

## **BAB II. BERITA “BLACK CAMPAIGN” PADA PEMILU PRESIDEN 2024 DI MEDIA SOSIAL**

### **II.1. Landasan Teori**

#### **II.1.1. Etika**

Etika bukanlah ajaran moral, wejangan dan khotbah yang berisi manusia harus berbuat baik terhadap sesama. Etika juga bukan aturan-aturan yang tertulis tentang bagaimana manusia harus hidup dan bertindak agar menjadi manusia yang baik, yang mengatakan bagaimana manusia harus hidup menjadi manusia yang baik adalah ajaran moral bukan etika. Kita tentunya sudah sering mendengar istilah etika, namun sering kali istilah tersebut salah dipahami sehingga pemakaian istilah inipun keliru. Etika dapat didefinisikan sebagai cabang filsafat yang mengkaji tentang ajaran konsep-konsep dan persoalan-persoalan moralitas yang dilakukan secara rasional. Etika merupakan kajian kritis terhadap ajaran-ajaran moral, norma-norma moral yang ada pada masyarakat.



Gambar II.1 Ilustrasi Etika

Sumber: <https://www.google.com/search?q=ETIKA.jpg>  
(Diakses pada 1/12/2022)

Etika juga berarti seperangkat asas atau nilai-nilai moral, artinya kaidah-kaidah etika. Nilai dan norma yang menuntun seseorang atau kelompok untuk mengarahkan tingkah lakunya. Misalnya, jika tindakan seseorang tidak bermoral, berarti tindakannya bertentangan dengan nilai dan standar etika yang ditetapkan dalam masyarakat. Etika dan etiket seringkali membingungkan, meskipun perbedaan di antara keduanya sangat penting. Di sini etika berarti moral dan etiket berarti tatakrama. Selain itu, juga terdapat kesamaan yaitu etika dan etiket

merupakan perilaku manusia. Istilah ini hanya digunakan untuk manusia. Jika ajaran moral mengatakan bahwa manusia harus bersikap baik terhadap sesama maka etika mempertanyakan alasan dan argumentasi manusia harus bersikap baik terhadap sesama. Alasan ajaran norma-norma moral harus dikritisi karena manusia tidak boleh begitu saja percaya dan mengikuti norma moral yang ada pada lingkungan kajian kritis terhadap norma moral saat ini merupakan hal yang penting karena saat ini manusia hidup dalam masyarakat yang semakin pluralisme. Etika juga diperlukan oleh agamawan untuk semakin memantapkan nilai-nilai religius yang dimiliki ketika berhadapan dengan nilai-nilai baru yang ada pada masyarakat, karena dengan etika, agamawan dapat mengkritisi nilai-nilai baru tersebut.

### **II.1.2. Internet**

Internet merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi yang telah ada kurang lebih sejak tahun 1960, namun pada saat itu internet masih belum secepat dan secanggih saat ini. Internet dapat dikatakan sebagai teman hidup manusia di bumi, karena telah menemani perkembangan manusia. Awalnya manusia kesulitan dalam menerima dan mengirim informasi hingga akhirnya manusia dapat dengan leluasanya mengirim dan menerima informasi kepada siapapun yang dituju. Pengertian internet pada umumnya dapat diartikan sebagai jaringan komputer yang tidak terbatas sehingga menghubungkan pengguna satu dengan pengguna lainnya dan dapat terhubung ke komputer dari satu tempat ke tempat lainnya di seluruh dunia, yang dimana terdapat berbagai macam informasi dan layanan internet. Istilah ini lebih dikenal di internet dengan sebutan "*online*".

Menurut Wikipedia, *online* atau yang dalam bahasa Indonesia dikenal dengan sebutan daring, diklaim memiliki beberapa makna atau arti apabila dikaitkan dengan ilmu komputer dan telekomunikasi. Seperti halnya saat ini istilah *online* tersebut merujuk pada jaringan atau koneksi yang terhubung dengan internet. Begitupun sebaliknya dengan istilah *offline* yang dapat dikatakan jaringan atau koneksi yang tidak terhubung dengan internet. Tentunya istilah *online* dan *offline* menjadi suatu hal yang tidak dapat terlepas dari ranah internet. Saat ini telah banyak cara agar masyarakat bisa terhubung ke internet salah satunya dengan

menggunakan ponsel pintar atau dikenal dengan istilah *smartphone*. Biasanya mereka akan membeli data atau yang kita kenal dengan sebutan “kuota” pada *SIM Card* masing-masing pengguna. Maka secara teknis, mereka sudah terhubung dengan internet dan dapat mengakses hal apa saja melalui *smartphone* tersebut. Ada hal lain yang dapat dilakukan yakni dengan terhubung dengan Wifi.



Gambar II.2 Ilustrasi Wifi

Sumber: <https://www.google.com/search?q=wifi.jpg>  
(Diakses pada 30/01/2023)

Tak jauh berbeda dengan penggunaan kuota pada sebuah *provider*. Keduanya sama-sama mampu terhubung ke internet dan mempermudah pekerjaan dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat penggunanya. Wifi merupakan singkatan dari *Wireless Fidelity* yang merupakan salah satu media yang mampu mengantarkan penggunanya untuk berkomunikasi tanpa kabel dan dilakukan dengan sangat cepat. Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan Priyambodo (2005) bahwa wifi merupakan sebuah jaringan internet yang dapat berjalan dan dioperasikan secara *wireless* atau tanpa kabel serta dilengkapi oleh koneksi sambungan internet. Wifi dan data internet tentu bukan suatu hal yang tabu lagi bagi para penggunanya khususnya bagi kalangan remaja hingga dewasa.

Hadirnya internet mempermudah pekerjaan manusia dengan memberikan informasi, menerima kabar berita, dan memperoleh wawasan serta ilmu pengetahuan. Zaman dahulu manusia menggunakan surat kabar yang ditulis secara manual dan memanfaatkan pekerja pos bahkan burung merpati untuk mengirimkan surat. Surat tersebut akan diterima dalam waktu lama bahkan hingga berhari-hari. Oleh sebab itu, apabila menyelenggarakan acara sederhana dan membutuhkan banyak orang untuk hadir, akan memakan waktu yang lama pula. Berbeda jauh

dengan kondisi saat ini, internet telah mendarah daging di kehidupan masyarakat Indonesia. Hanya dengan menatap layar ponsel serta mengetik pesan, maka dalam hitungan detik pesan tersebut sudah sampai di ponsel penerima. Hal lain yang dapat dibuktikan bahwa internet memberikan dampak baik bagi kehidupan manusia adalah penggunaan internet bagi para pelajar atau mahasiswa. Mereka akan lebih mudah menerima pembelajaran materi melalui internet, membuat tugas hingga menyusun skripsi. Semua dapat dilakukan dengan mudah dan cepat. Tidak sedikit modul pembelajaran sudah tersedia di berbagai situs atau *website* resmi yang mudah diakses oleh siapapun. Sebagian besar perguruan tinggi dan perpustakaan besar sudah memanfaatkan internet dengan membuat *website* khusus yang bisa diakses bagi penggunanya. Situs tersebut berisikan berbagai jenis buku, jurnal, modul, karya ilmiah, dan lain lain.



Gambar II.3 Ilustrasi Internet.

Sumber: <https://www.google.com/search?q=Internet.jpg>  
(Diakses pada 1/12/2022)

### **II.1.3. Internet Dalam Dunia Politik**

Hadirnya internet tidak hanya berpengaruh pada kehidupan sosial manusia, namun saat ini menduduki peran yang cukup penting dalam dunia politik. Perkembangan zaman mendorong pemanfaatan internet ke dalam berbagai bidang salah satunya adalah bidang politik. Oleh sebab itu, pada zaman milenial kini internet ikut terjun dan dilibatkan dalam bidang politik sebagai bentuk terobosan terbaru dan dinilai dapat menambah efektifitas kegiatan kampanye partai politik. Indonesia adalah negara kesatuan dengan bentuk pemerintahan republik konstitusional dan sistem pemerintahan presidensial yang dipimpin langsung oleh seorang presiden. Presiden adalah kepala negara sekaligus kepala pemerintahan yang dipilih langsung oleh

rakyat. Setiap individu rakyat memiliki hak suara untuk memilih calon presiden demi negara dan keberlangsungan hidup bangsa dan negara yang lebih maju. Menurut UUD 1945 Pasal 7, seorang Presiden dan Wakil Presiden menjabat selama satu periode yaitu lima tahun, dan dapat dipilih kembali setelahnya. Artinya setiap presiden dan wakil presiden memiliki maksimal masa jabatan selama dua periode atau sepuluh tahun. Pada tahun 2023 menjadi tahun terakhir Presiden Joko Widodo menjabat maka perlu diadakannya pemilihan Presiden dan Wakil Presiden baru untuk pemerintahan tahun 2024. Antusias dari berbagai partai politik dapat dirasakan di akhir tahun 2023. Mulai bermunculan banyak kampanye politik dari berbagai partai agar para calon presiden dapat memperoleh suara terbanyak.

