

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kampanye hitam terjadi sejak pemilu era reformasi dilaksanakan pertama kali di Indonesia, dimana berbagai berita di media sangat intens memberitakan isu – isu hoax selama pemilihan umum berlangsung. Pemilu Presiden 2004 selaku transisi kekuasaan dari pemerintahan era Orde Baru menimbulkan banyaknya kecurangan, termasuk manipulasi data, pemalsuan surat suara, dan pelanggaran lainnya. Tuduhan-tuduhan ini menjadi dasar dari kampanye hitam yang meruncing pada saat itu. Pilpres 2019 juga mempunyai polarisasi yang cukup kuat, yaitu “Agama” vis a vis “Nasionalis”, maka kampanye hitam menurut saya sangat berbahaya bagi stabilitas demokrasi ketika itu. Fenomena maraknya kampanye hitam pada ajang kontestasi pemilu tentunya memberikan pengaruh baik positif atau negatif terhadap masyarakat, khususnya para pemilih muda yang baru pertama kali mengikuti pemilihan umum. Penelitian ini menggunakan beberapa parameter *Deepfakes Information and Democracy* yang dijelaskan oleh Maria Pawelec, yakni *Election Manipulation, Attacking Political Opponents and Suppressing the Opposition, Foreign Interference, dan Liar’s Dividend*.

Manipulasi informasi pada saat pemilu merupakan manipulasi politik yang bertujuan untuk mempengaruhi hasil pemilu. Beranjak dari teori *deepfake* Pawelec manipulasi informasi dalam pemilu yang paling kontroversial pada Pilpres 2019 adalah dugaan keberadaan tujuh unit kontainer berisi surat suara pemilu 2019. Selain itu, Direktorat Tindak Pidana (Siber Bareskrim Polri) menangkap pemilik akun Facebook karena diduga mengunggah berita hoaks tentang WN China yang ditahan anggota TNI karena pembuatan Kartu Tanda Penduduk (KTP) palsu yang nantinya akan disuruh memilih. Joko Widodo. Parameter teori *deepfake* Pawelec, yakni manipulasi informasi dan malpraktik terjadi dalam proses pemilu presiden 2019 tentunya dapat memengaruhi proses dan hasil pemilu itu sendiri, khususnya para pemilih muda yang masih rentan dalam menentukan pilihan politiknya. Sejalan dengan teori *deepfake* Pawelec pada Pemilu 2019 juga ditemukan adanya manipulasi proses pemungutan suara di beberapa Tempat Pemungutan Suara

(TPS). Kecurangan ini terjadi di tempat pemungutan suara (TPS) dalam negeri dan pemungutan suara stasiun di luar negeri, seperti Selangor-Malaysia, Sydney Australia, Wan Chai-Hong Kong dan, Den Haag-Belanda.

Adanya manipulasi informasi pada Pilpres 2019 telah memengaruhi preferensi politik pemilih muda SMAN 46 Jakarta dalam memilih. Tersebar kampanye hitam di media sosial memiliki potensi memengaruhi preferensi politik pemilih muda SMAN 46 Jakarta dalam memilih kandidat pada Pemilu Presiden 2019. Kampanye hitam, yang melibatkan penyebaran informasi palsu, fitnah, atau serangan pribadi, dapat memainkan peran dalam membentuk persepsi pemilih, terutama di kalangan pemilih muda SMAN 46 Jakarta yang aktif menggunakan media sosial. Namun tidak selalu secara otomatis membuat pemilih muda SMAN 46 Jakarta menjadi swing voters. Sampai saat ini, kehadiran *deepfake* atau manipulasi informasi dalam pemilu membuat para pemilih muda alumni SMAN 46 Jakarta tidak lagi mempercayai informasi apa saja yang dilihat atau didengar masyarakat khususnya berita bohong yang tersebar di media sosial. Hal ini juga diakui oleh salah ketiga narasumber yang berasal dari kalangan pemilih muda alumni SMAN 46 Jakarta baik Alifya Salsabil Azzahra, Faizal Ramadhan Samudra, dan Alfandy Cristian Debataraja kampanye hitam di media sosial pada Pemilu Presiden 2019 berpotensi merusak fondasi demokrasi dengan mendistorsi realitas dan memanipulasi persepsi publik, terutama di kalangan pemilih muda SMAN 46 Jakarta. Hal ini dapat merusak pemahaman publik, khususnya pemilih muda alumni SMAN 46 Jakarta dalam memahami atau mencerna isu-isu politik dan kandidat, mengarah pada keputusan yang tidak terinformasi. Adanya *deepfakes* yang beredar di media sosial juga membuat para pemilih muda alumni SMAN 46 Jakarta terpengaruh opininya terhadap dukungan suaranya, terutama di kalangan pemilih muda yang aktif di media sosial. Banyak sekali pemilih muda alumni SMAN 46 Jakarta yang baru pertama kali mengikuti pilpres 2019 yang masih belum mengetahui proses pemilu di Indonesia dan menelan mentah-mentah informasi yang ada, termasuk dari informasi di media sosial (wawancara Faizal selaku pemilih muda, 29 November 2023). Fenomena tersebarnya *deepfakes* manipulasi informasi pada pemilu 2019 mampu merusak fondasi demokrasi dengan mendistorsi realitas dan memanipulasi persepsi pemilih muda alumni SMAN 46

Jakarta.

