasi-politik>.

dan konsep kebenaran selalu menjadi kontroversi⁴⁵:

Dalam dunia yang dipenuhi dengan realita paralel, kita dihadapkan pada tantangan yang semakin serius dalam mengidentifikasi dan merespons berita palsu, fakta alternatif, serta konten yang dibuat oleh bot—semua elemen yang kini dapat disebut sebagai masyarakat post-truth. Post-truth dinobatkan sebagai "Kata Tahun Ini" oleh Oxford pada tahun 2016. Sifat kata ini didefinisikan sebagai "berhubungan dengan atau menunjukkan keadaan di mana fakta objektif kurang berpengaruh dalam membentuk opini publik dibandingkan dengan daya tarik emosi dan keyakinan pribadi"⁴⁶.

Sejak masa Aristoteles, para ahli telah tertarik pada hubungan antara politik dan komunikasi. Keseimbangan daya tarik retorika yang ditetapkan oleh Aristoteles tetap sangat relevan karena kredibilitas, daya tarik emosional, dan penalaran politikus bekerja bersama dalam upaya menyampaikan cerita kepada para pemilih. Sebagai contoh, pada tahun 1858, Lincoln sudah memahami bahwa "sentimen publik adalah segalanya" dan "siapa pun yang dapat mengubah opini publik dapat mengubah pemerintahan"⁴⁷. Era baru dimulai dengan hadirnya jaringan media sosial. Kemampuan untuk berbagi segala hal secara online tanpa filter seperti editor, sensor, atau pemeriksa fakta, serta berpartisipasi dalam komunikasi

⁴⁵ Cervantes Virtual. "Ramon de Campoamor." Diakses dari [Cervantes Virtual](#).

⁴⁶ Oxford Languages, n.d.

⁴⁷ Lincoln dalam Guerzo, 2014, 171.

interaktif, menggeser fokus dari peran dan otoritas pemimpin ke emosi dan perasaan yang mereka ciptakan (Maddalena, 2016). Internet secara radikal telah mengubah pemahaman kita tentang apa itu komunikasi politik, siapa yang melakukannya, dan dengan tujuan apa⁴⁸.

Post-truth tampaknya merupakan eufemisme dari kebohongan, yang "biasanya merupakan tindakan yang mendapat kecaman moral dan harus dihindari dalam percakapan yang sopan" (ibid.). Pada tahun 2017, istilah "berita palsu" menjadi "Kata Tahun Ini" menurut Collin Dictionary, dengan definisi "informasi palsu, sering kali sensasional, yang disebarkan dengan kedok pelaporan berita"¹¹². Penggunaan istilah ini meningkat 365% sejak 2016 (ibid.). Fenomena ini berbahaya, terutama mengingat masyarakat kini semakin bergantung pada media sosial untuk mencari informasi, khususnya yang berkaitan dengan kondisi politik di negaranya. Dengan memanfaatkan kekuatan bot, pihak berkepentingan, baik dari dalam maupun luar negeri, dapat menggunakannya untuk memperdalam polarisasi politik.

Contohnya, pada 8 Mei 2016, mantan Pejabat Jaksa Agung AS, Sally Yates, dan mantan Direktur Intelijen Nasional AS, James R. Clapper Jr., bersaksi di Kongres AS mengenai apa yang mereka sebut sebagai "kotak peralatan Rusia", yang digunakan untuk memanipulasi pemilihan umum AS tahun 2016 secara

⁴⁸Wooley & Howard, 2016

daring. Dalam pernyataan mereka, serta laporan dari komunitas intelijen AS, disebutkan bahwa propaganda, berita palsu, trolls, dan bots dimanfaatkan secara maksimal dalam pemilihan umum AS 2016. Amerika Serikat, dengan kemampuan digital yang jauh lebih mapan dibandingkan Indonesia, telah menjadi contoh bagaimana kehadiran bot dalam diskursus media sosial dapat memicu polarisasi, seperti yang terjadi ketika pihak eksternal, dalam hal ini Rusia, turut campur.