Dalam dunia politik, keterlibatan jumlah massa yang banyak menjadi hal yang harus terpenuhi. Politik tentunya memerlukan publisitas dengan jangkauan luas untuk menarik banyak massa dari berbagai wilayah. Maka peran internet disini sangat dibutuhkan mengingat perkembangannya yang semakin pesat dan mampu menyebarkan segala bentuk informasi dengan hitungan menit bahkan detik. Internet digunakan sebagai bentuk publisitas politik secara paralel dengan media tradisional atau konvensional. Internet digunakan sebagai media kampanye karena dianggap lebih efektif berkomunikasi dengan publik. Pada akhirnya internet dan politik memiliki keterkaitan dan memberikan hubungan timbal balik tersendiri. Penggunaan media internet oleh para politisi ini bisa disebut dengan istilah Komunikasi Politik. Menurut Riaz (2010), Komunikasi Politik ini mencakup penggunaan media antara pemerintahan dengan partai politik yang bertujuan untuk memperoleh dukungan pada saat pemilihan umum atau di luar pemilihan umum. Para politisi berlomba-lomba memaksimalkan penggunaan internet ini demi sebuah pengakuan bahwa politik saat ini “GAPTEK” atau “Gagap Teknologi” demi meraup simpatisan dari berbagai kalangan pengguna internet. Menjelang pemilu tahun 2024 mendatang, berbagai bentuk kampanye sudah mulai dapat dirasakan oleh masyarakat. Banyak bermunculan promosi-promosi politik lewat berbagai media seperti poster, banner, baliho, bahkan video kampanye iklan yang ditayangkan di televisi swasta. Setiap marka jalan saat ini dipenuhi oleh promosi partai politik agar mendapat dukungan dari rakyat. Bahkan tidak sedikit para politisi menjanjikan

banyak fasilitas untuk masyarakat apabila memilihnya saat pemilu mendatang. Tentunya hal tersebut menjadi janji yang perlu ditepati apabila terpilih. Namun bentuk fasilitas yang dijanjikan oleh para politisi, tidak bisa ditentukan secara pasti tempat dan waktu perealisasiannya. Para politisi saling berkompetisi lewat internet dengan cara membuat iklan kampanye hingga membuat situs atau *website* yang dapat bermanfaat bagi masyarakat. Namun tidak dapat terpungkiri, para politisi tentunya memiliki tim sukses yang mendukung setiap bentuk kegiatan yang diselenggarakan.

Demi terpilihnya politisi terkait, banyak hal yang dilakukan termasuk menjatuhkan kompetitor lain dengan berbagai cara. Internet yang seharusnya dimanfaatkan dengan baik, namun tetap saja banyak bermunculan berita atau informasi di berbagai situs atau media sosial yang menjatuhkan citra politisi yang dituju. Media sosial yang saat ini tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari manusia, masih bisa disalahgunakan oleh para oknum yang tidak bertanggung jawab. Instagram, Facebook, Youtube, Tiktok, hingga Twitter, menjadi media penyebaran banyak informasi politik yang tidak valid. Bagi masyarakat yang hanya mengerti penggunaan aplikasi tersebut secara mendasar, akan menganggap seluruh informasi yang muncul adalah benar adanya. Apabila terus dibiarkan tanpa memberikan edukasi, maka tidak menutup kemungkinan akan terjadi kesenjangan sosial di media sosial. Seperti opini publik yang mengarah ke arah negatif, saling adu argumen dan sudut pandang, tuduhan tanpa bukti, hingga fitnah. Agar hal tersebut dapat terminimalisir, maka perlu adanya sosialisasi atau edukasi kepada masyarakat yang terfokus pada permasalahan tersebut. Edukasi tersebut tentunya tidak hanya difokuskan pada bidang politik, namun mencakup seluruh aspek kehidupan agar terjalin keharmonisan antar umat manusia. Pembuatan berbagai macam video iklan, poster, brosur, banner, dan lain lain dikemas dengan hal menarik lainnya membuat edukasi yang ingin disampaikan bisa diterima baik oleh para *audiens*.

## **II.2. Etika Berinternet**

Saat ini menggunakan internet merupakan kebutuhan penting bagi semua orang di seluruh dunia, karena dengan bantuan internet kita disuguhi kemudahan berbagai

aplikasi, sehingga segala aspek kehidupan manusia menjadi sangat mudah dan cepat. Pemanfaatan Internet di Indonesia pada awalnya hanya sebagai alat komunikasi internal beberapa perguruan tinggi dalam kegiatan perancangan, kini telah menjadi lingkungan baru yang keberadaannya sangat dibutuhkan oleh setiap orang, karena Internet sangat diterima oleh generasi muda dengan begitu mudah.

Media *online* juga termasuk situs jejaring sosial yang dapat digunakan untuk berinteraksi dan bersosialisasi dengan orang lain, baik itu individu, kelompok atau massa, serta untuk mendapatkan berbagai informasi yang diperlukan dengan cepat seperti WhatsApp, Line, Instagram, Facebook, Twitter, Tiktok, dan lain lain. Kebutuhan akan informasi mendorong masyarakat untuk 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 bahwa saat ini penggunaan media sosial selain memudahkan penggunaannya untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan juga banyak disalahgunakan oleh sebagian penggunaannya dengan menyebarkan informasi yang tidak jelas dan menyesatkan atau penipuan, menyebarkan informasi yang menyesatkan dan menyebarkan gangguan, pelecehan dan informasi lain yang sangat berbahaya atau negatif. 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 interaksi sosial pada internet.

Namun, banyak pengguna media sosial yang tidak menyadari dampak dari postingan pesan dan gambar yang merusak, seperti menghina orang yang tidak mereka sukai dengan bahasa yang sangat tidak pantas atau mengunggah gambar yang sangat negatif untuk kepentingan pribadi juga kepada masyarakat luas dengan

menyebarkan berita bohong yang mendiskriminasi seseorang yang tidak mereka sukai, dengan menyebarkan fitnah dan ujaran kebencian serta pesan-pesan negatif lainnya. Saat kita memasuki zaman digital, sebagian besar populasi dunia menggunakan teknologi dan perangkat digital, saat ini masyarakat tidak dapat dipisahkan dari perangkat dan aplikasi terkait. Oleh karena itu, keterampilan dan etika digital memainkan peran yang sangat penting dalam komunikasi di dunia maya. Jika melanggar etika komunikasi pada media sosial hingga merugikan orang lain, maka harus berhadapan dengan undang-undang tentang Data dan Transaksi Elektronik. Hukuman penjara dengan denda ratusan juta atau miliaran rupiah tak terhindarkan karena melanggar etika komunikasi siber. Masyarakat Indonesia tidak sadar bahwa apa yang mereka lakukan salah satunya membagikan informasi yang belum diverifikasi artinya mereka sama saja menyebarkan informasi palsu.

Beberapa alasan pentingnya etika di dunia maya adalah sebagai berikut:

- Pengguna internet berasal dari berbagai negara, yang mungkin memiliki budaya, bahasa, dan kebiasaan yang berbeda.
- Pengguna internet adalah orang-orang yang hidup di dunia anonim yang tidak membutuhkan identitas asli untuk dapat terjalin dalam interaksi.
- Berbagai ruang yang ditawarkan di internet memungkinkan orang untuk bertindak secara etis, misalnya ada juga warga yang ingin melakukan hal-hal yang tidak boleh dilakukan.
- Perlu dicatat bahwa jumlah pengguna Internet terus meningkat dan banyak penghuni baru memasuki dunia maya.



