

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Demografis dan Lokasi Penelitian

1. Kondisi Geografis

Desa Tumbukan Banyu merupakan salah satu dari 16 desa yang ada di kecamatan Daha Selatan, Kabupaten Hulu Sungai Selatan. Alamnya didominasi lahan rawa sehingga tipikal rumah penduduknya bentuk panggung dan tongkat kayu ulin. Penduduknya selain pengrajin besi/pandai besi, juga ada pedagang, pengusaha walet, transportasi kapal, dll.

Desa ini terletak di kecamatan Daha Selatan dan ada di pinggiran Sungai, Sungai ini mengalir ke Marabahan dari amuntai, dan sungai ini juga menjadi akses perjalanan laut dari Nagara ke Banjarmasin dan sebaliknya, desa ini juga menjadi tempat satu2 nya pasar (yang dikenal dengan sebutan Pasar Nagara).

Desa ini menjadi tempat pelabuhan kapal laut dan terminal mobil taksi Nagara Daha. Pelabuhan kapal disini menjadi tempat singgah kapal dari arah Banjarmasin untuk pasokan bahan pokok dan dagangan lain untuk diperjualbelikan di pasar Nagara.

2. Sumber Daya Alam

Luas Daerah 1350 Ha/m². Desa Tumbukan Banyu sudah mengalami sembilan kali periode pergantian kepala desa, pada saat ini yang menjabat sebagai kepala desa adalah bapak Nurdin. Secara geografis Desa Tumbukan Banyu berbatasan dengan wilayah sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara, berbatasan dengan Desa Sungai Mandala
- b. Sebelah Timur, berbatasan dengan Desa Banjarbaru
- c. Sebelah Barat, berbatasan dengan Desa Sungai Pinang

Secara umum Tipologi Masyarakat Desa Tumbukan Banyu terdiri dari Pandai Besi, Peternak, Petani, Perikanan, dan Tukang.

3. Sumber Daya Manusia

Jumlah Penduduk Desa Tumbukan Banyu berdasarkan Profil Desa tahun 2021 sebanyak 2877 jiwa, Jumlah kaum millennial 966 jiwa, dengan persentase sekitar 34% dari jumlah keseluruhan penduduk.¹

4. Visi dan Misi Desa Tumbukan banyu

Adapun Visi Desa Tumbukan Banyu sebagai berikut : Mewujudkan Desa Tumbukan Banyu sebagai Desa sentra industri kerajinan yang unggul dan bernuansa islami.

Sedangkan misi Desa Tumbukan Banyu adalah :

- a. Pembangunan
 - 1) Pelaksanaan pembangunan yang seimbang di semua sektor wilayah agar tidak terjadi kecemburuan yang mengakibatkan ketidak harmonisan dalam masyarakat. Demi tercapainya azas “adil dan merata”
 - 2) Mengutamakan hal-hal yang bersifat darurat atau membutuhkan penanganan yang tidak bisa ditunda.

¹ Data Desa Tumbukan Banyu Tahun 2021 Kecamatan Daha Selatan Kabupaten Hulu Sungai Selatan

b. Sarana dan Prasarana Infrastruktur

- 1) Perluasan ketersediaan prasarana infrastruktur dasar pengembangan wilayah.
- 2) Peningkatan infrastruktur pertanian secara luas.
- 3) Peningkatan infrastruktur produksi dan pemasaran.

c. Perekonomian

- 1) Peningkatan usaha pertanian tanaman pangan, peternakan dan perikanan yang berbasis pada potensi lokal.
- 2) Perluasan pemanfaatan sumber daya alam khususnya lahan pertanian potensial serta pemanfaatan lahan tidur.
- 3) Membangun sarana dan prasarana pemasaran, pola pemasaran dan cara-cara mengolah hasil pertanian dan perikanan.

d. Pendidikan

- 1) Mengadakan pelatihan-pelatihan keterampilan untuk menambah keterampilan anggota masyarakat terutama para pemuda.
- 2) Membangun sarana untuk menampung kreatifitas masyarakat.

e. Kesehatan

- 1) Peningkatan infrastruktur untuk sanitasi lingkungan.
- 2) Penyuluhan dari dinas kesehatan bagaimana hidup sehat.

f. Keagamaan

- 1) Memfasilitasi dan mendorong peningkatan kualitas keagamaan.
- 2) Membangun fasilitas dan mendorong kemajuan kegiatan keagamaan.