Contoh domestik yang relevan adalah kasus penyebaran hoaks selama pandemi COVID-19. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) mencatat bahwa hingga April 2022, terdapat 5.829 hoax terkait COVID-19 yang tersebar di media sosial. Sebagian besar hoaks ini ditemukan di Facebook dengan 5.109 unggahan, diikuti oleh Twitter dan platform lainnya. Hoaks tersebut mencakup berbagai isu, seperti informasi palsu tentang vaksinasi, pengobatan, dan protokol kesehatan. Contohnya lainnya adalah hoaks mengenai obat penangkal COVID-19 yang menyesatkan masyarakat untuk mengabaikan protokol kesehatan. Misalnya, klaim penggunaan bahan kimia berbahaya seperti pemutih (bleach) untuk mengobati COVID-19, serta pernyataan palsu bahwa antibiotik dapat menyembuhkan virus, padahal antibiotik tidak efektif melawan infeksi virus. Selain itu, teori konspirasi mengenai asal-usul virus yang tidak berdasar juga tersebar luas, yang berpotensi memicu keresahan di masyarakat Indonesia.

Dari contoh diatas, penggunaan bot dalam politik Indonesia di ranah digital bisa dilihat sebagai tanda menurunnya kualitas demokrasi. Bot mampu

menyebarkan informasi dengan cepat dan masif, meskipun informasi tersebut manipulatif dan mengandung disinformasi. Ancaman dari keberadaan bot ini sangat mengganggu arah demokrasi yang dijamin oleh Undang-Undang Dasar Republik Indonesia tahun 1945, yaitu transparansi, kebebasan berekspresi, dan hak untuk memperoleh informasi. Bot berperan besar dalam penyebaran hoaks ini dan dapat diidentifikasi dengan mudah karena pola frekuensi unggahan yang tinggi, bahkan hingga ratusan kali dalam sehari, seringkali dengan konten serupa. Teks yang digunakan biasanya dalam bentuk template, dengan tagar yang terkoordinasi, sehingga menciptakan kesan bahwa isu tersebut mendapat dukungan luas⁴⁹.

Kasus-kasus diatas menggambarkan betapa rentannya media sosial dimanfaatkan untuk kepentingan politik tertentu, yang dapat memecah belah diskursus politik di Indonesia. Ini menjadi relevan terutama dalam situasi politik nasional yang penting, seperti perpindahan ibu kota ke Nusantara atau pemilihan presiden dan pemilihan daerah tahun 2024. Kasus ini dapat digunakan sebagai tinjauan pustaka dalam menelaah pengaruh teknologi, khususnya penggunaan bot di media sosial.

2.3 Isu Pemindahan Ibu Kota Jakarta ke Nusantara

Pemindahan ibu kota Indonesia dari Jakarta ke Kalimantan Timur, yang dinamai Nusantara, memiliki sejarah panjang. Sejarah ini dimulai pada tahun 1957 di

⁴⁹Fatmala Amelia, *Penggunaan Akun Bot Media Sosial untuk Memengaruhi Opini Publik*, Semantic Scholar, accessed November 3, 2024, [semanticscholar.org](https://www.semanticscholar.org).

bawah Presiden Sukarno, dan eksekusinya terwujud setelah hampir tujuh dekade, pada masa Presiden Joko Widodo. Pada tahun 2019, Presiden Jokowi mengutarakan rencana pemindahan ibu kota ke Nusantara, yang berlokasi di wilayah Kabupaten Kutai Kartanegara dan Penajam Paser Utara di Kalimantan Timur. Pemindahan ibu kota negara ke Nusantara secara hukum disahkan melalui RUU IKN di DPR, di mana pembahasan dimulai pada akhir September 2021, ketika surat perintah presiden beserta RUU diajukan ke Senayan. Pembahasan berjalan relatif mulus hingga pada Januari 2022, DPR dan Pemerintah sepakat menjadikan RUU IKN menjadi UU Nomor 3 Tahun 2022 tentang Ibu Kota Negara (IKN), dengan sembilan fraksi di DPR yang setuju dan hanya satu fraksi, yakni PKS, yang menyatakan penolakannya⁵⁰⁵¹.

