



## URGENSI LITERASI MEDIA SOSIAL JELANG PILKADA SERENTAK 2017

Handrini Ardiyanti\*)

### Abstrak

*Perang di media sosial jelang pemilihan kepala daerah (Pilkada) DKI 2017 mulai marak. Perang wacana di media sosial sebenarnya bukan hal yang baru di Indonesia. Namun dikhawatirkan banyak umpan yang dilontarkan lewat akun anonim membuat masyarakat yang tidak memahami aturan tentang bermedia sosial yang baik dapat terjerat hukum. Karenanya, literasi media sosial bagi masyarakat menjadi hal yang mendesak untuk segera dilakukan jelang pilkada serentak 2017. Untuk itu Komisi I DPR RI perlu mendorong Kemenkominfo untuk segera melakukan literasi media sosial kepada masyarakat.*

### Pendahuluan

Perang di media sosial jelang Pilkada DKI 2017 mulai marak. Berdasarkan data yang dimuat Tempo 5 Oktober 2016, sejak 23 September hingga 4 Oktober 2016, tercatat 243 ribu percakapan di media sosial mengenai tiga pasangan bakal calon (balon) Gubernur-Wakil Gubernur DKI Jakarta. Riuhnya percakapan di media sosial tersebut, menurut Ketua Badan Pengawas Pemilihan Umum (Bawaslu), Muhammad, membuat suasana Pilkada Jakarta tidak kondusif. Bahkan, Kepala Divisi Humas Polri, Boy Rafli Amar, menyebut keriuhan percakapan mengenai balon sebagai hegemoni media sosial yang menurutnya sudah sangat luar biasa. Pernyataan Kadivhumas Polri tersebut disampaikan dalam siaran langsung salah satu program di TV swasta pada 27 Oktober ketika membahas permintaan keterangan penyidik terhadap Gubernur DKI

Jakarta Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) pada kasus dugaan penistaan agama tertentu yang melibatkan dirinya. Lebih jauh Ketua Bawaslu berpendapat kampanye melalui media sosial adalah tugas berat memasuki masa kampanye Pilkada 2017. Untuk itu Muhammad meminta tim kampanye berhati-hati menggunakan media sosial untuk berkampanye. Lebih lanjut, Ketua Bawaslu mengungkapkan bahwa Bawaslu telah bekerja sama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) untuk memantau pelanggaran kampanye. Itu pula sebabnya, Ketua Komisi Pemilihan Umum DKI Jakarta Sumarno mewajibkan tim kampanye pasangan calon untuk melaporkan akun kampanye media sosial mereka, sebagaimana diatur dalam Peraturan KPU (PKPU) No. 7 Tahun 2015 tentang Kampanye Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur,

\*) Peneliti Madya Komunikasi pada Bidang Politik Dalam Negeri, Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI.  
Email: handrini@gmail.com



Bupati dan Wakil Bupati dan/atau Walikota dan Wakil Walikota di mana kampanye melalui media sosial diatur pada pasal 41, 46, 47, dan 48. Pada pengaturan tersebut kampanye pada media sosial dilakukan pasangan calon dan/atau tim kampanye dapat membuat akun resmi di media sosial dan wajib mendaftarkan akun resmi di media sosial tersebut paling lambat 1 (satu) hari sebelum pelaksanaan kampanye.

Perang wacana di media sosial sebenarnya bukan hal yang baru di Indonesia. Sejak kemunculan Obama 2008 saat berkampanye sebagai presiden Amerika Serikat pada periode pertama, telah menginisiasi digunakannya media sosial sebagai salah satu media kampanye di dunia termasuk di Indonesia. Berdasarkan data dari Kemenkominfo, pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95% menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial. Situs jejaring sosial yang paling banyak diakses adalah *facebook* dan *twitter*. Bahkan, Indonesia menempati peringkat 4 pengguna *facebook* terbesar setelah USA, Brazil, dan India. Banyaknya masyarakat Indonesia yang menggunakan media sosial membuka peluang kampanye efektif melalui media sosial. Selain itu, karakter media sosial yang terbuka dan dapat berkomunikasi langsung tanpa batasan ruang dan waktu menjadi faktor daya tarik tersendiri untuk melakukan kampanye politik. Meski di sisi lain media sosial juga memiliki dampak lain bagi aktor politik. Seperti yang diungkapkan Guy Lachapelle (2015), dengan semakin terbukanya peluang setiap warga negara untuk menelaah dan menyaksikan sepak terjang seorang politisi secara lebih transparan, para politisi tidak dapat lagi menutupi jati dirinya. Bahkan, setiap pilihan kata, ekspresi, atau bahasa tubuh akan terekspos dan akhirnya menjadi pertimbangan publik dalam menentukan sikap dan pilihannya.