Gambar II.4 Ilustrasi Netiket

Sumber: <https://www.google.com/search?q=netiket&tbn.jpg>  
(Diakses pada 1/12/2022)

Pelanggaran etika seperti halnya etika kehidupan bermasyarakat, hukuman atas pelanggaran tersebut adalah hukuman sosial. Sanksi sosial dapat berupa peringatan atau bahkan pengucilan dari kehidupan sosial. Hal yang sama berlaku untuk pelanggaran etika Internet. Jika ada yang melanggar etika atau standar yang berlaku, maka sanksi yang diterima bisa berupa kritik atau pengucilan di dunia maya.

Media sosial adalah sarana paling ampuh untuk berkomunikasi dengan publik. Efektifitasnya tidak perlu didistribusikan secara fisik ke publik, hanya cukup dengan koneksi internet saja. Penyebaran informasi di media *online* sangat mudah karena tidak ada aturan yang membatasi penulisan informasi di media *online*. Oleh karena itu, penyaringan informasi di media *online* tidak dapat dilakukan, siapapun yang mengakses media *online* dapat menyebarkan informasi tanpa filter terlebih dahulu, dan dapat dikatakan bahwa penyebaran informasi tersebut bersifat anonim atau dari sumber yang tidak jelas faktanya. Karena fakta yang disebar tidak jelas, informasi tersebut merupakan *hoax* yang dapat berujung pada ujaran kebencian.

Teknologi saat ini sangat disayangkan sekali apabila digunakan untuk hal-hal negatif, salah satunya menebar kebencian, informasi-informasi yang bohong, sampai akhirnya masyarakat resah dan khawatir sehingga kebingungan memilah mana yang sebenarnya yang benar dan bohong. Para oknum tidak bertanggung jawab ini lah yang sengaja membuat masyarakat resah akan informasi yang beredar di internet tersebut. Sehingga banyak warganet yang terpancing emosinya karena tidak melihat kebenaran dari informasi yang didapat. Kemudian membagikannya kembali ke pengguna lain sehingga semakin banyak orang yang terpancing emosinya. Informasi penipuan tersebar karena masyarakat dengan mudah mempercayai informasi yang mereka terima dan mempercayai sumber yang mereka yakini selalu menyebarkan informasi yang menurutnya benar.

Tujuan dari informasi palsu ini adalah untuk membentuk persepsi, mengarahkan opini dan membentuk opini yang akan menguji pemahaman pengguna internet dan media sosial tentang informasi yang disebar. Juga, kemungkinan reinkarnasi

informasi atau pengulangan pendapat pribadi melalui tambahan mengubah informasi yang semula faktual menjadi informasi palsu. Dalam membuat informasi perlu dicari informasi yang faktual dan berkorelasi agar penerima informasi memahaminya dengan benar, hal ini sering diabaikan oleh penyebar informasi dan pembuat informasi. Dari berita dan informasi yang dibagikan di jejaring sosial, dapat disimpulkan bahwa banyak spekulasi bukanlah fakta yang dibagikan banyak orang. Tanpa perancangan dan tanpa pihak berwenang mengungkapkan informasi tertentu sangatlah mudah dan cepat sehingga terjadinya penyebaran berita dalam skala besar.

### **II.2.1. Pemilihan Presiden**

Sejatinya Indonesia merupakan negara yang memiliki sistem pemerintahan presidensial, maka dalam segala aspek pengembangan wilayah dan kemajuan daerah dipimpin langsung oleh seorang Presiden. Menurut UUD 1945 pasal 7 menyatakan bahwa Presiden dan Wakil Presiden memegang jabatan selama lima tahun, dan sesudahnya dapat dipilih kembali. Artinya setiap presiden memiliki masa jabatan maksimal dua periode atau sepuluh tahun lamanya. Indonesia saat ini dipimpin langsung oleh Presiden Joko Widodo yang telah menjabat selama dua periode yaitu terhitung dari tahun 2014 dan masa jabatannya berakhir di akhir tahun 2023. Oleh sebab itu, perlu adanya pemilihan presiden dan wakil presiden untuk masa jabatan selanjutnya.

Pemilihan presiden ini menjadi kewajiban bagi seluruh masyarakat Indonesia yang telah berumur 17 tahun keatas. Tentunya hal ini menjadi momen yang paling dinantikan oleh seluruh calon presiden beserta jajarannya untuk dapat melakukan kampanye demi mendapat banyak suara hingga terpilih menjadi presiden di periode selanjutnya. Masyarakat dari Sabang sampai Merauke memiliki hak suara yang sama dan setiap suara yang diberikan tentunya sangat berpengaruh bagi keberlangsungan pemerintahan Indonesia selanjutnya. Selama masa kampanye berlangsung tim sukses dari tiap calon presiden akan berlomba-lomba mempromosikan calon presiden yang didukungnya pada masyarakat. Tidak sedikit para politisi melakukan kampanye besar-besaran seperti membuat *billboard*, baliho,

baner, poster, bahkan menyelenggarakan acara yang memberikan bantuan berupa sandang dan pangan kepada masyarakat demi memperoleh banyak suara.

Namun selama masa kampanye berlangsung, tidak sedikit bermunculan berita-berita di media sosial yang dapat menggiring opini publik ke arah negatif. Seperti berita bohong (*hoax*), penipuan, ujaran kebencian, tuduhan tanpa bukti yang dapat dikategorikan sebagai kampanye hitam atau "*black campaign*". Hal tersebut tentunya dilakukan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab. Oknum tersebut sulit terungkap identitas aslinya karena dalam media sosial oknum tersebut bisa saja menggunakan identitas orang lain. Hal ini tentunya dapat merugikan banyak pihak, terutama pihak yang dituju. *Black campaign* tersebut bisa dikemas sedemikian rupa sehingga masyarakat akan kesulitan mencerna apakah berita tersebut benar adanya atau hanya sebagai alat untuk menjatuhkan reputasi pihak lawan. Bagi masyarakat yang mengerti akan hal tersebut akan lebih mudah memilih dan mencerna berita yang ada, namun bagi masyarakat yang hanya mengerti bermedia sosial secara umum kemungkinan besar akan terjerumus hingga memiliki pandangan negatif pada pihak yang dituju.

Melihat kondisi para politisi yang saat ini melakukan kampanye menjelang pemilihan presiden 2024, maka perlu diberikannya edukasi secara menyeluruh kepada masyarakat untuk lebih berhati-hati dalam menerima berita. Jangan sampai berita yang dibagikan lewat akun media sosial pribadi memuat berita bohong yang dapat menyebabkan kesenjangan sosial di dunia maya. Pemilihan presiden 2024 harus terlaksana dengan baik dan masyarakat Indonesia bisa menggunakan suaranya dengan bijak tanpa dipengaruhi oleh pihak manapun.

### **II.2.2. *Black Campaign***

Menjelang Pemilu atau Pemilihan Umum tahun 2024 kini sudah banyak beredar kampanye yang ditayangkan di berbagai media untuk menarik partisipan dan memperoleh dukungan dari masyarakat. Suatu bentuk usaha yang positif dari para calon pemerintahan dengan berlomba-lomba memberikan fasilitas kepada masyarakat seperti pembangunan fasilitas umum, atau bantuan kebutuhan pokok

sandang dan pangan. Secara tidak langsung masyarakat yang menerima fasilitas tersebut akan merasa kebutuhannya terpenuhi. Besar kemungkinan masyarakat akan memilih dan mendukung politisi yang memberikan fasilitas tersebut.

Selain itu, para politisi pun melakukan kampanye di internet yang diunggah di berbagai media sosial. Namun dalam ranah digital ini, tidak sedikit banyak oknum yang menyalahgunakannya. Hal ini ditandai dengan hadirnya kampanye hitam atau *black campaign*. Kampanye hitam (*black campaign*) dilakukan melalui media konvensional seperti selebaran kertas, poster, spanduk, dan lain-lain secara massal dan media internet yaitu media sosial. Istilah kampanye hitam (*black campaign*) digunakan di Indonesia untuk menyebut kegiatan yang dikenal sebagai kampanye negatif (*negative campaign*) dalam rangka untuk menjatuhkan lawan politik. Adapun yang termasuk dalam kegiatan kampanye negatif (*negative campaign*) menurut UU No.7 Tahun 2017 berkaitan dengan pelanggaran kode etik penyelenggaraan Pemilu, pelanggaran administrasi Pemilu, sengketa Pemilu, dan tindak pidana Pemilu.