Namun, tidak semua pemilih muda alumni SMAN 46 Jakarta terpengaruh dengan adanya manipulasi informasi yang beredar. Hal ini dikarenakan teknologi informasi terutama internet sangat maju dan berkembang, sehingga sikap pemilih muda SMAN 46 Jakarta yang banyak mendapatkan informasi-informasi alternatif yang selalu dapat mereka bandingkan. Singkatnya, *deepfake* manipulasi pemilu dapat mengubah atau mengancam segala bentuk proses pemilu.

Adanya manipulasi informasi pada Pemilu Presiden 2019 sebagai salah satu bentuk kampanye hitam juga berdampak munculnya kekhawatiran yang dirasakan oleh para pemilih muda alumni SMAN 46 Jakarta akan proses politik yang berlangsung mampu dan bermutu dan tidak membuat pemilih muda alumni SMAN 46 Jakarta salah pilih. Kampanye hitam yang dilakukan dengan memanipulasi informasi pemilu termasuk pencitraan politik hanya akan membuat elit populer mudah melenggang masuk ke lembaga negara dari pada mereka yang benar-benar mampu dan bermutu.

Salah satu bentuk *deepfake* kampanye hitam yang terjadi pada Pemilu Presiden 2019 adalah menyerang lawan politik dan menekan pihak oposisi. Pada Pilpres 2019 partai seringkali menjadi sasaran hoax atau *deepfakes* untuk menyerang lawan politik. Kandidat dalam hal ini bisa dikategorikan sebagai capres dan cawapres seperti Jokowi-Ma'ruf Amin atau Prabowo-Sandiaga Uno. Banyak hoax yang mengategorikan partai politik tertentu sebagai partai politik asing seperti PDIP dan Partai Komunis China (PKC) atau isu poligami terkait PKS kerap dijumpai dalam setiap kampanye politik pada pemilu. Kandidat presiden dan wakil presiden pada Pilpres 2019 yang menjadi sasaran upaya *deepfakes* manipulatif dalam informasi hoax selama pemilu berlangsung. Pada diagram di atas data diambil dari pemberitaan Mafindo di website Turnbackhoax.id. Jokowi memiliki persentase tertinggi, yakni 45%.

Adanya isu negatif yang menyerang masing – masing kandidat presiden pada Pilpres 2019 tentu akan berdampak dalam menekan jumlah pemilih, terutama untuk pemilih muda alumni SMAN 46 Jakarta dengan berspekulasi bahwa kampanye cenderung menjadi negatif hanya jika suara pemilih muda condong ke arah lawan. Bahkan saat pelaksanaan pemilu para pemilih muda alumni SMAN 46 Jakarta lebih

memilih untuk tinggal di rumah dan tidak ikut berpartisipasi dalam ajang pemilihan atau biasa dikenal dengan golput.

Penyebaran konten negatif dan kampanye hitam di media sosial pada Pemilu Presiden 2019 memiliki potensi untuk membuat para pemilih muda alumni SMAN 46 Jakarta yang awalnya tidak memiliki preferensi kuat terhadap salah satu kandidat, menjadi jengah atau kecewa. Pemilih muda alumni SMAN 46 Jakarta yang merasa terganggu oleh atmosfer negatif dan kontroversial yang muncul selama kampanye dapat merespon dengan berbagai cara, termasuk keputusan untuk golput.