Media sosial sebagai media kampanye yang efektif telah ditunjukkan oleh berbagai penelitian khususnya di kota besar seperti Jakarta. Bahkan pendiri *Politica Wave*, Yose Rizal berpendapat media sosial berperan signifikan dalam kampanye pemilihan Gubernur DKI Jakarta. Namun efektivitas kampanye lewat media sosial tersebut di sisi lain harus berhadapan sejumlah kelemahan di antaranya akun anonim yang mengundang riuhnya percakapan di media sosial. Tak jarang banyak masyarakat yang tidak memahami tentang aturan bermedia sosial yang baik

dapat terpancing hingga dikhawatirkan dapat melakukan tindakan yang melawan hukum. Kondisi ini menurut penulis merupakan kondisi yang mendorong urgensi literasi media sosial untuk segera dilaksanakan di tengah hegemoni media sosial, khususnya dalam menghadapi maraknya kampanye hitam yang dilakukan sejumlah akun anonim jelang Pilkada serentak 2017.

## Memahami Hegemoni Media Sosial

Hegemoni, sebagaimana dikemukakan Antonio Gramsci, adalah dominasi yang terjadi dengan kesepakatan atau *consent* dari mereka yang didominasi. Kondisi saat ini yang disebut oleh Kadivhumas Polri sebagai hegemoni media sosial. Menurut penulis kondisi saat ini memang menunjukkan kita telah terhegemoni oleh media sosial. Sebagaimana dinyatakan Antonio Gramsci, hegemoni terjadi karena kesepakatan dan kita sepakat menerima hegemoni tersebut. Namun, dalam pandangan penulis berdasarkan pemahaman konsep hegemoni Gramsci, maka hegemoni media sosial ini sebenarnya dapat dicegah karena media sosial bukan satu-satunya media yang memiliki kemampuan dalam memengaruhi keputusan para pemilih dalam Pilkada.

Selain itu, hegemoni media sosial dalam Pilkada juga terancam apabila ada peran-peran dari agensi yang mampu memunculkan kesadaran di luar kesadaran yang telah di-*setting* melalui media sosial. Peran agensi atau orang-orang yang memiliki kesadaran kritis akan hegemoni media sosial inilah yang mampu “meruntuhkan” hegemoni media sosial dengan melakukan literasi media sosial kepada masyarakat. Dengan adanya literasi media sosial, maka masyarakat tidak sekedar dapat bermedia sosial, melainkan juga memiliki kompetensi yang cukup dalam bermedia sosial sehingga dengan sendirinya hegemoni media sosial yang terjadi jelang Pilkada serentak 2017 ini dapat diatasi.

## Literasi Media Sosial

Literasi media sosial masih jarang diulas. Brandtweiner dan Kerschbaum (2010) menggambarkan literasi media sosial sebagai 'dasar' keterampilan yang harus dimiliki setiap pengguna media sosial tidak hanya sebatas teknis mengoperasikan Internet melainkan juga memiliki kompetensi yang tinggi untuk terlibat dengan konten yang lalu lalang di media sosial. Kompetensi berkaitan dengan

isi tersebut meliputi memahami isi dan mampu menganalisis dan mengevaluasi serta memiliki kemampuan untuk mengenali dan menanggapi pengaruh dari isi media serta mampu mengidentifikasi dan mengevaluasi keadaan pada saat isi yang ada di media sosial itu diproduksi.

Sementara Hadewijch Vanwynsberghe adalah salah satu pengagas tentang konsep media literasi sosial. Literasi media sosial merupakan permasalahan yang kompleks, namun Hadewijch Vanwynsberghe mengklasifikasikan literasi media sosial menjadi 3 dimensi yaitu: akses media sosial, kompetensi media sosial, dan penggunaan media sosial. Secara tegas Hadewijch Vanwynsberghe menyimpulkan bahwa literasi media sosial atau melek media sosial adalah tidak hanya sebatas bagaimana masyarakat dapat mengakses ke aplikasi media sosial, melainkan mereka juga memiliki pengetahuan, keterampilan, sikap, dan *self-efficacy* individu untuk secara tepat menggunakan aplikasi media sosial dan untuk menganalisis, mengevaluasi, berbagi, dan menciptakan konten media sosial. Konseptualisasi literasi media sosial menuntut lebih banyak pemahaman tentang kompetensi aksi dan interaksi sebagai pengguna yang lebih apabila dibandingkan dengan kompetensi yang harus kita miliki sebagai pengguna media lain.