Banyak faktor yang melatarbelakangi pemindahan ibu kota negara dari DKI Jakarta ke Kalimantan Timur, mulai dari masalah beban kota, kinerja pelayanan pemerintahan, hingga pemulihan kota. Alasan lainnya adalah untuk mengurangi ketimpangan, mengembangkan pemerataan, dan menciptakan pusat ekonomi baru, di mana daya dukung dan daya tampung Pulau Jawa terus menurun. Beban DKI Jakarta sudah melampaui batas untuk dijadikan pusat ibu kota Indonesia. Jakarta

⁵⁰ Masitah, A. D., & Dewi, D. S. K. (2023). "Analisis Opini Publik Berdasarkan Teori Agenda Setting pada Proses Perencanaan Pemindahan IKN." *Jurnal Ilmiah Sosial dan Politik*, 6(3), 1-12. <http://dx.doi.org/10.36312/jisip.v6i3.3298>

⁵¹Nurhermaya, A., & Sugangga, M. (2021). "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapat Pemindahan Ibu Kota Jawa Barat: The Influencing Factors of West Java Capital City Relocation Opinion." Vol. 10, No. September, pp. 123–131.

mengalami pencemaran lingkungan yang parah, termasuk limbah dan sampah yang sangat besar. Seluruh dunia mengetahui bahwa DKI Jakarta terkenal dengan kemacetan yang selalu menghiasi sepanjang jalannya⁵².

Di wilayah Jakarta, sistem pengaliran dan sanitasi air buruk, serta pasokan listrik dan energi yang tidak seimbang. Persiapan tata guna lahan semakin tidak memadai untuk masa depan. Pemindahan ibu kota juga dilihat sebagai usaha untuk pemerataan, sehingga tidak hanya terfokus di Jawa. Ini sejalan dengan visi Presiden Jokowi untuk menjadikan Indonesia-sentris dan bukan lagi Jawa-sentris.

Pemilihan Kalimantan Timur sebagai ibu kota baru didasarkan pada rendahnya risiko bencana alam, seperti banjir, gempa, gunung meletus, dan tsunami. Lokasi Kalimantan Timur yang berada di tengah-tengah Indonesia juga berdekatan dengan wilayah perkotaan yang sedang berkembang, seperti Samarinda dan Balikpapan. Pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) diharapkan mampu mengubah arah pembangunan nasional menjadi lebih merata serta memberikan harapan pemerataan ekonomi, agar tidak hanya terfokus di wilayah Jawa saja⁵³.

Perpindahan ibu kota tidak lepas dari kontroversi. Banyak masyarakat

⁵²Prima, S. C., Purba, A. O., Yuliarta, I. W., & Suwarno, P. (2020). "Perubahan Tata Kelola Maritim di Wilayah Kalimantan Timur sebagai Ibukota Baru." *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, vol. 7, no. 2, pp. 408–420.

⁵³Hidayata, T. F. T., Garno, A. A., & Ridhab, A. A. (2024). "Analisis Sentimen Pemindahan Ibu Kota pada Twitter dengan Metode Support Vector Machine." *Jurnal Ilmu Komputer*, 14(2), 1-10. p-ISSN: 1979-5661, e-ISSN: 2622-321X.

merasa perpindahan ini tidak diperlukan dalam situasi sekarang. Indonesia memiliki banyak masalah yang harus diselesaikan terlebih dahulu sebelum memindahkan ibu kota. Di antaranya adalah ancaman tenggelamnya Jakarta dan beberapa kota pesisir, kemacetan akibat meningkatnya jumlah kendaraan pribadi yang tidak diimbangi dengan transportasi umum yang memadai, tingginya angka stunting di berbagai daerah, serta kesenjangan sosial-ekonomi antar wilayah yang masih sangat besar. Selain itu, kesenjangan antar kelas masyarakat juga memerlukan perhatian serius. Semua ini dianggap lebih mendesak untuk diselesaikan oleh pemerintah sebelum memindahkan ibu kota ke Nusantara, yang dinilai belum terlalu penting saat ini. Diskusi antara pendukung dan penentang perpindahan ini semakin memanas di media sosial, di mana kedua belah pihak saling berargumen mengenai apakah perpindahan ibu kota diperlukan saat ini, menjadikan topik ini isu panas di dalam negeri.