Kampanye hitam ini menimpa salah satu calon presiden yaitu Ganjar Pranowo. Banyak situs dan media sosial yang mengabarkan bahwa Ganjar mengunggah foto yang tidak senonoh ke media sosial bersama artis bintang porno asal Jepang Maria Ozawa. Kabar tersebut tentunya sudah diklarifikasi oleh Ganjar sendiri dalam acara TV Kick Andy dan berita tersebut termasuk ke dalam kampanye hitam yang dilakukan oleh oknum dengan tujuan merusak citra dan nama baik Ganjar Pranowo. Kampanye hitam (*black campaign*) yang dilakukan di dunia maya, khususnya media sosial seringkali tidak terungkap, karena pelaku pembuat dan penyebar konten yang berisikan kampanye hitam (*black campaign*) tersebut sulit ditemukan. Selain itu, sifat dunia maya yang tanpa batas (*borderless*) menyebabkan secara yuridis dalam hal ruang siber tidak dapat mengkategorikan sesuatu dengan ukuran dan kualifikasi hukum konvensional untuk dapat dijadikan objek dan perbuatan. Kampanye hitam (*black campaign*) dapat membahayakan bagi keutuhan bangsa dan negara. Penggunaan internet khususnya media sosial memang memberikan dampak positif kepada masyarakat, tetapi akan menimbulkan ancaman bagi

ideologi bangsa apabila dipergunakan untuk sesuatu yang salah seperti kampanye hitam.

Kampanye hitam (*black campaign*) melalui media sosial saat ini sudah meresahkan masyarakat, karena media sosial dapat dijadikan sebagai alat kejahatan baru. Perpindahan ini dapat dilihat juga pada saat dilaksanakannya pemilu. Kampanye hitam (*black campaign*) sebelum adanya media sosial dilakukan dengan membagi atau menyebarkan informasi melalui koran, brosur, pamflet, artikel, spanduk, dan lain-lain berisi berita bohong, fitnah, dan informasi negatif yang ditujukan terhadap satu pasangan tertentu. Penyebaran itu bisa dilakukan oleh siapa saja, baik itu oknum tim kampanye yang sudah terdaftar maupun oknum simpatisan yang bukan sebagai tim kampanye terdaftar.

Pengguna (akun) media sosial seringkali tidak diketahui kebenaran pemilik akunnya (anonim). Ini merupakan salah satu trik para pelaku kejahatan kampanye hitam (*black campaign*) dalam melaksanakan kegiatannya. Pembentukan akun anonim ini memang menguntungkan bagi para pelaku kejahatan, karena sulit dilacak keberadaannya. Selain itu, pengguna media sosial tidak dapat dikategorikan sebagai pelaksana, peserta, dan tim kampanye pemilu.

### **II.2.3. Tata Etika pada Media Sosial**

Penggunaan media sosial dewasa ini dapat dikatakan lebih aktif dan meningkat, namun memiliki sisi negatif yang sangat berbahaya karena dapat membuat perpecah belahan antara sesama pengguna bahkan orang lain. Isu-isu atau berita yang tidak benar, penyampaian fakta yang dilebih-lebihkan, narasi informasi yang diberi opini pribadi atau bahkan diubah demi meningkatkan jangkauan interaksi dengan pengguna lain, fakta gambar yang diubah maksudnya, suara dalam video yang diganti, cuplikan cuplikan gambar dan video yang dihubung-hubungkan demi terciptanya opini baru, penggiringan opini masyarakat terhadap sesuatu yang belum tentu benar adanya dengan diberikan narasi dan informasi yang salah namun terlihat benar dan biasanya disampaikan oleh orang yang berpendidikan. Maka orang awam

yang sama sekali tidak mengetahui seluk beluk tentang informasi tersebut, akan menelan mentah-mentah.

Hal-hal yang tidak benar, transmisi fakta dan data yang diputar balikkan, informasi naratif, opini yang diungkapkan secara pribadi maupun kelompok kecil, mendorong opini publik terhadap sesuatu dengan cerita palsu dan informasi yang tampaknya benar, biasanya dari orang-orang terpelajar.

Etika internet menurut Nugroho (2022) berbunyi sebagai berikut:

- Pertahankan harga diri secara online dan dalam kehidupan nyata. Jangan melakukannya karena merasa tidak dikenal, tetapi bersikap kasar atau tidak pantas.
- Internet tidak hanya tentang komputer (dunia maya) tetapi juga tentang manusia (dunia nyata). Pergunakan internet dengan sebaik mungkin sebagai mana kehidupan bersosial di dunia nyata.
- Jangan buang *bandwidth* dan waktu penggunaan untuk mengirim grafik, gambar, dan lain lain. kecuali benar-benar diperlukan.
- Jangan membantah. Dunia ini penuh dengan keragaman, jadi hargai pendapat orang lain dan jangan memaksanya. Jangan memulai atau memprovokasi perkelahian yang dapat dihindari atau dihentikan.
- Bagikan informasi berharga. Internet terus berkembang dan semakin mudah diakses. Berbagi satu sama lain untuk meningkatkan kualitas Anda sendiri.
- Mencegah anak menerima informasi yang tidak sesuai dengan perkembangannya. Internet adalah sumber informasi yang tidak terbatas dan sangat mudah untuk menambah informasi dan wawasan. Awasi anak-anak ketika mereka menggunakan Internet.
- Jangan melanggar aturan yang telah dibuat. Banyak undang-undang yang telah berlaku untuk menanggulangi kejahatan siber yang berlaku *online*, termasuk hak privasi, dan penipuan, hak cipta dan merek dagang, campur tangan, pencemaran nama baik, dan masalah kerahasiaan.
- Hormati privasi pengguna Internet lainnya. Jangan memberikan alamat email seseorang tanpa izin, sama seperti Anda tidak memberikan nomor telepon seseorang sesuka hati.

- Dilarang memanfaatkan kehadiran anggota grup untuk kepentingan lain. Meski banyaknya orang di Internet bisa saja dimanfaatkan untuk kepentingan wirausaha, tidak semua kalangan layak mendapatkannya.
- Bersiaplah untuk memaafkan kesalahan seseorang. Orang hidup di internet, bukan komputer. Dan orang bisa membuat kesalahan. Lakukan koreksi jika perlu dan jangan ragu untuk bertanya atau meminta bantuan.

### **II.3. Analisis Permasalahan**

Perancangan ini tentunya didasari oleh banyaknya informasi yang telah dikumpulkan melalui beberapa metode, salah satunya adalah melalui wawancara yang dilakukan pada tanggal 3 Januari 2023 kepada salah satu pegawai di kominfo di Kota Bandung. Selain itu untuk menguatkan data tersebut, dilakukan pula survei lapangan melalui *Google Form* secara *online* yang dibagikan mulai tanggal 13 Juni 2023 hingga 1 Juli 2023.

#### **II.3.1. Wawancara**

Tepat dihari Selasa, 3 Januari 2023 dilakukan wawancara bersama Ibu Tani selaku pegawai (ketua divisi Humas) di kantor Kominfo Kota Bandung. Adapun dokumentasi yang diambil saat melakukan wawancara:



Gambar II.5 Foto bersama Ibu Tani  
Sumber: Dokumentasi pribadi  
(03/01/2023)

Dalam wawancara bersama Ibu Tani ini dapat meringkas informasi terkait berita bohong (*hoax*) yang tersebar di media sosial serta etika yang bisa diterapkan di kehidupan sehari-hari oleh masyarakat Kota Bandung. Banyaknya berita *hoax* yang beredar di internet adalah masalah yang serius. *Hoax* dapat mempengaruhi opini dan pandangan publik, menyebarkan informasi yang salah dan tidak benar, dan bahkan dapat memicu kepanikan dan ketakutan yang tidak perlu. Oleh sebab itu, sangat penting bagi setiap individu untuk lebih berhati-hati dan memverifikasi informasi yang diterimanya sebelum mempercayainya. Hal sederhana yang dapat dilakukan adalah dengan membandingkan informasi tersebut dengan sumber yang terpercaya dan memastikan bahwa informasi tersebut konsisten dengan informasi lain yang beredar. Juga, sangat penting untuk menyebarluaskan informasi yang benar dan terpercaya untuk membantu mengurangi penyebaran *hoax*.

