

## PILKADA SERENTAK 2018 DAN ETIKA MEDIA SOSIAL

25

Handrini Ardiyanti

### Abstrak

*Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) serentak 2018 telah mulai bergulir. Pilkada serentak 2018 disebut menuju politik yang memanfaatkan media sosial. Namun beberapa penelitian menunjukkan adanya persoalan etika dalam penggunaan media sosial dalam pelaksanaan pilkada serentak. Etika penggunaan media sosial dipengaruhi lima faktor yaitu: norma individu, norma sosial, hukum, affordances, dan kebijakan. Oleh karena itu, tulisan ini membahas tentang etika penggunaan media sosial berdasarkan lima faktor yang mempengaruhi etika penggunaan media sosial tersebut. Pada bagian akhir penulis menawarkan etika penggunaan media sosial sebagai salah satu barometer kualitas penyelenggaraan pilkada serentak 2018 dengan lebih mengedepankan upaya preventif dalam penanganan persoalan etika penggunaan media sosial menjelang dan selama penyelenggaraan pilkada serentak 2018 tanpa mengurangi hak warga negara.*

### Pendahuluan

Pilkada serentak 2018 telah mulai bergulir. Tahapan pengajuan calon hingga tes kesehatan bakal calon kepala daerah telah dilakukan. Salah satu hal yang menjadi perhatian dalam pelaksanaan pilkada serentak 2018 adalah penggunaan media sosial. Direktur Eksekutif Lingkaran Survei Indonesia (LSI), Denny J.A. menyebut pilkada serentak 2018 ini menuju politik yang memanfaatkan media sosial.

Badan Pengawas Pemilihan Umum (Bawaslu) menyatakan media sosial diperkirakan menjadi salah satu aspek kerawanan dalam pilkada serentak 2018. Beberapa penelitian

menunjukkan adanya persoalan etika di media sosial dalam penyelenggaraan pilkada serentak. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan terhadap pilkada Kabupaten Banggai, Sulawesi Tengah 2015. Pilkada Banggai merupakan salah satu di antara 204 daerah yang menyelenggarakan pilkada serentak gelombang pertama. Berdasarkan penelitian Alfred B. David Dodu, terungkap adanya kampanye hitam di media sosial untuk menjatuhkan pasangan Herwin Yatim dan Mustar Labolo (Dodu, 2017: 59). Adanya kampanye hitam di media sosial dalam penyelenggaraan pilkada Kabupaten Banggai menurut penulis menunjukkan bahwa penggunaan



media sosial tidak hanya didominasi oleh kota-kota besar. Sementara penelitian yang dilakukan terhadap Pilkada DKI 2017 menunjukkan media sosial banyak memuat kata-kata yang berbau provokasi dan kekerasan (Budiyono: 2016: 59). DKI Jakarta merupakan salah satu dari 101 daerah yang menyelenggarakan pilkada serentak gelombang kedua. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa persoalan etika dalam penggunaan media sosial dalam pelaksanaan pilkada merupakan satu persoalan yang krusial. Oleh karena itu, tulisan ini bermaksud membahas tentang pilkada serentak dan persoalan etika dalam penggunaan media sosial.

### Etika di Media Sosial

Etika merupakan bidang filosofis yang berhubungan dengan moralitas sebagaimana dikemukakan Benard Carsten Stahl. Dengan kata lain moral adalah petunjuk bagaimana berperilaku, sedang etika memberikan pengertian tentang standar tata cara berperilaku (Benard Carsten Stahl, 2010: 23-24). Ada banyak faktor yang mempengaruhi etika dalam penggunaan media sosial. Setidaknya ada lima faktor yang mempengaruhi penggunaan media sosial baik itu akun perorangan maupun bukan perorangan, yaitu: norma individu, norma sosial, peraturan atau hukum, *affordance*, dan kebijakan.

Faktor pertama yang mempengaruhi etika dalam penggunaan media sosial adalah **norma individu**. Norma yang dimiliki individu dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain usia. Usia merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi standar moralitas dan etika penggunaan media sosial. Menurut Brown dan James, media sosial merupakan bagian dari pembangunan sosial, yaitu menjadi bagian dari proses pembelajaran

dan hubungan sosial. Berdasarkan hasil penelitian Brown dan James, faktor pemikiran individualistik masih mendominasi. Sementara pertimbangan terkait posisi orang lain atau empati menjadi satu hal yang agak lazim dalam pemikiran generasi muda. Uniknya, masalah etika dianggap sebagai satu hal yang tidak penting (Andrea Flores Brown, 2012: 835-843).