Bentuk kampanye yang demikian terjadi pada Pilpres 2019 tentunya berdampak merugikan bagi para peserta kampanye dan juga masyarakat sendiri, khususnya para pemilih muda alumni SMAN 46 Jakarta sebagai konsumen informasi. Adanya kampanye hitam selama Pilpres 2019 sebagai konsumen informasi yang terkadang justru menjadi pemicu kebencian yang dirasakan oleh para pemilih muda alumni SMAN 46 Jakarta kepada satu kelompok terhadap kelompok lain. *Deepfake* yang ditargetkan selama Pilpres 2019 juga berdampak pada timbulnya polarisasi, sehingga melemahkan rasa saling menghormati dan kesediaan warga dan pemilu pemula untuk terlibat dalam ide dan argumen yang berlawanan. Kurangnya kualitas epistemik dan rasa saling menghormati ini akan menurunkan tingkat kualitas musyawarah dan dapat berdampak akan melemahkan legitimasi pengambilan keputusan kolektif selama masa kampanye politik berlangsung (Rizaldi, 2014). Intisari dampak dari adanya kampanye hitam selama Pilpres 2019 terhadap pemilih muda alumni SMAN 46 Jakarta adalah membangun persepsi yang buruk pada pemilih muda terhadap para calon kandidat lawan politiknya sehingga hasil persepsi yang dimunculkan membuat masyarakat menerima secara “bulat suara” isi kampanye tersebut, tanpa mengolah isi kampanye tersebut. Hal ini sesuai dengan pemahaman bahwa sasaran propaganda pada dasarnya bukanlah nalar dan argumen khalayak melainkan emosi khalayak, khususnya para pemilih pemula. Kampanye hitam yang terjadi pada Pilpres 2019 dengan mengarang kebohongan kemudian disebar di media sosial memiliki dampak dalam menghalangi pemilih muda alumni SMAN 46 Jakarta untuk terlibat, misalnya dalam melakukan protes terhadap proses pemilu terhadap pemerintah.

Kontroversi kampanye hitam yang terjadi selama pemilu juga akan meningkatkan kesadaran publik, khususnya para pemilih muda dengan menganalisa informasi – informasi yang beredar selama pemilu 2019 berlangsung baik di media sosial maupun liputan berita di televisi. Adanya kampanye hitam juga akan berdampak positif dalam memberikan informasi bagi pemilih muda alumni SMAN 46 Jakarta. Tanpa hal negatif, pemilih muda tidak akan memiliki informasi lengkap tentang semua pilihan kandidat peserta pada pemilu presiden 2019, karena tidak ada kandidat yang akan mengatakan hal buruk tentang dirinya sendiri. Kandidat harus menunjukkan kekurangan pada lawan mereka agar pemilih mendapat informasi lengkap (Mattes, 2008). Pemilih muda alumni SMAN 46 Jakarta melihat bahwa pemilih muda relatif sudah cukup memiliki sikap yang kuat terhadap suatu calon yang selama ini cenderung mereka dukung.

Kemudian maraknya kampanye hitam selama pemilu presiden 2019 berlangsung juga tidak berdampak pada pemilih muda alumni SMAN 46 Jakarta untuk cenderung menjadi *swing voters*. Swing Voters itu sebetulnya adalah orang-orang yang justru kritis dalam melihat suatu fenomena politik. Mereka tidak mudah ikut-ikutan dalam memilih. Kalau mereka mau memilih, itu berarti karena ada alasan yang kuat dan rasional dari pemikiran mereka. Oleh sebab itu, swing voters itu muncul bukan karena kampanye hitam yang terjadi selama masa Pilpres 2019, tetapi lebih pada belum percayanya mereka pada semua kandidat. Jadi, isu-isu kampanye hitam pada Pilpres 2019 tidak membuat para pemilih muda cenderung menjadi *swing voters*.

Pola dan narasi kampanye hitam yang terjadi pada tahun 2019 adalah *foreign interference*. Kampanye hitam dalam bentuk *foreign interference* atau campur tangan asing merupakan upaya aktor - aktor negara dan non-negara untuk menggoyahkan mitra demokrasi dalam ajang kontestasi pemilu dengan menyebarkan foto atau video palsu di media sosial (Pawelec, 2022). Hal ini terjadi pada Pemilihan Presiden 2019, dimana para aktor-aktor politik mengerahkan buzzer politik untuk menyebarkan propaganda isu-isu negatif terhadap calon presiden, baik Jokowi maupun Prabowo. Akun bot ini memiliki dampak terhadap pemilih, khususnya para pemilih muda alumni SMAN 46 Jakarta dalam mencederai partisipasi masyarakat dalam *platform online* karena tidak menghadirkan akun

nyata yang dapat berkomunikasi secara interaktif dan dapat berujung pada manipulasi informasi. *Buzzer* politik yang menggunakan akun bot dan akun nyata di media sosial pada pemilu presiden Indonesia tahun 2019 disini juga menimbulkan dampak serius dalam memainkan isu-isu sensitif di pemilih muda alumni SMAN 46 Jakarta sebagai narasi propaganda untuk mempengaruhi opini publik. Adanya *buzzer* politik atau pihak asing ikut campur dalam pemilu 2019 berdampak mengurangi kepercayaan para pemilih muda alumni SMAN 46 Jakarta terhadap pemilu dan dengan demikian mengurangi legitimasi pengambilan keputusan kolektif.