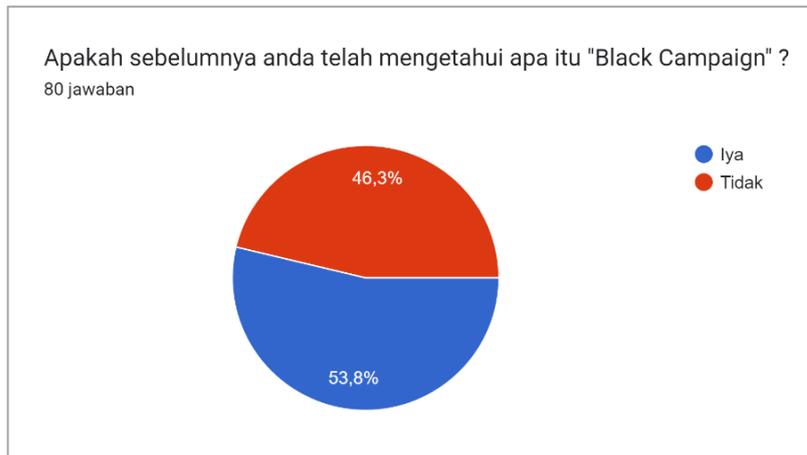
Beberapa alternatif yang dapat dilakukan oleh masyarakat untuk memastikan bahwa mereka menerima informasi yang valid salah satunya dengan selalu memverifikasi sumber, contohnya dengan memastikan bahwa sumber informasi yang digunakan terpercaya dan memiliki reputasi baik dan jangan lupa untuk selalu mengecek apakah mereka memiliki catatan yang baik untuk menyediakan informasi yang akurat dan terpercaya. Selain itu pastikan untuk selalu memverifikasi sumber dengan selalu memastikan bahwa sumber informasi yang digunakan terpercaya dan memiliki reputasi baik. Hal terakhir yang mungkin dapat digunakan sebagai alternatif adalah dengan selalu mempertimbangkan tanggal informasi. Informasi yang sudah lama mungkin sudah tidak valid dan tidak relevan lagi, jadi pastikan untuk memastikan bahwa informasi yang didapat masih *up-to-date*.

### **II.3.2. Kuesioner**

Demi menunjang perancangan dan memperoleh data yang valid, penggalan data lewat kuesioner menjadi salah satu upaya yang dipilih. Dimana hal tersebut ditinjau secara *online* melalui *Google Form* yang data nya dapat diringkas sebagai berikut:

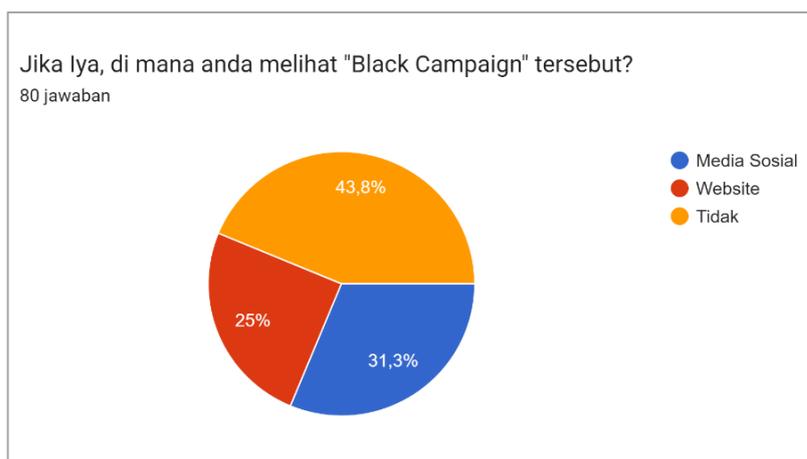
Dalam *Google Form* yang dibagikan secara *online* melalui media sosial pribadi, berisikan pertanyaan-pertanyaan yang menjurus pada objek perancangan yaitu

*black campaign*. Hal ini dilakukan agar pengarang mengetahui sejauh mana dan seberapa banyak orang yang mengerti tentang dunia politik. Selain itu, disisipkan pula pertanyaan mengenai etika dalam berinternet yang mengangkat slogan “Saring Sebelum *Sharing*”.



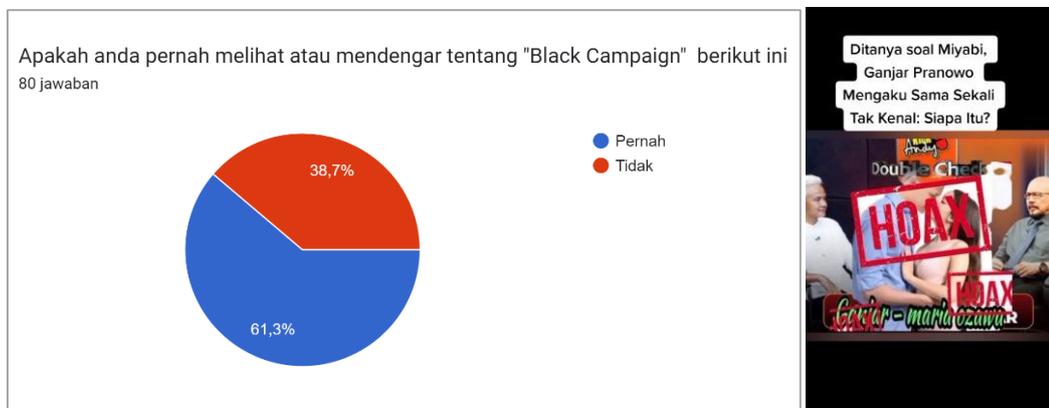
Gambar II.6 *Pie Chart 1*  
Sumber: Data pribadi (2023)

Dari gambar di atas sebanyak 53,8% orang sudah mengetahui perihal “*black campaign*” dan 46,3% orang tidak mengetahui soal “*black campaign*” tersebut. Maka dapat disimpulkan bahwa, mayoritas orang yang mengisi form sudah mengetahui secara garis besar perihal “*black campaign*” dalam dunia politik. Namun tidak sedikit orang juga yang sama sekali tidak mengetahui tentang “*black campaign*”.



Gambar II.7 *Pie Chart 2*  
Sumber: Data pribadi (2023)

Dari data sebelumnya 53,8% orang mengetahui tentang *black campaign* dan pada pertanyaan kali ini, persentase tersebut terbagi menjadi dua bagian. Sebanyak 25% orang melihat *black campaign* beredar di *website*, sementara 31,3% orang melihat *black campaign* beredar di media sosial. Hal ini menandakan bahwa media sosial menjadi wadah para oknum mengedarkan *black campaign* tersebut karena segala bentuk informasi dan berita yang ada di media sosial lebih cepat beredar dibanding melalui *website*. Media sosial saat ini berdampingan erat dengan kehidupan sehari-hari manusia. Maka tidak heran, *black campaign* banyak ditemukan di media sosial. Sedangkan persentase 43,8% masih dipegang oleh orang yang tidak mengetahui *black campaign*.



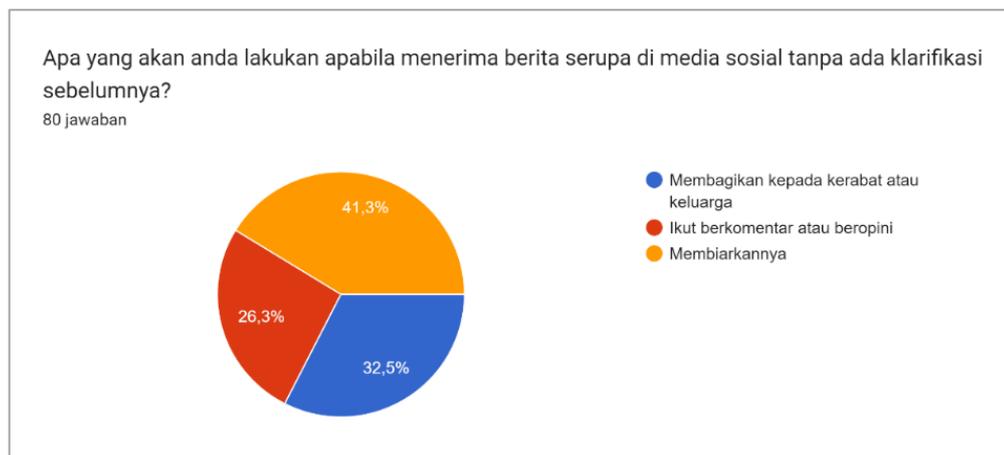
Gambar II.8 *Pie Chart 3*  
 Sumber: Data pribadi (2023)

Dalam pertanyaan kali ini, disertakan contoh *black campaign* yang penulis temukan di media sosial Tiktok yaitu kasus Ganjar Pranowo. Ternyata sebanyak 61,3% orang pernah melihat berita tersebut dan 38,7% orang tidak pernah melihat kasus tersebut. Hal ini menandakan bahwa, *black campaign* tersebut menjadi topik hangat di berbagai media sosial khususnya Tiktok. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi cepat tersebarnya berita tersebut yaitu sebagian besar orang yang tidak ingin dirinya ketinggalan berita dan selalu *update* tentang hal apapun di media sosial dengan sengaja membagikan berita tersebut. Namun ada pula yang menganggap segala berita yang ada di internet adalah benar adanya.