Dalam proyek pemindahan ibu kota yang kontroversial, isu ini menjadi salah satu topik penting dalam diskusi publik. Mengingat dampak besar perpindahan ini bagi Indonesia, baik sekarang maupun di masa depan, argumen dari pihak pro menunjukkan bahwa perpindahan ibu kota dapat mewujudkan pemerataan ekonomi di berbagai wilayah, terutama di luar Pulau Jawa. Perpindahan ini diharapkan membuka peluang ekonomi dan lapangan kerja baru, terutama di Kalimantan Timur, tempat ibu kota Nusantara akan berdiri⁵⁴.

⁵⁴ Budiarto, A. (2022, 16 Desember). "Pro dan Kontra Pemindahan Ibu Kota Negara." Binus

Salah satu tokoh pro, mantan Menteri PPN/Bappenas periode 2014-2015, Andrinof Chaniago, menyatakan bahwa Nusantara dapat mengatasi ketimpangan sumber daya manusia antara Pulau Jawa dan pulau-pulau lainnya. Hal ini disebabkan karena magnet Pulau Jawa sangat kuat, sehingga orang-orang dari luar Jawa yang memiliki kemampuan cenderung pergi ke Jawa. Selain itu, Kalimantan relatif lebih aman dibandingkan pulau lain, terutama Jawa, karena memiliki risiko gempa bumi dan bencana gunung merapi yang lebih rendah. Ditambah dengan populasi di Pulau Jawa yang semakin padat, diperlukan program transmigrasi yang dapat didorong oleh pengembangan ibu kota baru di Nusantara⁵⁵.

Pemindahan ibu kota ke Kalimantan tidak akan membuat Jakarta menjadi kota mati yang ditinggalkan penduduknya. Sebaliknya, Jakarta akan berubah menjadi pusat bisnis Indonesia, bukan lagi pusat administratif pemerintahan. Argumen inilah yang menjadi alasan kuat di balik gagasan pemindahan ibu kota yang digaungkan oleh pemerintah Indonesia, menjadikannya titik fokus utama dari proyek ini.

Pihak kontra memiliki argumen yang kuat dalam menentang pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) ke Kalimantan Timur. Pertama, masalah lingkungan menjadi perhatian utama. Hakim Konstitusi Arief Hidayat dan Sugeng

University. Diakses dari [Binus University](#).

⁵⁵ Anam, K. (2022). "Pro Kontra Ibu Kota Baru RI, Simak Perdebatan Ini!" CNBC Indonesia. Diakses dari [CNBC Indonesia](#).

menyatakan bahwa perpindahan IKN ke Kalimantan Timur berisiko merusak lingkungan hidup, termasuk kehidupan flora dan fauna. Hutan Kalimantan yang dikenal sebagai paru-paru dunia bisa menjadi kenangan akibat ulah manusia. Dengan demikian, IKN dikhawatirkan akan merusak ekosistem hutan Kalimantan Timur dan mengganggu kehidupan flora serta fauna endemik.

Selain itu, alasan ekonomi juga menjadi dasar penentangan. Beberapa pakar ekonomi menilai bahwa langkah pemerintah memindahkan ibu kota di tengah pandemi COVID-19 tergesa-gesa dan berisiko. Mereka khawatir pembangunan ibu kota baru akan mangkrak karena faktor ekonomi dan politik yang tidak stabil, terutama dengan berakhirnya masa jabatan Presiden Jokowi pada 2024. Associate Professor dari NTU Singapura, Prof. Sulfikar Amir, berpendapat bahwa pemindahan IKN bukanlah solusi yang tepat untuk mengurangi beban Jakarta. Menurutnya, jika alasan pemindahan karena Jakarta akan tenggelam, maka pemerintah seolah lari dari masalah besar yang belum terselesaikan. Sulfikar menuntut alasan yang rasional, berbasis data, dan proses pemindahan yang transparan.

Permasalahan pro dan kontra terkait perpindahan ibu kota negara menjadi topik krusial di kalangan masyarakat digital Indonesia. Dampak dari perpindahan ini dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Berbagai platform media sosial menjadi medan diskusi, terutama oleh generasi muda Indonesia, yang menilai perpindahan ini mengancam lingkungan

dan satwa liar di Kalimantan Timur. Perpindahan ibu kota dikhawatirkan akan mengganggu ekosistem dan habitat hewan-hewan seperti pesut Mahakam, burung enggang, bekantan, orang utan, beruang madu, dan macan dahan⁵⁶. Isu ini menjadi perhatian masyarakat digital Indonesia dalam meninjau kebijakan perpindahan ibu kota ke lokasi yang masih sangat asri, sehingga pembahasan tentang perpindahan ibu kota negara terus hangat diperbincangkan.