- 3) Mendorong tumbuh kembangnya lembaga pendidikan keagamaan formal & informal.²

B. Penyajian Data

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan langsung terhadap Kaum Millennial. Dalam laporan hasil penelitian ini peneliti akan menguraikan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Uraian Hasil Wawancara

a. Informan 1

1) Identitas informan

Nama : Alfarisi

Umur : 24 Tahun

Pendidikan : Alumni Pondok Tahfiz Al-Qudwah

Pekerjaan : Musyrif Ponpes Al-Qudwah

Alamat : Desa Tumbukan Banyu

2) Uraian

- a. Pendapat informan, setelah peneliti menanyakan tentang bagaimana pendapat anda tentang Kampanye Hitam di Media Sosial (Instagram). Informan menjawab saya tidak akan mempercayainya dan tidak akan memperdulikan hal tersebut selagi tidak ada bukti yang jelas mengenai berita yang

² Profil Desa Tumbukan Banyu Tentang Arah Kebijakan Pembangunan Desa Tahun 2021

disampaikan. Kampanye yang bagus itu seharusnya bersifat mendidik dan mencerdaskan calon pemilih dalam menentukan pilihannya.

- b. Pendapat informan, setelah peneliti menanyakan tentang apakah Kampanye Hitam di Media Sosial (Instagram) mempengaruhi pilihan anda. Informan menjawab tidak berpengaruh sama sekali karena saya tidak peduli dengan hal tersebut.³

b. Informan 2

1) Identitas Informan

Nama : Muhammad Afif

Umur : 22 Tahun

Pendidikan : Ponpes Tahfiz Al-Qudwah

Pekerjaan : Wiraswasta

Alamat : Desa Tumbukan Banyu

2) Uraian

- a. Pendapat informan, setelah peneliti menanyakan tentang bagaimana pendapat anda tentang Kampanye Hitam di Media Sosial (Instagram). Informan menjawab bahwa tentunya ini tidak baik, terlebih banyak masyarakat yang belum bisa

³ Alfarisi, Musyrif Ponpes Al-Qudwah, Wawancara Pribadi, Tumbukan Banyu 15 Desember 2022, Pukul 21:00 Wita.

menyaring info dari sosial media, takutnya asal terima info, dan ujung-ujungnya masyarakat yang berbeda pilihannya akan ribut, itu kita sendiri yang rugi, dan dimanfaatkan untuk kepentingan politik. Kampanye yang sehat itu seharusnya tidak bersifat provokatif dan tidak mengganggu kepentingan umum.

- b. Pendapat informan, setelah peneliti menanyakan tentang apakah Kampanye Hitam di Media Sosial (Instagram) mempengaruhi pilihan anda. Informan menjawab sedikit banyak mungkin berpengaruh, tinggal kita yang menelaah info tersebut benar apa tidaknya.⁴

c. Informan 3

1) Identitas informan

Nama : Muhammad Nafis

Umur : 22 Tahun

Pendidikan : Pelajar/Mahasiswa

Pekerjaan : Mahasiswa

Alamat : Desa Tumbukan Banyu

2) Uraian

⁴ Muhammad Afif, Wiraswasta, Wawancara Pribadi, Tumbukan Banyu 18 Desember 2022, Pukul 15:00 Wita.