Gambar II.9 *Pie Chart 4*  
Sumber: Data pribadi (2023)

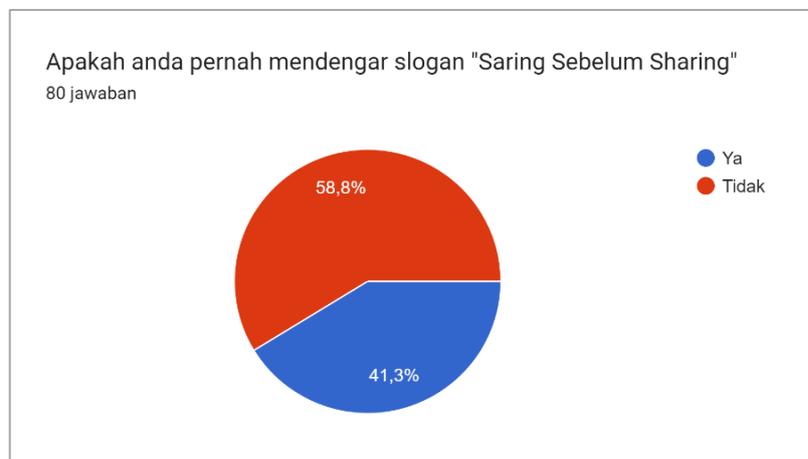
Dari data di atas sebanyak 47,5% orang mengakui bahwa dirinya masing-masing pernah membagikan berita yang belum tentu benar faktanya. Tentunya presentasi tersebut sangatlah besar dan dapat memberikan dampak yang besar pula apabila tidak ditanggulangi dengan memberikan edukasi yang benar. Walaupun 52,5% orang mengakui bahwa dirinya masing-masing tidak pernah membagikan berita yang belum tentu benar faktanya. Data ini menjadi salah satu data yang paling kuat dari data lain nya karena ternyata permasalahan yang ada terletak pada keteledoran masyarakat sendiri dengan membagikan berita yang belum valid kebenarannya.



Gambar II.10 *Pie Chart 5*  
Sumber: Data pribadi (2023)

Berpatok pada data sebelumnya yang ternyata memperlihatkan banyak orang membagikan berita yang belum valid, pada pertanyaan kali ini dapat disimpulkan bahwa total 58,8% orang menindaklanjuti berita tersebut yang terbagi ke dalam dua

pilihan yaitu 26,3% orang memilih ikut berkomentar atau beropini, dan 32,5% orang memilih membagikan kepada kerabat atau keluarga. Angka tersebut memperlihatkan bahwa sebagian besar orang memilih menindaklanjuti berita yang ada daripada membiarkannya saja yaitu dengan persentase 41,3%. Banyak hal yang dapat memicu kesenjangan sosial apabila dilihat sebanyak 26,3% orang yang ikut beropini. Pada dasarnya segala bentuk informasi dapat menggiring opini publik ke arah positif maupun negatif. Jika berita tersebut berisikan berita bohong, tuduhan tanpa bukti, fitnah, hingga pelecehan, maka sudah dapat dipastikan akan mendorong masyarakat untuk berasumsi negatif hingga terjadilah kesenjangan sosial walaupun melalui internet.



Gambar II.11 *Pie Chart 6*  
Sumber: Data pribadi (2023)

Dari data di atas memperlihatkan sebanyak 58,8% orang tidak pernah mendengar slogan "Saring Sebelum *Sharing*" sementara 41,3% orang sudah pernah mendengar slogan tersebut. Maka dapat disimpulkan bahwa masyarakat masih kurang mendapatkan edukasi tentang membagikan segala sesuatu di media sosial. Masih banyak orang yang belum mengetahui dengan menerapkan slogan tersebut dalam kehidupan sehari-hari akan mengubah kehidupan jauh lebih baik dan menjadi contoh bagi generasi penerus untuk menggunakan etikanya tersebut dalam berinternet. Oleh sebab itu, perlu sekali diberikan edukasi yang menyeluruh terkait penggunaan internet yang baik dan benar khususnya dalam menerapkan etika berinternet pada media sosial.



Gambar II.12 *Pie Chart 7*  
Sumber: Data pribadi (2023)

Bagi sebagian orang yang pernah mendengar slogan tersebut ternyata sebanyak 55% orang sudah paham maksud atau arti dibalikny, sementara 26,2% orang kurang memahami dan 18,8% orang benar-benar tidak paham. Artinya walaupun data membuktikan banyak orang yang paham arti dari slogan namun pada realisasinya masih banyak juga yang tidak menerapkan hal tersebut di kehidupan sehari-harinya. Maka penerapan dan realisasinya harus selaras dengan pola pikir serta visioner dari masing-masing pribadi masyarakat. Apabila ingin masa depan dengan kehidupan yang tentram dan nyaman, maka mulai detik ini harus bisa merealisasikan pemahaman tentang slogan tersebut di kehidupan masing-masing.



Gambar II.13 *Pie Chart 8*  
Sumber: Data pribadi (2023)

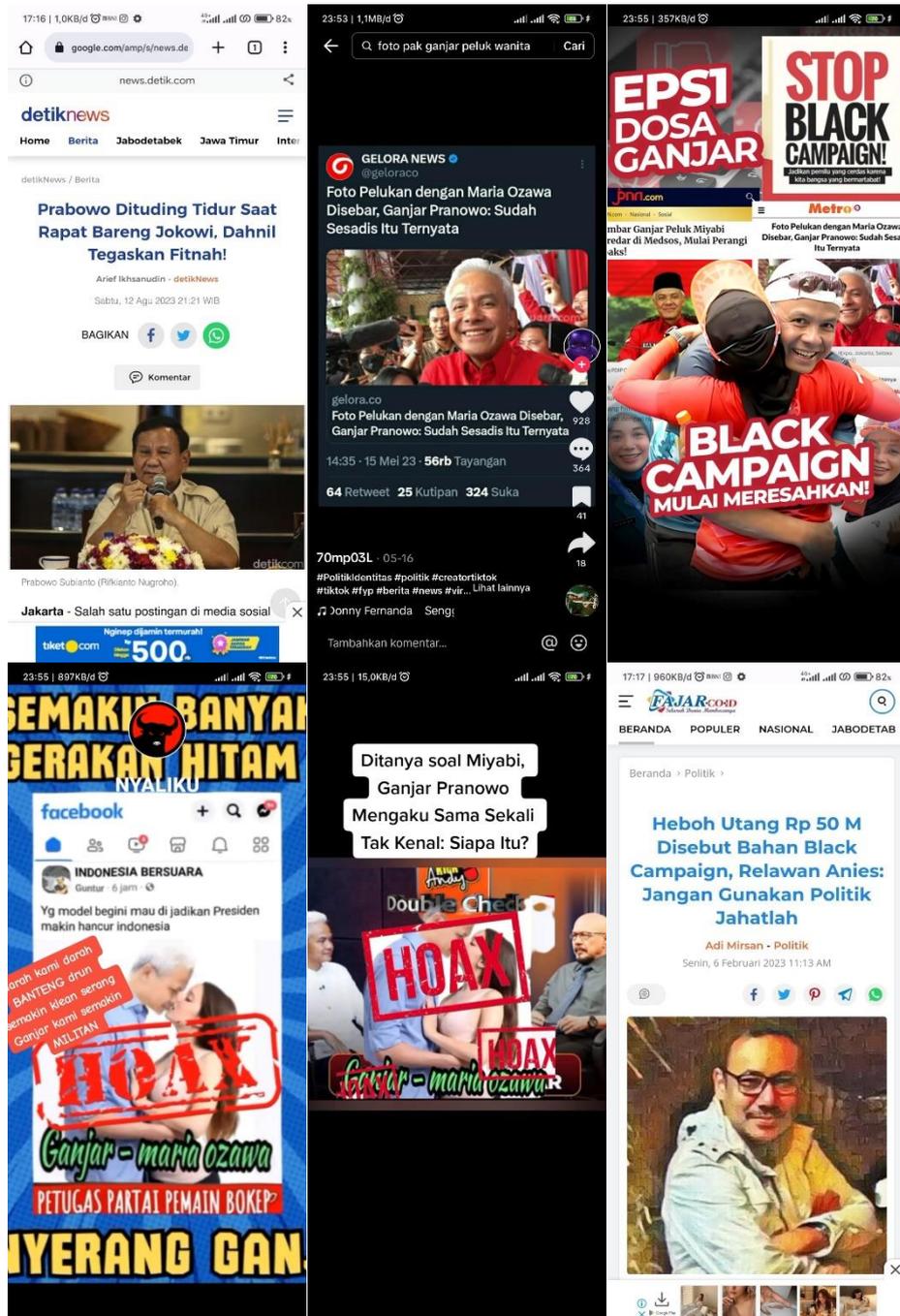
Data di atas memperlihatkan sebanyak 92,5% orang menganggap menyaring segala informasi sebelum dibagikan kembali itu sangat penting, sementara 7,5% orang