2.4 Obyek Penelitian

Penelitian ini berfokus pada penggunaan media sosial X dalam kajian mengenai keterlibatan mesin atau bot dalam penggiringan topik isu pemindahan Ibu Kota Jakarta ke Nusantara. Target penelitian ini adalah pengguna media sosial X yang membahas isu tersebut. Media sosial X dipilih karena berbasis tulisan, sehingga memudahkan analisis mengenai indikasi adanya bot dalam diskusi perpindahan ibu kota. Hal ini penting karena diskusi terkait isu sosial-politik di Indonesia, seperti pemilihan presiden 2024, pemilihan legislatif, pemilihan daerah, dan isu nasional lainnya, selalu ramai diperbincangkan di media sosial X.

X sebagai platform media sosial memiliki peran signifikan dalam masyarakat Indonesia. Bagaimana tidak? Jakarta menjadi pusat diskusi hangat di X, membahas segala hal, mulai dari kehidupan sehari-hari hingga isu serius

⁵⁶ Putra, R., & Rahman, A. (2023). *Tinjauan yuridis terhadap kesesuaian kepemilikan tanah dan peruntukan dalam hukum agraria*. Diambil dari <https://www.semanticscholar.org/paper/TINJAUAN-YURIDIS-TERHADAP-KESESUAIAN-KEPERUNTUKAN-Putra-Rahman/06f365cebc25213872fec3a29e2d5a599a6d09fc>.

seperti pengungsi Rohingya atau konflik Israel-Palestina. X telah begitu melekat di hati masyarakat digital Indonesia. Apapun yang viral di platform ini bisa menjadi tekanan baru bagi pemerintah, baik itu terkait kasus individu maupun kelompok atau daerah tertentu.

X, yang sebelumnya dikenal sebagai Twitter, memiliki dampak signifikan dan menjadi objek menarik untuk penelitian ini, terutama dalam melihat bagaimana platform ini mempengaruhi berbagai topik. Dengan jutaan pengguna di Indonesia, X memiliki kekuatan yang kuat dalam pergerakan politik. Isu-isu yang viral di X seringkali dapat berujung pada aksi nyata di lapangan, sehingga menjadikan X fokus peninjauan dalam penelitian ini.

Contoh penggunaan X dalam memantik pergerakan politik antara lain:

- **#2019GantiPresiden**: Muncul menjelang pemilihan presiden 2019 sebagai bentuk penentangan terhadap pasangan calon Jokowi dan Ma'ruf Amin⁵⁷.
- **#ReformasiDikorupsi**: Respons terhadap berbagai skandal korupsi yang melibatkan pejabat politik⁵⁸.
- **#SaveWadas**: Respons terhadap konflik agraria di Desa Wadas, Jawa

⁵⁷Yohanes, T., Budiarsa, R., & Riski, R. (2023). *Komunikasi politik daring: Studi perbincangan di media sosial*. Diambil dari <https://www.semanticscholar.org/paper/Komunikasi-Politik-Daring%3A-Studi-Perbincangan-Di-Yohanes-Thianika-Budiarsa-Riski/14cb0cfb77592994f32ac80915b85906f16f2a33>.

⁵⁸Rafly, R., & Iriani, R. (2023). *Pemanfaatan Twitter sebagai media daring komunikasi*. Diambil dari <https://www.semanticscholar.org/paper/PEMANFAATAN-TWITTER-SEBAGAI-MEDIA-DARING-KOMUNIKASI-Rafly-Iriani/befd0068f94cfe08cb37038eddb56f798cf8f6d0>.

Tengah⁵⁹.

Berbagai contoh di atas menunjukkan bagaimana X efektif dalam memfasilitasi pergerakan politik serta menyuarakan aspirasi masyarakat dan aktivis. Basis tulisan dan interaksi warga yang dinamis, serta terbuka untuk diskusi politik, dapat menjadi pemantik yang meluas ke media sosial lainnya, seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan platform lainnya.

