

## **BAB I. PENDAHULUAN**

### **I.1. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan zaman saat ini dapat dilihat secara signifikan yang ditandai dengan pesatnya kemajuan teknologi dan informasi pada berbagai media baik secara *online* maupun *offline*, informasi tersebut dapat diperoleh dengan mudah melalui internet. Internet sudah memberikan banyak manfaat hingga membantu manusia untuk bertahan hidup di zaman globalisasi. Melihat pesatnya kemajuan zaman hingga mendorong perkembangan IPTEK, internet memberikan dampak positif dan negatif bagi penggunaannya. Lahirnya internet sebagai media komunikasi dapat diklaim sebagai salah satu faktor yang memberikan manfaat bagi manusia. Namun tetap bergantung dengan penggunaannya secara nyata. Menurut Ahmadi dan Hermawan (2013), Internet merupakan jaringan komunikasi global yang menghubungkan seluruh komputer di dunia meskipun memiliki perbedaan dalam sistem operasi dan mesin. Penggunaan internet saat ini mencapai angka tertinggi, khususnya pada penggunaan media sosial. Internet pada perwujudannya hanya sebatas jaringan yang tidak dapat dilihat oleh mata telanjang, namun cara kerjanya dapat menghubungkan pengguna satu dengan seluruh pengguna di belahan dunia manapun karena didukung pula oleh satelit di luar angkasa.

Internet dapat didefinisikan sebagai jaringan luas yang mampu menghubungkan seluruh komputer yang ada di dunia. Artinya seluruh pengguna internet dapat terhubung dengan mudah dan efisien. Namun ternyata dibalik penggunaan tersebut, muncul pula dampak negatif yang kurang disadari oleh manusia. Kurangnya kesadaran para pengguna internet semakin hari semakin melonjak. Ditandai dengan banyaknya kasus pada media sosial yang tak kunjung padam seperti muncul berita bohong (*hoax*), pelecehan, sebagai wadah luapan emosi, berjudi, hingga kasus penyebaran berita yang tergolong kedalam "*black campaign*", saat ini perlu diwaspadai menjelang pemilihan presiden Republik Indonesia tahun 2024. Masyarakat tentunya memiliki hal untuk menyikapi berita serta informasi yang beredar di internet. Artinya masyarakat harus benar- benar paham dan dapat menerapkan etika atau batasan dalam memakai internet. Etika dapat diartikan

sebagai cabang filsafat yang mengkaji tentang ajaran konsep-konsep dan persoalan-persoalan moralitas yang dilakukan secara rasional. Etika juga dapat dikatakan sebagai kajian kritis terhadap ajaran-ajaran moral, norma-norma moral yang ada pada masyarakat. Saat ini penggunaan internet menjadi kebutuhan penting bagi semua orang di seluruh dunia. Internet menyuguhkan kemudahan dengan menghadirkan berbagai aplikasi, sehingga mempermudah manusia dari segala aspek kehidupan.

Media *online* juga termasuk situs jejaring sosial yang dapat digunakan untuk berinteraksi dan bersosialisasi dengan orang lain, baik itu individu, kelompok atau massa. Dengan internet, masyarakat bisa lebih cepat mendapatkan berbagai informasi yang diperlukan melalui media sosial seperti WhatsApp, Line, Instagram, Facebook, Twitter, Tiktok, dan lain-lain. Kebutuhan akan informasi mendorong masyarakat untuk dapat memahami dan menyikapi kecanggihan teknologi komunikasi melalui media *online* saat ini. Informasi yang diperlukan mencakup banyak hal tentang kesehatan, ekonomi, kebijakan sosial, kehidupan bisnis, olahraga, pendidikan, dan lain hal. Kehadiran internet dalam kehidupan manusia telah menciptakan komunitas tersendiri. Korespondensi yang dulu dilakukan secara tradisional (merpati atau kantor pos) kini dapat dilakukan hanya dengan duduk di depan komputer dan mengetik surat. Sangat disayangkan apabila penggunaan media sosial disalahgunakan oleh sebagian penggunanya dengan menyebarkan informasi yang tidak jelas dan menyesatkan hingga melakukan penipuan, atau pelecehan. Hal ini berkaitan dengan etika seseorang dalam berinternet khususnya pada media sosial. Etika berinternet atau yang biasa dikenal dengan sebutan ETIKET merupakan aturan bersikap dan berperilaku dalam berinteraksi pada masyarakat.