menganggapnya tidak penting. Melihat data ini, kesadaran akan pentingnya menyaring informasi dapat dikatakan sangat tinggi. Maka sudah seharusnya berita bohong, ujaran kebencian, opini negatif, pelecehan, fitnah, hingga tuduhan tanpa bukti bisa terminimalisir dari waktu ke waktu.

### **II.3.3. Data Lapangan**

Menyikapi berbagai bentuk berita bohong yang tersebar di media sosial, penulis mengungkap salah satu berita yang sempat menjadi *tranding topic* di tahun 2023. Berita yang menimpa salah satu calon presiden tahun 2024 yaitu Ganjar Pranowo. Dalam beberapa situs dan media sosial sudah tersebar foto yang tidak senonoh Ganjar Pranowo dengan Maria Ozawa seorang bintang porno asal Jepang. Perkembangan internet menjadikan segala bentuk berita dapat tersebar cepat hanya dalam hitungan detik. Berita tentang Ganjar tersebut dengan cepat menyebar di berbagai media sosial hingga sampai ke telinga Ganjar sendiri. Menyikapi berita tersebut, dalam acara TV Kick Andy, Ganjar memberikan klarifikasi bahwa foto tersebut hasil editan oknum yang tidak bertanggung jawab hanya untuk menjatuhkan citra Ganjar di mata publik. Bahkan Ganjar sendiri tidak mengenali Maria Ozawa dan tidak pernah bertemu dengannya. Tidak banyak yang Ganjar lakukan hanya sebatas memberikan peringatan bagi siapapun yang telah membuat berita tersebut. Hanya saja apabila hal tersebut terjadi kembali, Ganjar beserta tim hukumnya bisa saja menindaklanjuti kasus ke ranah hukum.

Dari kasus tersebut, dapat disimpulkan bahwa berita yang tersebar termasuk ke dalam kampanye hitam (*black campaign*). Bagi pengguna internet yang kurang mengenali dan memahami kampanye hitam, saat menerima berita tersebut pada akun media sosial pribadi besar kemungkinan akan dengan mudah mempercayai dan kembali membagikan berita tersebut yang diberikan opini atau sudut pandang masing-masing. Ada yang mencela, memfitnah, hingga menuduh tanpa bukti bahkan terjadi adu argumen dengan pengguna internet lain. Hal tersebut menjadi kesenjangan sosial yang harus diminimalisir oleh penulis. Berikut ini adalah beberapa tangkapan layar yang telah penulis ambil dari media sosial pribadi tiktok



Gambar II.14 Tangkapan layar berita *Black Campaign* di Internet  
 Sumber: Dokumentasi pribadi tangkapan layar  
 (24/08/2023)

#### II.4. Resume

Observasi lapangan dalam perancangan ini dilakukan secara online atau meninjau ulang melalui internet. Objek utama yang dijadikan bahan kajian pada perancangan ini berhubungan langsung dengan jejaring sosial, maka untuk menunjang objek yang diusung, penulis melakukan survei dan pengumpulan data melalui media

sosial seperti Tiktok yang dapat disimpulkan bahwa hingga saat ini pun masih banyak beredar berita mengenai *black campaign* menjelang pemilihan presiden 2024, akibatnya terjadi kesenjangan sosial baik secara langsung dan tidak langsung. Kemajuan teknologi dan informasi mendorong masyarakat untuk lebih tahu dalam jangka waktu yang sangat cepat. Tak sedikit postingan yang diunggah pada akun pribadi dapat menuai kontroversi dengan pengguna lainnya. Bahkan dapat berisikan hujatan, fitnah hingga gosip. Observasi ini dilakukan secara berkala.



Gambar II.15 Tangkapan layar berita *Black Campaign* di media sosial Tiktok  
Sumber: Data pribadi tangkapan layar  
(24/08/2023)

Dalam gambar tersebut bisa dilihat bahwa video tersebut dibagikan kembali sebanyak lebih dari 2000 kali. Artinya kemungkinan besar banyak akun media sosial Tiktok yang membagikannya pada media sosial lain dan menjadi perbincangan hangat. Berita ini cukup menuai kontroversi di ranah politik. Tentunya akan banyak sudut pandang dari masyarakat terkait kasus yang menimpa Ganjar, baik itu berupa dukungan atau bahkan ejekan yang menjatuhkan nama baik Ganjar Pranowo. Kegiatan membagikan tersebut tentunya sulit untuk dihentikan, belum lagi berita yang diunggah cukup penting dan berbobot. Namun perlu disadari bahwa tidak semua berita politik benar adanya, perlu menelaah lebih jauh agar terhindar dari membagikan berita palsu.



Gambar II.16 Tangkapan layar contoh lain *Black Campaign* pada Tiktok  
Sumber: Data pribadi tangkapan layar  
(24/08/2023)

Lain hal dengan kasus pada gambar di atas. Bertebarananya *black campaign* di dunia maya memberikan dampak negatif pula bagi para partai politik. Kasus tersebut memuat berita terkait tudingan partai Golkar kepada PDIP atas *black campaign* yang dituju pada Prabowo. Pihak yang merasa dirugikan memiliki hak untuk melaporkan kasus tersebut pada pihak berwajib hingga menjalani proses hukum. Berita-berita tersebut banyak beredar di media sosial yang kemungkinan besar dapat dibagikan kembali oleh akun pribadi milik masyarakat dan menjadi buah bibir bagi kelompok masyarakat tertentu yang memiliki pro kontra terhadap pihak yang dituju. Benar atau tidaknya berita tersebut hingga saat ini masih belum menemukan titik terang. Namun kian hari kasus serupa mulai banyak bermunculan seperti pada gambar berikut ini:



Gambar II.17 Tangkapan layar berita *Black Campaign* di media sosial Tiktok  
 Sumber: Data pribadi tangkapan layar  
 (24/08/2023)

- **Kuesioner**

Merujuk pada kuesioner yang dibuat dan dibagikan pada tanggal 13 Juni 2023 hingga 1 Juli 2023 terkumpul sekitar 80 responden. *Google Form* ini diperuntukan bagi target *audiens* dari umur 25-35 tahun yang bisa dikategorikan dewasa. Kalangan tersebut dianggap sudah memahami perihal politik sebagai fenomena yang diangkat ke dalam tugas akhir ini. Menurut data yang ada, sebagian masyarakat sudah mengetahui tentang *black campaign* dalam ranah politik. *Black campaign* ini beredar di penghujung tahun 2023 karena mendekati pemilihan Calon Presiden tahun 2024. Dalam kuesioner ini pun mencantumkan contoh *black campaign* yang menimpa Ganjar Pranowo seorang Calon Presiden tahun 2024.

Data tersebut pun mengatakan bahwa masyarakat sudah mengetahui tentang kasus tersebut melalui media sosial. Ini menandakan bahwa dengan internet segala sesuatu bisa didapatkan dengan mudah dan cepat. Namun yang menjadi sorotan penulis dalam data ini mengatakan bahwa, mayoritas masyarakat mengakui bahwa dirinya masih melakukan penyebaran berita yang belum tentu

benar adanya. Tentu ini menjadi faktor utama yang mengakibatkan berita bohong cepat tersebar. Sebagian orang yang hanya menggunakan internet hanya untuk bermedia sosial seperti kalangan remaja dan orang tua, akan menganggap segala sesuatu yang ada di internet benar adanya. Tidak dapat terpungkiri, masyarakat tersebut pun bisa beropini ke arah negatif dan terjadilah kesenjangan sosial.