Meskipun demikian, penulis juga akan melakukan penelitian di platform media sosial lainnya, terutama di TikTok, yang kini menjadi salah satu media sosial terbesar di Indonesia dengan interaksi yang sangat tinggi. Terutama dalam diskusi mengenai perpindahan ibu kota, banyak masyarakat Indonesia menggunakan alternatif media sosial ini sebagai tempat untuk mendiskusikan isu tersebut melalui konten berbentuk video atau postingan, serta untuk sekadar berdiskusi tentang politik Indonesia. Fokus utama dalam diskursus ini adalah X, mengingat kelebihan-kelebihan yang telah dijelaskan sebelumnya.

Identifikasi target audiens yang rentan terhadap pengaruh bot sangat penting dalam penelitian, karena hal ini memudahkan peneliti untuk menentukan kelompok yang dapat diteliti, dibandingkan dengan melakukan penelitian terhadap seluruh demografi. Kelompok audiens yang rentan terhadap pengaruh bot dapat dikategorikan dalam beberapa kelompok, antara lain:

⁵⁹ Putra, R., & Rahman, A. (2023). *Tinjauan yuridis terhadap peran pemerintah dalam pengaturan pemanfaatan tanah pertanian*. Diambil dari <https://www.semanticscholar.org/paper/a1b2c5182ddeee98a5fc78057f461e4038c9cfbe>.

1. **Pengguna Media Sosial Muda**

Karakteristik: Remaja dan dewasa muda (berusia 13-25 tahun) yang aktif di media sosial.

Alasan Kerentanan: Mereka sering terpapar konten digital, kurang berpengalaman dalam membedakan informasi yang valid dari yang tidak valid, dan cenderung dipengaruhi oleh tren serta opini populer.

1. **Pengguna dengan Tingkat Pendidikan Rendah**

Karakteristik: Individu dengan tingkat pendidikan formal rendah atau yang memiliki akses terbatas terhadap pendidikan.

Alasan Kerentanan: Mereka menghadapi keterbatasan dalam memahami kompleksitas informasi, sehingga lebih mudah terpengaruh oleh pesan-pesan yang disebarkan oleh bot.

2. **Pengguna Internet Baru**

Karakteristik: Individu yang baru mengenal internet atau teknologi digital.

Alasan Kerentanan: Kurangnya pemahaman tentang cara kerja platform digital menjadikan mereka lebih mudah terjebak dalam manipulasi informasi.

3. **Pengguna dengan Kecenderungan Emosional**

Tinggi Karakteristik: Individu yang mudah terpengaruh oleh emosi, seperti ketakutan atau kemarahan.

Alasan Kerentanan: Bot sering menggunakan taktik emosional untuk menarik perhatian dan mempengaruhi opini.

Dengan memahami karakteristik dan perilaku kelompok-kelompok ini, kita dapat memperoleh wawasan lebih dalam mengenai pengaruh bot dalam diskusi media sosial, serta korelasinya terhadap topik perpindahan ibu kota Indonesia dari Jakarta ke Nusantara.

2.5 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan dengan pendekatan daring, mengingat dominasi penelitian sebelumnya yang menggunakan metode serupa. Fenomena di media sosial yang menjadi fokus penelitian memungkinkan penelitian dilakukan di berbagai tempat, asalkan terdapat akses internet, sehingga peneliti dapat menyesuaikan diri dengan kondisi yang ada. Meskipun demikian, pengumpulan data secara luring tetap diperlukan, melalui penggunaan dokumen, buku, atau wawancara langsung. Hal ini mengharuskan peneliti untuk bertemu narasumber dan membaca dokumen fisik secara langsung.

Untuk memastikan bahwa penelitian ini memiliki data yang lebih konkrit, penulis akan berusaha menghubungi beberapa narasumber yang terlibat dalam ranah digital, serta instansi terkait seperti Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) dan instansi lain yang berkompeten di bidang tersebut. Lokasi penelitian akan difokuskan pada berbagai platform, antara lain X (Twitter), Facebook, Instagram, komunitas online, serta kanal resmi pemerintah. Pada

platform-platform ini, peneliti akan menganalisis bagaimana peran bot dapat memengaruhi diskusi mengenai isu pemindahan ibu kota negara dari Jakarta ke Nusantara di Kalimantan Timur, serta implikasi dari fenomena tersebut terhadap demokrasi digital di Indonesia.