- a. Pendapat informan, setelah peneliti menanyakan tentang bagaimana pendapat anda tentang Kampanye Hitam di Media Sosial (Instagram). Informan menjawab kegiatan seperti itu bisa merusak sebuah negara, dikarenakan dengan adanya seorang yang mau mempertahankan sebuah reputasi agar tidak tergantikan oleh orang lain, saya tidak setuju dengan cara seperti itu. Kampanye yang sehat itu seharusnya kampanye yang mendidik dan mencerdaskan bangsa dan negara.
- b. Pendapat informan, setelah peneliti menanyakan tentang apakah Kampanye Hitam di Media Sosial (Instagram) mempengaruhi pilihan anda. Informan menjawab untuk saya sendiri tidak akan langsung percaya tanpa ada bukti yang jelas, sedangkan untuk orang awam yang tidak paham hal tersebut mungkin akan berpengaruh, dikarenakan banyak berita2 hoaks tanpa kita ketahui karakteristik seseorang tersebut apakah dia itu baik atau tidak untuk memimpin sebuah negara.⁵

d. Informan 4

1) Identitas informan

Nama : Afien yulian

Umur : 22 Tahun

⁵ Muhammad Nafis, Mahasiswa, Wawancara Pribadi, Tumbukan Banyu 19 Desember 2022, Pukul 09:00 Wita.

Pendidikan : Pelajar/Mahasiswa

Pekerjaan : Mahasiswa

Alamat : Desa Tumbukan Banyu

2) Uraian

- a. Pendapat informan, setelah peneliti menanyakan tentang bagaimana pendapat anda tentang Kampanye Hitam di Media Sosial (Instagram). Informan menjawab menurutku ini kegiatan yang tidak baik, karena merusak citra orang. Soalnya banyak rayuan dan dusta yang tidak terbukti kebenarannya dan dimanfaatkan untuk tujuan politik yang menimbulkan fitnah, sehingga terjadi kegaduhan dan perdebatan diantara masyarakat. Kampanye itu haruslah jujur dan tidak memfitnah lawan serta tidak merusak atau menyerang pribadi lawan politik.
- b. Pendapat informan, setelah peneliti menanyakan tentang apakah Kampanye Hitam di Media Sosial (Instagram) mempengaruhi pilihan anda. Informan menjawab ada kemungkinan terpengaruh, soalnya kita melihat postingan tersebut, tinggal kita yang harus menyaring info tersebut, agar tidak langsung percaya tanpa adanya bukti dan fakta.⁶

⁶ Afien Yulian, Mahasiswa, Wawancara Pribadi, Tumbukan Banyu 25 Desember 2022, Pukul 16:00 Wita.

e. Informan 5

1) Identitas informan

Nama : Muhammad Rizki

Umur : 26 Tahun

Pendidikan : Alumni Pondok Tahfiz Al-Qudwah

Pekerjaan : Pengajar di Ponpes Haramain

Alamat : Desa Tumbukan Banyu

2) Uraian

- a. Pendapat informan, setelah peneliti menanyakan tentang bagaimana pendapat anda tentang Kampanye Hitam di Media Sosial (Instagram). Informan menjawab bahwa kampanye hitam itu bisa sangat berpengaruh jika yang menerima info tersebut tidak menyaring apakah itu fakta atau fitnah belaka, karena hal tersebut berpotensi menyudutkan dan menjatuhkan lawan politik dengan cara kotor, saya tidak setuju dengan hal tersebut. Kampanye yang baik itu harusnya jujur, adil, bersih, serta tidak menyinggung perasaan lawan politik yang dapat menimbulkan fitnah.
- b. Pendapat informan, setelah peneliti menanyakan tentang apakah Kampanye Hitam di Media Sosial (Instagram) mempengaruhi pilihan anda. Informan menjawab bahwa tidak mempengaruhi saya sama sekali, soalnya saya tidak fanatik