Faktor kedua yang mempengaruhi etika dalam penggunaan media sosial adalah **norma sosial**, yang mengacu pada teori panoptikon pada abad ke-18. Konsep awal panoptikon mengibaratkan kita seperti berada dalam panoptikon atau penjara bulat, yang mana saat berada di media sosial kita diawasi tanpa sadar kalau kita sedang diawasi. Jadi ketika berada di media sosial segala yang bersifat privat tanpa sadar menjadi objek pantauan. Itulah yang disebut panoptikon. Panoptikon memunculkan adanya sistemnya simbiosis yang saling menguntungkan dan *self-regulating social control system* atau sistem kontrol sosial yang berjalan dengan sendirinya (MacDougall, 2010: 237-239). Dengan kata lain, media sosial dengan sendirinya telah memiliki sistem kontrol sosial yang akan mengontrol avatar atau akun-akun yang ada dalam sistem.

Faktor ketiga yang mempengaruhi etika penggunaan media sosial adalah **hukum** yang diberlakukan di negara di mana pengguna berada. Sebagai contoh di Indonesia adalah Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE); Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran; Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers; Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang

Telekomunikasi; Surat Edaran Kapolri Nomor: SE/6/X/2015 tentang Penanganan Ujaran Kebencian; dan Pasal 310, 311 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) tentang pencemaran nama baik.

Faktor keempat yang mempengaruhi moral dan etika di media sosial adalah *affordances*. Hal ini diartikan sebagai keunggulan yang dimiliki objek, sehingga saat ada stimuli terjadi hubungan antara objek dan subjek akan timbul makna-makna yang spontan. Jadi, *affordances* adalah kapasitas yang dimiliki media sosial dengan berbagai fitur yang ada dalam suatu media dan dapat dipakai dalam proses penggunaan, dan tidak berhenti pada teknologi dan konten yang dimiliki media sosial akan tetapi sampai pada pengguna komputer yang saling terhubung dalam jaringan. Kapabilitas itu pula yang menjadi penghubung antara pengguna dan media sosial tersebut.

Faktor kelima yang mempengaruhi etika dalam penggunaan media sosial adalah **kebijakan**. Salah satu kebijakan terkait media sosial dan penyelenggaraan pilkada serentak 2018 yang cukup kontroversial di Indonesia adalah larangan bagi Aparatur Sipil Negara (ASN) untuk berfoto dengan peserta pemilu dan mengunggahnya di media sosial. Dalam larangan huruf e Surat Edaran Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi No. B/71/M.SM.00.00/2017 dinyatakan bahwa Pegawai Negeri Sipil (PNS) dilarang mengunggah, menanggapi (seperti *like*, komentar, dan sejenisnya) atau menyebarkan gambar/foto bakal calon/bakal pasangan calon kepala daerah, maupun keterkaitan lain dengan bakal calon/bakal pasangan calon kepala daerah melalui media *online* maupun media sosial. Sementara pada huruf f ditegaskan PNS dilarang melakukan

foto bersama dengan bakal calon kepala daerah/wakil kepala daerah dengan mengikuti simbol tangan/gerakan yang digunakan sebagai bentuk keberpihakan.

### **Strategi Meningkatkan Etika Penggunaan Media Sosial**

Peningkatan etika penggunaan media sosial dapat dilakukan dengan cara melakukan kategorisasi strategi berdasarkan kelima faktor yang mempengaruhi etika penggunaan media sosial yaitu norma individu, norma sosial, *affordances*, hukum, dan kebijakan. Pengawasan terhadap upaya peningkatan etika penggunaan media sosial dapat dilakukan sesuai dengan kategorisasi dari lima faktor tersebut.

**Faktor pertama**, norma individu dapat ditingkatkan dengan melakukan penyesuaian terhadap materi pendidikan minimal dari tingkat Sekolah Dasar (SD). Berdasarkan penelitian Brown dan James yang telah diuraikan di atas, generasi muda tidak menganggap persoalan etika dalam penggunaan media sosial sebagai satu hal yang penting. Oleh karena itu perlu dilakukan satu upaya serius untuk menumbuhkan arti penting etika dalam penggunaan media sosial sejak dini. Untuk itu Komisi X DPR RI dapat mendorong pemerintah untuk melakukan penyesuaian materi pendidikan yang lebih mengikuti perkembangan teknologi informasi komunikasi (TIK).