Kampanye hitam gencar dilakukan pada masa menjelang Pilpres 2019, kaum muda memang sudah terbagi dalam dua kubu dimana masing-masing kubu memiliki sikap yang tegas dan jelas sehingga sulit untuk dipengaruhi dengan kampanye-kampanye yang sifatnya hitam. Bahkan, masing-masing kubu pemilih muda ini sangat militan dalam membela calon yang mereka dukung. Bahkan kebanyakan pemilih muda alumni SMAN 46 Jakarta dalam pemilu dipengaruhi oleh orang tuanya yang juga turut termakan oleh berita – berita hoax di media sosial. Kemudian, fakta lain adalah bahwa ternyata pemilih muda pada Pilpres 2019 banyak dipengaruhi oleh arahan dari orang tua. Dalam hal ini pengaruh orangtua terhadap pilihan politik kaum pemula dan muda cukup dominan meskipun dilain pihak kaum muda juga aktif mendapat informasi di sosial media.

Maraknya kampanye hitam tidak bisa dihindari pada pemilihan umum presiden 2019 di Indonesia. Pihak – pihak yang menyebarkan *deepfakes* akan mendapatkan keuntungan – keuntungan tertentu dengan menyebarkan berita hoax tersebut. Tentunya masyarakat akan merasakan kebingungan akan informasi apa yang benar dan apa yang tidak. Karena mereka bingung dengan mana saja hal yang benar dan tidak, maka tidak jarang mereka memilih untuk golput dan tidak memberikan suaranya pada pasangan manapun. Adanya kampanye hitam di media sosial tentu saja berpotensi untuk merusak dan memanipulasi persepsi publik. Apalagi dengan kurangnya kemampuan masyarakat untuk memilah mana yang hoax mana yang bukan dan juga untuk melakukan double check terkait suatu informasi yang tersebar pada media sosial.

Dampak adanya kampanye hitam pada Pemilu Presiden 2019 adalah demobilisasi

pemilih, terutama pemilih muda alumni SMAN 46 Jakarta. Hal ini dikarenakan akibat kekecewaan terhadap sistem politik dan perilaku para politisi yang hanya bisa saling menjatuhkan satu sama lain tanpa secara jelas memberikan solusi permasalahan bangsa. Iklan kampanye hitam yang tersebar selama Pilpres 2019 dengan mengandung pesan negatif atau menyerang lawan politik berdampak pada mengurangnya perilaku positif pemilih terhadap kandidat, yang artinya secara tidak langsung menurunkan keterlibatan politik, khususnya pemilih muda yang belum mengetahui arah calon yang akan dipilihnya pada pemilihan umum. Beberapa peneliti lain menurut (Pawelec, 2022) bahkan beranggapan bahwa kampanye hitam dengan pesan negatif tidak hanya berdampak pada demobilisasi pemilih muda, tetapi juga secara masif mempengaruhi efek korosif pada masyarakat. Efek korosif ini berupa sikap pemilih terhadap kegiatan - kegiatan yang dilakukan politisi, mulai dari apatis hingga sinis. Selain berdampak dalam memengaruhi opini rakyat, kampanye hitam ini sudah pasti juga telah berpengaruh terhadap kredibilitas masing-masing capres dan cawapres. Rakyat tentu akan memperlihatkan rasa tidak percaya akan pemerintah yang saat ini berkuasa.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

Kampanye hitam yang selalu beredar menjelang pemilu khususnya di media sosial tentunya mengharuskan para pemilih muda untuk kritis dan kreatif dalam membiasakan diri tidak langsung mengamini informasi apapun dan dari manapun informasi tersebut diperoleh. Pemilih muda juga dapat membandingkan dengan informasi lain dari pihak yang berseberangan dan melengkapi diri dengan sebanyak-banyaknya informasi, terutama dari pihak yang jelas memiliki kredibilitas dalam menyampaikan informasi yang original. Dibentuknya tim khusus pada setiap kandidat pemilu yang mengelola akun media sosial partai dalam menanggapi segala bentuk kampanye hitam guna menekan tingkat deepfakes yang beredar di masyarakat selama ajang pemilihan umum berlangsung, dengan ini juga dapat menarik dukungan dari masyarakat, khususnya pemilih muda alumni SMA 46 Jakarta.

5.2.2 Saran Teoritis

Perlu adanya penelitian lanjutan bagi peneliti lain yang mungkin tertarik meneliti penelitian sejenis, tentunya dengan teori dan narasumber yang berbeda sehingga penelitian yang dihasilkan akan semakin meluas dari berbagai perspektif teori. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat lebih baik lagi dengan cakupan yang luas dan narasumber yang lebih bervariasi.