Sebagaimana telah disinggung sebelumnya, penyalahgunaan internet kini sudah merambah pada dunia politik yang ditandai dengan hadirnya "*black campaign*" menjelang pemilihan presiden Republik Indonesia tahun 2024. Tentu hal tersebut dapat menggiring opini publik ke arah negatif sehingga memberikan citra buruk pada calon presiden dan calon wakil presiden yang terlibat. Masyarakat yang

kurang paham tentang hadirnya “*black campaign*” tersebut akan mengklaim bahwa berita tersebut adalah benar adanya. *Black campaign* dapat berisi informasi berupa Berita bohong (*hoax*), fitnah, hingga tuduhan tanpa bukti. Oleh sebab itu, masyarakat harus lebih waspada dalam menerima informasi yang beredar di internet. Tidak menyebarkan berita yang kebenarannya belum jelas merupakan salah satu tindakan yang bisa dilakukan masyarakat awam.

Salah satu *black campaign* yang sudah beredar di berbagai media sosial adalah kasus Ganjar Pranowo. Beliau diberitakan telah berfoto mesra dengan Maria Ozawa seorang bintang porno asal Jepang. Ganjar Pranowo sendiri adalah seorang yang mencalonkan diri sebagai calon presiden RI tahun 2024 dari partai PDI Perjuangan. Tentu dengan hadirnya *black campaign* tersebut membuat citra Ganjar menjadi negatif di mata masyarakat dan dapat berdampak pada pemilu di tahun 2024 mendatang. Andy F. Noya sebagai presenter acara TV Kick Andy mengundang Ganjar Pranowo ke programnya untuk membahas *black campaign* yang telah mencemarkan nama baiknya lewat banyak media sosial. Tentunya Ganjar mengklarifikasi bahwa berita tersebut tidak benar dan termasuk sebuah fitnah. Ganjar mengatakan bahwa masih banyak cara yang dapat dilakukan untuk membangun kembali antusias masyarakat agar dapat memilihnya sebagai Presiden 2024 mendatang. Hal yang dilakukan Ganjar dan tim sukses atas *black campaign* yang beredar hanya sebatas teguran dan mempersilahkan masyarakat untuk menilai sendiri atas tuduhan yang ada. Namun apabila hal tersebut terus menerus terjadi, Ganjar mungkin saja akan menindak lanjuti kasus serupa ke ranah hukum.

Selain itu kasus seputar *black campaign* menimpa calon Presiden Prabowo Subianto. Dalam beberapa media sosial dan *website* surat kabar, Prabowo dituding tidur saat rapat bersama Presiden Joko Widodo. Berita tersebut ramai menjadi buah bibir masyarakat karena dibarengi dengan foto yang memperlihatkan Prabowo dengan jajarannya duduk berbaris di hadapan Presiden Jokowi. Prabowo saat itu mengenakan kemeja putih, terlihat sedang menundukan kepala menghadapkan kebawah. Tangkapan foto tersebutlah yang menjadi awal mula dari berita ini, bahwasannya Prabowo tertidur saat sedang rapat bersama Presiden Jokowi.

Hal tersebut dengan segera diklarifikasi oleh juru bicara Prabowo bahwa Prabowo memiliki kebiasaan mencatat saat rapat namun sambil menundukan kepala. Juru bicara Prabowo menegaskan bahwa berita tersebut termasuk ke dalam bentuk fitnah. Kabar tersebut apabila tidak diklarifikasi secepatnya akan memberikan penilaian buruk dari masyarakat terhadap Prabowo.

Berangkat dari pemaparan diatas, melalui perancangan ini penulis merasa bahwa saat ini masih banyak bertebaran kasus konflik sosial yang bermula dari internet, khususnya saat ini menjelang pemilihan Calon Presiden tahun 2024 akan banyak bermunculan *black campaign*. Tentunya untuk menyikapi hal tersebut perlu adanya edukasi yang baik kepada masyarakat agar tidak mudah terdoktrin dengan berita yang beredar. Kasus *black campaign* tersebut tidak hanya menimpa Ganjar Pranowo, namun beberapa capres lain yang mencalonkan diri sebagai Presiden tahun 2024. Hadirnya *black campaign* yang tersebar di berbagai media sosial, menumbuhkan rasa empati penulis untuk membuat suatu inovasi terbaru melalui video kampanye (iklan) yang berisikan ajakan kepada warga masyarakat untuk berhati-hati menerima informasi yang beredar di internet menjelang Pemilu Capres tahun 2024 karena akan banyak berita negatif yang beredar. Hal tersebut tidak dapat dihindari namun sebagai warga negara yang baik harus dapat menyikapi berita negatif yang ada dengan bermodalkan wawasan dan etika yang dimiliki oleh setiap individu. Penulis berharap dengan adanya video iklan tersebut dapat meminimalisir terjadinya kesenjangan sosial.