**Faktor kedua** yang mempengaruhi etika penggunaan media sosial adalah norma sosial. Norma sosial dipengaruhi antara lain oleh budaya yang berkembang saat itu. Perkembangan media digital, sama halnya seperti teknologi media lainnya, hadir membawa budaya. Hadirnya *digital culture* karenanya merupakan suatu tantangan yang harus dicermati dan dianalisa dari

sudut pandang kajian media digital. Kehadiran kritik dalam bentuk meme misalnya, merupakan salah satu bentuk baru yg digunakan publik untuk menyampaikan aspirasi mereka kepada elit politik. Kehadiran media sosial yang mampu menghubungkan segala kalangan, termasuk kalangan marginal, langsung kepada elite politik dan pemerintahan menghadirkan satu budaya politik baru yang lebih partisipatif. Oleh karena itu, kebijakan yang diterapkan pemerintah hendaknya menyesuaikan dengan perkembangan budaya media baru yang lebih demokratis tersebut.

**Faktor ketiga** yang mempengaruhi etika penggunaan media sosial, yaitu peraturan perundang-undangan. Menurut penulis, sebaiknya dihindarkan adanya peraturan yang bersifat represif dan lebih mempercayakan mekanisme *self-regulating social control system* daripada membawa penyelesaian persoalan etika di dunia maya ke ranah meja hijau.

**Faktor keempat** adalah *affordances*. Persoalan etika penggunaan media sosial terkait pula dengan *affordances*. Penggunaan huruf besar semua misalnya dalam konteks etika di media sosial dipandang tidak sopan karena dianggap menunjukkan emosi sedang marah. Oleh karena itu adanya aplikasi emoji tersenyum misalnya dapat memberikan efek etik yang berbeda. Dengan demikian upaya untuk meningkatkan *affordances* suatu media atau aplikasi hendaknya tidak hanya ditujukan untuk memudahkan pengguna dalam memakai aplikasi melainkan juga untuk mengurangi terjadinya persoalan etika. Misalnya di aplikasi dapat dibuat satu mekanisme sensor otomatis, ketika mendeteksi adanya kalimat yang tidak sesuai dengan etika akan secara langsung menyensornya dengan menggunakan lambang tertentu.

**Faktor kelima** adalah faktor kebijakan. Penulis mendorong agar pemerintah khususnya Kominfo dalam melakukan sinergi dengan KPU dan Bawaslu hendaknya tidak hanya bersifat represif, melainkan mengedepankan strategi preventif. Untuk itu, langkah yang seharusnya dilakukan Kominfo tidak cukup hanya bersinergi KPU, Bawaslu, dan Polri dalam upaya mencegah kampanye hitam serta ujaran kebencian di dunia maya selama pilkada serentak 2018 berlangsung, melainkan mengedepankan pemberian sosialisasi kepada masyarakat tentang etika bermedia sosial menjelang dan selama pelaksanaan pilkada serentak 2018.

## Penutup

Persoalan etika dalam penggunaan media sosial dipengaruhi oleh lima faktor, yaitu norma yang dianut pengguna media sosial, norma sosial, peraturan perundang-undangan, *affordances*, dan kebijakan. Untuk itu menjelang pilkada serentak, DPR RI melalui komisi-komisi terkait yaitu Komisi I, Komisi II, Komisi III, dan/atau Komisi X sebaiknya dapat melakukan pembahasan dan konsolidasi dengan Kominfo, KPU, Bawaslu, Kapolri, Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah serta pihak terkait lainnya. Hal ini dilakukan dalam upaya meningkatkan etika penggunaan media sosial sebagai salah satu barometer kualitas penyelenggaraan pilkada serentak 2018 dengan lebih mengedepankan upaya preventif.

Ada sejumlah pemikiran alternatif yang dapat disampaikan sebagai kerangka dalam membahas tentang etika penggunaan media sosial sebagai salah satu barometer penyelenggaraan pilkada serentak 2018. **Pertama**, kemerdekaan di internet. Salah satu jaminan bagi hak mengungkapkan pendapat



sudah dijamin dalam *International Covenant on Civil and Political Rights* (1966) Pasal 19 ayat 2, bahwa setiap individu memiliki hak berekspresi dalam berbagai bentuk melalui media apa pun yang dipilih, yang berarti, termasuk di dalamnya media internet. Berdasarkan laporan *freedom on the net 2017*, nilai untuk kebebasan internet di Indonesia baru mencapai angka 47%.

Salah satu yang menjadi catatan dalam laporan tersebut adalah terbentuknya Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN) yang resmi ditetapkan melalui Peraturan Presiden RI Nomor 53 Tahun 2017 pada Mei 2017. Badan Siber dalam laporan itu disebut sebagai badan yang memiliki kewenangan untuk memfilter dan memantau konten *online* dan disebut pula sebagai institusi yang diberdayakan untuk menyensor internet. Oleh karena itu kebijakan di ranah digital hendaknya tidak menyebabkan terganggunya hak asasi warga negara. Pengambil kebijakan harus menyadari bahwa persoalan etika dalam penggunaan media sosial tidak dapat diselesaikan dengan melakukan pembatasan terhadap hak perseorangan.