Secara garis besar, literasi media sosial membutuhkan kompetensi objektif yang berkaitan dengan kemampuan dan pengetahuan yang berkaitan dengan konten serta kemampuan dan pengetahuan yang berkaitan dengan medium yang digunakan. Sementara kompetensi yang dibutuhkan berkaitan dengan kompetensi subjektif berkaitan dengan *attitudes* atau sikap dan *self efficacy* atau kemampuan diri untuk membuat pesan agar mendapatkan umpan balik atau respons sesuai yang diharapkan.

Pendek kata, konsep literasi media sosial tidak jauh berbeda dengan konsep literasi media yang mana pengguna media diharapkan “melek media sosial” dan memiliki kompetensi media sosial. Dalam tataran praktis, selain mampu bersikap etis dalam bermedia sosial, pengguna media sosial harus memahami bahwa penggunaan media sosial tidak sekedar berada dalam ranah privat melainkan berada dalam ranah publik sekaligus ketika pesan yang disampaikan dapat secara berantai dan terbuka disampaikan kepada yang lainnya.

## Literasi Media Sosial vs Kampanye Hitam

Fenomena atau rangkaian peristiwa di media sosial jelang Pilkada serentak 2017 sangat beragam, mulai dari kampanye hitam hingga “perang” antar pendukung di media sosial. Namun yang mencemaskan adalah ketika kampanye hitam yang dilontarkan akun anonim ditanggapi secara tidak bijak oleh masyarakat karena kurang pemahannya masyarakat akan aturan bermedia sosial dengan baik. Sementara di sisi lain, Polda Metro Jaya telah membentuk *cyber patrol* yang merupakan tim khusus patroli siber terdiri atas 20 orang yang akan mengawasi media sosial selama 24 jam. Karena itu literasi media sosial khususnya terkait dengan konten, sangat mendesak untuk segera dilakukan agar masyarakat yang masih belum memiliki pemahaman yang cukup tentang aturan bermedia sosial yang baik, tidak terjerat tindakan melawan hukum.

Sejumlah aturan yang wajib dipahami dalam kerangka literasi media sosial adalah berkaitan dengan teknis membedakan antara sumber berita yang dapat dipercaya dan sumber berita yang tidak dapat dipercaya yang biasanya menyebarkan berita bohong atau *hoax* serta pemahaman aturan legal formal yang berlaku di ranah media sosial Indonesia. Sejumlah aturan legal formal berkaitan dengan media sosial yang wajib diperhatikan diantaranya berkaitan dengan KUHP, UU Informasi Transaksi Elektronik (UU ITE), serta Surat Edaran Kapolri Nomor 6/2015 tentang *Hate Speech* (ujaran kebencian) khususnya terkait dengan SARA.

UU ITE yang baru saja disahkan revisinya di DPR pada Jumat, 27 Oktober lalu memiliki sejumlah substansi penting yang wajib dijelaskan dalam literasi media sosial, di antaranya: Pasal 27 ayat (3), Pasal 45 ayat (3) yang menegaskan bahwa setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang memiliki muatan penghinaan atau pencemaran nama baik dikenakan ancaman pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp750.000.000,00 (tujuh ratus lima puluh juta rupiah). Serta Pasal 28 ayat (2) dan Pasal 45A ayat (2) yang menyatakan bahwa setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA)



dikenakan ancaman pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah). Dengan adanya sanksi yang tegas tentang sejumlah pelanggaran terkait dengan media sosial, maka peran Kemenkominfo sebagai garda terdepan kementerian yang bertanggungjawab dengan segala urusan yang berkaitan dengan informasi menjadi sangat penting. Jika Menteri Kemenkominfo mengungkapkan Kemenkominfo bersama Kepolisian RI dan Bawaslu akan membahas kebijakan penanganan konten media sosial yang mengandung SARA dan "hate speech" dalam Pilkada serentak, menurut penulis, peran Kemenkominfo sebaiknya tidak hanya sebatas pada pembahasan konten terkait satu konten khusus. Melainkan harus segera melakukan literasi media sosial kepada masyarakat. Karena, masa kampanye Pilkada DKI dari 28 Oktober s.d. 11 Februari 2017 rawan terjadinya berbagai pelanggaran akibat tidak meleknya masyarakat dalam bermedia sosial. Jangan sampai karena larut dalam ingar-bingar di media sosial, masyarakat yang belum dibekali kemampuan bermedia sosial dengan baik menjadi korban karena tersandung kasus hukum seperti yang menimpa Buni Yani.