## **I.2 Identifikasi Masalah**

Merujuk pada pemaparan latar belakang sebelumnya, munculah beberapa identifikasi masalah yang dikaji lebih mendalam yaitu sebagai berikut:

- Menyebarnya *black campaign* menjelang pemilihan Presiden 2024 di berbagai media sosial yang tersebar kepada masyarakat memuat berita bohong atau *hoax*, fitnah, hingga tuduhan tanpa bukti sehingga dapat menggiring opini publik ke ranah negatif.

- Tidak sedikit akun media sosial yang menyebar *black campaign* serupa tanpa mengetahui kebenaran berita tersebut sehingga dapat memperluas kesalahpahaman terhadap orang yang dituju.

### **I.3 Rumusan Masalah**

Melihat banyaknya rentetan permasalahan yang dipaparkan sebelumnya, maka munculah rumusan masalah yang akan diulas dalam laporan perancangan ini yaitu bagaimana untuk mengajak masyarakat menyaring berita yang tergolong *black campaign* menjelang Pemilu Presiden 2024.

### **I.4 Batasan Masalah**

Laporan perancangan ini penulis buat tentunya memiliki batasan masalah yang menjadi tolak ukur dalam mengulas permasalahan yang diusung. Oleh sebab itu, batasan masalah sangat penting agar terhindar dari perluasan pembahasan diantaranya sebagai berikut:

#### **A. Batasan Subjek**

Subjek yang diusung dalam perancangan video iklan ini adalah seluruh masyarakat Indonesia dengan rentan usia 25-35 tahun. Alasan mengapa hal tersebut dipilih sebagai subjek perancangan karena rentan usia tersebut dapat dikatakan paham dengan politik dan memiliki pola pikir lebih kritis.

#### **B. Batasan Objek**

Objek perancangan pada perancangan kali ini adalah ajakan kepada masyarakat Indonesia untuk menyaring berbagai berita menjelang PILPRES 2024 karena bisa saja berita tersebut termasuk ke dalam *black campaign* dan menjatuhkan citra Capres yang dituju.

#### **C. Batasan Tempat dan Waktu**

Tempat dan waktu pada perancangan ini mengacu pada ranah nasional. Selain itu, untuk memperkuat objek perancangan dibutuhkan studi kasus yang dikemas ke dalam kuesioner yang disebar di wilayah Kota Bandung dan sekitarnya. Namun untuk video iklan yang dirancang, ditujukan pada seluruh pengguna internet dari berbagai wilayah di Indonesia.

## **I.5. Tujuan & Manfaat Perancangan**

Perancangan ini tentunya dibuat tidak serta merta untuk kepentingan akademik tetapi juga memiliki tujuan dan manfaat yang dapat diambil oleh pembaca yaitu:

### **I.5.1. Tujuan Perancangan**

- Mengajak masyarakat untuk mengetahui dan paham betapa pentingnya menyaring segala bentuk informasi yang beredar di media sosial terutama berita “*black campaign*” menjelang pemilihan Presiden 2024.
- Mengurangi potensi penyebaran berita yang termasuk ke dalam golongan *black campaign*.
- Mengurangi terjadinya kesalahpahaman sosial yang dapat membuat pandangan negatif terhadap citra dan nama baik seseorang yang dituju.

### **I.5.2. Manfaat Perancangan**

- Masyarakat Indonesia khususnya kalangan anak muda hingga dewasa dapat menyadari pentingnya melakukan tindakan saring sebelum *sharing* informasi demi kebaikan bersama.
- Meminimalisir beredarnya berita yang tergolong sebagai *black campaign* di berbagai media sosial.
- Masyarakat dapat lebih cermat dalam menerima informasi melalui internet. Edukasi yang didapat menjadi bekal untuk diturunkan ke generasi mendatang.