Slogan “Saring Sebelum *Sharing*” pun dihadirkan, apakah masyarakat paham atau kurang paham tentang slogan tersebut. Data yang ada mengatakan masyarakat paham maksud dan arti dari slogan tersebut, namun dalam realisasinya masih banyak yang membagikan berita tanpa ada klarifikasi sebelumnya. Ini artinya masyarakat belum menggunakan etikanya dalam menggunakan internet. Pada dasarnya segala sesuatu yang dilakukan pada media sosial pribadi menjadi hak masing-masing masyarakat, namun perlu di garis bawahi bahwa masyarakat pun tidak bisa semena-mena menggunakan internet hanya untuk kepentingan pribadi dan mengabaikan keberlangsungan hidup orang lain. Oleh sebab itu, tidak hanya edukasi yang baik, namun harus berawal pula dari kesadaran diri masing-masing.

- **Wawancara**

Wawancara yang telah dilakukan pada tanggal 3 Januari 2023 menghasilkan kesimpulan bahwa media sosial saat ini mengambil peran dalam kehidupan sehari-hari hingga hal-hal yang berbau positif, bermanfaat, sampai dengan hal-hal yang bermaslahat, hingga perbuatan jahat. Banyaknya dampak buruk dari penggunaan media sosial kini banyak membawa kekhawatiran. Indonesia ternyata dinobatkan sebagai negara terbanyak yang menggunakan media sosial dimana datanya kurang lebih tercatat mencapai 63 juta orang. 95% mereka mengakses media sosial, selain itu Indonesia menempati urutan ke 4 pengguna terbesar Facebook serta pengguna 5 terbesar pengguna Twitter. Beberapa hal yang harus menjadi pedoman bagi masyarakat yang menggunakan media sosial bahwa sebaiknya melakukan verifikasi informasi dengan meninjau ulang kebenaran sumbernya, jangan semena-mena membagikan informasi,

konfirmasi dan klarifikasi informasi, tidak diperkenankan membagikan informasi yang mengandung kebencian, fitnah, gosip dan adu domba. Penggunaan internet dalam ranah media sosial ini secara garis besar memberikan dampak positif sekaligus negatif, hal tersebut tentunya bergantung pada penggunaan masing-masing.

Masalah seputar *hoax* memang selalu menjadi pusat perhatian bagi Pemerintah, akibat yang ditimbulkannya pun tidak main-main. Apalagi dengan masifnya penggunaan teknologi informasi terutama media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Menurut pendapat bu Tani masalah yang diusung pun cukup mewakili permasalahan yang ada di masyarakat. Saran dari kami, untuk mempertajam masalah seputar *hoax*, dapat memasukan seputar masalah hukum/konsekuensi yang dapat diterima oleh para pembuat *hoax*. Selain itu, dengan tingginya penggunaan internet, namun hal tersebut tidak dibarengi dengan cara/etika bermain internet yang baik dan benar, mungkin kedepannya bisa ditambah dengan catatan/ataupun karya tulis yang berbicara tentang penggunaan internet yang baik dan benar.

Berbicara soal dasar permasalahan yakni budaya atau kebiasaan, saat seseorang masuk ke dalam sebuah pergaulan tentunya harus didasari dengan pemikiran serta tujuan yang jelas. Dalam menyebarkan berita *hoax* terungkap fakta bahwa orang menyebarkan berita tersebut tidak serta merta hanya ingin menjadi orang pertama membagikan berita yang sedang hangat diperbincangkan. Disaat yang bersamaan menerima informasi kemudian langsung disebar karena kebutuhannya agar menjadi yang pertama dan bergaul dengan orang-orang yang seolah-olah menyebarkan informasi yang sama. Saat dia telah menjadi orang yang pertama, detik itu pun mereka tidak melakukan suatu verifikasi, dapat informasi, dibaca kemudian diteruskan bahkan tidak pernah baca hingga mendetail. Hal tersebut yang menjadi faktor pemerintah mulai gerah dan khawatir karena semakin banyak orang-orang tanpa memverifikasi berita.

Selain itu ada pula faktor bisnisnya, misalkan suatu pembisnis barang atau produk memperhatikan bahwa masyarakat lebih menyukai berita-berita *hoax* tersebut. Mereka bisa saja memanfaatkan keadaan untuk menambah *insight* bisnis yang mereka jalani dengan menyebar berita layaknya berita *hoax*. Seolah olah tidak bersalah padahal menyampaikan berita yang berefek pada masyarakat luas. Semakin banyak yang datang ke situs tersebut, maka semakin bagus iklan yang dilakukan. Bahkan satu berita saja dapat dipecah menjadi banyak bagian hingga empat sampai lima paragraf padahal berita aslinya hanya satu paragraf saja.

## **II.5. Solusi Perancangan**

Seseorang mudah menerima berita bohong (*hoax*) karena kurang kritis dan kurang memahami penggunaan teknologi dengan informasi yang telah diramu dengan konten keagamaan. Ketika masyarakat tidak melakukan klarifikasi ulang dan menerimanya mentah-mentah maka pengaruh berita bohong atau *hoax* bisa saja terjadi. Kabar bohong yang beredar terutama di media sosial dapat memperkeruh situasi salah satu berita bohong yang beredar di internet adalah penyerangan dan penghinaan terhadap ulama agama. Masyarakat sebaiknya mewaspadaai adanya berita *hoax* yang memanfaatkan situasi untuk kepentingan politik. Sebelumnya pada akhir tahun 2017 sejumlah orang ditahan dan ditetapkan sebagai tersangka penyebar berita bohong dan ujaran kebencian. Kesadaran masyarakat terkait berita tersebut sangat vital dalam menyikapi berbagai informasi yang beredar di media sosial.

Beberapa etika berinternet yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut:

- Respek terhadap orang lain: Gunakan bahasa yang baik dan hindari mengatakan hal-hal yang membahayakan atau menyakiti perasaan orang lain.
- Perlindungan privasi: Jangan membagikan informasi pribadi atau rahasia orang lain tanpa izin mereka.
- Jangan menyebarkan *hoax*: Cek informasi sebelum membagikannya dan jangan membagikan informasi yang tidak terverifikasi atau tidak akurat.

- Jangan melakukan tindakan ilegal: Hindari melakukan tindakan ilegal, seperti mengunduh konten yang dilindungi hak cipta tanpa izin atau menyebarkan informasi yang membahayakan.
- Gunakan kapabilitas yang sesuai: Gunakan teknologi dan layanan internet dengan bijak dan hanya untuk tujuan yang tepat.
- Jangan mem-*bully* atau memprovokasi: Hindari membuat komentar yang memprovokasi atau mem-*bully* orang lain, dan cobalah untuk menjaga diskusi tetap positif dan produktif.
- Saring sebelum *Sharing* apabila mendapatkan informasi di internet.

Banyak faktor yang dapat menyebabkan banyaknya *hoax* yang beredar, mungkin salah satunya adalah adanya kebutuhan dari para pembuat *hoax* untuk mendapatkan perhatian dari masyarakat dengan cara menyebarkan *hoax*, selain itu adanya kebutuhan untuk membuat opini publik dengan menyebarkan informasi yang salah. Suka tidak suka dengan tingkat literasi masyarakat kita yang rendah, masyarakat kurang dapat membedakan mana informasi yang valid dan informasi yang tidak valid, hal tersebut, berimbas dengan mudahnya peredaran informasi *hoax* di masyarakat.

Mengacu pada permasalahan di atas maka solusi yang dapat direalisasikan berupa perancangan sebuah media persuasi mengenai etika berinternet pada media sosial. Penyaluran edukasi ini dilakukan melalui media video yang dapat secara mudah dilihat langsung bahkan diakses oleh masyarakat. Konsep video yang sederhana dan dengan gaya penyampaian lebih modern dapat menjadikan perancangan ini memiliki identitas dan ciri khasnya tersendiri. Maka masyarakat pun dapat dengan mudah mengingat video yang dibuat. Selain menarik perhatian, informasi dan wawasan yang ingin diberikan dapat tersampaikan dengan baik.