## Penutup

Literasi media sosial perlu segera dilakukan pemerintah, khususnya oleh Kemenkominfo. Karena itu, Komisi I DPR RI perlu mendorong Kemenkominfo untuk mengkaji kembali program-programnya dan memasukkan literasi media sosial sebagai bagian dari program literasi media. Jika ketersediaan anggaran terbatas, maka Kemenkominfo dapat mengutamakan pelaksanaan literasi media sosial terlebih dulu untuk masyarakat yang berada di daerah-daerah memiliki potensi kerawanan yang tinggi yaitu Aceh, DKI Jakarta, dan Papua Barat. Selain itu, Kemenkominfo dapat menggunakan info grafis yang mudah dipahami untuk segera disebarluaskan kepada masyarakat menggunakan media sosial serta bekerja sama dengan *Twitter* ID (Kantor *Twitter* Indonesia) maupun Perwakilan *facebook* di Indonesia. Selain itu, Kemenkominfo dapat bekerjasama dengan aparat terkait seperti Divisi Humas Polri untuk memberikan literasi media sosial secara simultan ketika berada dalam ruang publik melalui media penyiaran dalam acara dialog yang banyak disaksikan oleh masyarakat guna mempercepat pelaksanaan literasi media sosial.

## Referensi

- Firman Noor, Dampak Media Sosial terhadap Politisi dan Partai, <http://print.kompas.com/baca/opini/artikel/2016/11/01/Dampak-Media-Sosialterhadap-Politisi-dan-Partai>, diakses 2 November 2017.
- Hadewijch Vanwynsberghe, Elke Boudry, dan Pieter Verdegem, Desember 2011, *Mapping Social Media Literacy Towards a Conceptual Framework*, Gent: Ghent University.
- Saptono, Teori Hegemoni Sebuah Teori Kebudayaan Kontemporer, [http://dinus.ac.id/repository/docs/ajar/Teori\\_Hegemoni\\_Sebuah\\_Teori\\_Kebudayaan\\_Kontemporer.pdf](http://dinus.ac.id/repository/docs/ajar/Teori_Hegemoni_Sebuah_Teori_Kebudayaan_Kontemporer.pdf), diakses 26 Oktober 2016.
- "Bawaslu: Kampanye di Media Sosial Rawan Pelanggaran" <https://pilkada.tempo.co/read/news/2016/10/27/304815574/bawaslu-kampanye-di-media-sosial-rawan-pelanggaran>, diakses 26 Oktober 2016.
- "Bawaslu diminta tegas awasi akun anonim yang sebar kampanye hitam", <https://www.merdeka.com/politik/bawaslu-diminta-tegas-awasi-akun-anonim-yang-sebar-kampanye-hitam.html>, diakses 1 November 2016.
- "Kominfo Akan Bahas Konten Medsos Jelang Pilkada Serentak" [https://kominfo.go.id/content/detail/8113/kominfo-akan-bahas-konten-medsos-jelang-pilkada-serentak/o/berita\\_satker](https://kominfo.go.id/content/detail/8113/kominfo-akan-bahas-konten-medsos-jelang-pilkada-serentak/o/berita_satker), diakses 26 Oktober 2016.
- "Patroli Cyber, Polisi Temukan Adanya Indikasi Black Campaign di Medsos", <http://news.detik.com/berita/d-3330762/patroli-cyber-polisi-temukan-adanya-indikasi-black-campaign-di-medsos>, diakses 1 November 2016.
- "Pemilihan Gubernur Jakarta, Perang di Media Sosial Marak" <https://www.tempo.co/read/fokus/2016/10/05/3369/pemilihan-gubernur-jakarta-perang-di-media-sosial-marak>, diakses 26 Oktober 2016.
- Peraturan KPU (PKPU) No. 7 Tahun 2015 tentang Kampanye Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati dan/atau Walikota dan Wakil Walikota, [http://jdih.kpu.go.id/data/data\\_pkpu/PKPU%20Nomor%207%20Tahun%202015.pdf](http://jdih.kpu.go.id/data/data_pkpu/PKPU%20Nomor%207%20Tahun%202015.pdf), diakses 2 November 2017.