**Kedua**, etika penggunaan media sosial tidak hanya dipengaruhi oleh sejumlah faktor sebagaimana telah dibahas di atas. Oleh karena itu, perlu dikedepankan strategi preventif yang komprehensif untuk menstimuli berbagai faktor yang mempengaruhi peningkatan etika penggunaan media sosial, bukan hanya mengandalkan tindakan represif.

### Referensi

Andrea Flores Brown, C. J. 2012. "Morality and ethics behind the screen: Young people's perspectives on digital life". *New Media & Society*, 15(6), pp. 834-852.

Bernard Carsten Stahl, J. T. 2016. "Ethics of Emerging Information and Communication Technologies On the implementation of responsible research and innovation". *Science and Public Policy*, 44(3), 2017, pp. 369-381.

Budiyono. 2016. "Media Sosial dan Komunikasi Politik: Media Sosial sebagai Komunikasi Politik Menjelang Pilkada DKI Jakarta 2017". *Jurnal Komunikasi*, Volume 11, Nomor 1, Oktober 2016.

Dotu, Alfred B. David. 2017. "Penerapan Regulasi Politik Kampanye Hitam: Studi Kasus Pada Pilkada Kabupaten Banggai Tahun 2015". *Jurnal Wacana Politik*, Vol. 2, No. 1, Maret 2017, hal. 52-60.

"Freedom on the net 2017, Internet Freedom Scores in Indonesia", <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2017/indonesia>, diakses 15 Januari 2018.

"International Covenant on Civil and Political Rights (1966)", <http://www.ohchr.org/EN/ProfessionalInterest/Pages/CCPR.aspx>, diakses 15 Januari 2018.

"Kominfo Bidik 'Kampanye Hitam' di Media Sosial Selama Pilkada", <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180109222300-185-267763/kominfo-bidik-kampanye-hitam-di-media-sosial-selama-pilkada> diakses 11 Januari 2018.

Kuwado, Fabian Januarius, "ASN Dilarang Berfoto Dengan Peserta Pemilu Dan Mengunggah Ke Medsos", <http://nasional.kompas.com/read/2017/12/01/18494021/asn-dilarang-berfoto-dengan-peserta-pemilu-dan-mengunggah-ke-medsos>, diakses 15 Januari 2018.

MacDougall, R. 2010. "eBay Ethics Simulating Civility Today, for the 'Digital Democracies' of Tomorrow". *Convergence*, 16 (2), pp. 235-244.

Puspita, Ratna, "LSI: Pilkada 2018 adalah Politik Media Sosial", <http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/pilkada/18/01/08/p28lvo428-lsi-pilkada-2018-adalah-politik-media-sosial>, diakses 11 Januari 2018.

Putri, Budiarti Utami, "Media Sosial Jadi Salah Satu Aspek Kerawanan Pilkada 2018", <https://pilkada.tempo.co/read/1037927/media-sosial-jadi-salah-satu-aspek-kerawanan-pilkada-2018>, diakses 15 Januari 2018.

"Surat Edaran Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi No. B/71/M.SM.00.00/2017", <https://ristekdikti.go.id/wp-content/uploads/2018/01/Surat-Menteri-PANRB-tentang-Pelaksanaan-Netralitas-bagi-ASN.pdf>, diakses 15 Januari 2018.



Handrini Ardiyanti  
*handrini.ardiyanti@dpr.go.id*

Handrini Ardiyanti, S.Sos, Msi., menyelesaikan pendidikan S1 Jurusan Komunikasi Universitas Diponegoro pada tahun 1998 dan pendidikan S2 Manajemen Komunikasi Universitas Indonesia pada tahun 2008. Saat ini menjabat sebagai Peneliti Madya Komunikasi pada Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR-RI. Beberapa karya tulis ilmiah yang telah dipublikasikan melalui buku dan jurnal, antara lain: "Komisi I: Senjata, Satelit, Diplomasi" (2009), "Hubungan Pusat dan Daerah Dalam Kerangka Implementasi Otonomi Khusus: Suatu Tinjauan Teori Sikap, Teori Dialektika, dan Komunikasi Antar Budaya" (2012), dan "Bermedia Sosial untuk Parlemen Modern di Era Demokrasi Modern" (2015).

#### **Info Singkat**

© 2009, Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI  
<http://puslit.dpr.go.id>  
ISSN 2088-2351

*Hak cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi tulisan ini tanpa izin penerbit.*