dan cenderung apatis serta tidak gampang terpengaruh dengan hal semacam itu.⁷

f. Informan 6

1) Identitas Informan

Nama : Khairullah

Umur : 24 Tahun

Pendidikan : Pelajar/Mahasiswa

Pekerjaan : Perawat RS Daha

Alamat : Desa Tumbukan banyu

2) Uraian

- a. Pendapat informan, setelah peneliti menanyakan tentang bagaimana pendapat anda tentang Kampanye Hitam di Media Sosial (Instagram). Informan menjawab kampanye hitam berarti kampanye terselubung kan, itu gak baik, saya lebih percaya dengan fakta pakai data, kalau ngomongnya sembarangan itu sama saja dengan pembodohan publik, itu tidak pantas dilakukan. Seharusnya kampanye yang sehat itu adu visi, misi, program, dan adu apa kontribusi yang akan mereka lakukan jika terpilih sebagai presiden.

⁷ Muhammad Rizki, Pengajar di Ponpes Haramain, Wawancara Pribadi, Tumbukan Banyu 28 Desember 2022, Pukul 13:00

b. Pendapat informan, setelah peneliti menanyakan tentang apakah Kampanye Hitam di Media Sosial (Instagram) mempengaruhi pilihan anda. Informan menjawab selagi tidak ada fakta pakai data, tidak akan mempengaruhi pilihan saya.⁸

g. Informan 7

1) Identitas informan

Nama : Faisal

Umur : 24 Tahun

Pendidikan : Man Negara

Pekerjaan : Wiraswasta

Alamat : Desa Tumbukan Banyu

2) Uraian

a. Pendapat informan, setelah peneliti menanyakan tentang bagaimana pendapat anda tentang Kampanye Hitam di Media Sosial (Instagram). Informan menjawab bahwa kampanye dengan cara tersebut sangat tidak mendidik, karena mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap pasangan calon capres dan cawapres, apalagi jika yang melihat info tersebut masyarakat awam yang kurang mengerti, bisa langsung ditelan mentah-mentah tanpa menyelidiki

⁸ Khairullah, Perawat RS Daha, Wawancara Pribadi, Tumbukan Banyu 3 Januari 2023, Pukul 15:50 Wita.

kebenarannya. Seharusnya kampanye itu memberikan informasi yang benar dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya agar masyarakat mudah menentukan pilihannya.

- b. Pendapat informan, setelah peneliti menanyakan tentang apakah Kampanye Hitam di Media Sosial (Instagram) mempengaruhi pilihan anda. Informan menjawab yang pasti saya tidak langsung percaya kalau tidak disertakan data yang valid.⁹

h. Informan 8

1) Identitas informan

Nama : Ahmad Khairi

Umur : 24 Tahun

Pendidikan : Pelajar/Mahasiswa

Pekerjaan : Mahasiswa

Alamat : Desa Tumbukan Banyu

2) Uraian

- a. Pendapat informan, setelah peneliti menanyakan tentang bagaimana pendapat anda tentang Kampanye Hitam di Media Sosial (Instagram). Informan menjawab bahwa kampanye

⁹ Faisal, Wiraswasta, Wawancara Pribadi, Tumbukan Banyu 8 Januari 2023, Pukul 10:00 Wita.

seperti itu bisa jadi bahan pertimbangan untuk memilih pemimpin dengan catatan “apa yang dikampanyekan dapat dibuktikan”. Akan tetapi sebagai umat muslim jika kampanye hitam tersebut tidak bisa dibuktikan maka itu adalah fitnah, dan walaupun terbukti kita sebagai masyarakat bisa saja terjerumus dalam dosa ghibah. Kampanye yang baik itu haruslah menjalin komunikasi politik yang sehat antara peserta pemilu dengan masyarakat dan tidak mengandung unsur fitnah.

- b. Pendapat informan, setelah peneliti menanyakan tentang apakah Kampanye Hitam di Media Sosial (Instagram) mempengaruhi pilihan anda. Informan menjawab bisa jadi, dari kampanye tersebut kita bisa menentukan pilihan, calon pemimpin yang banyak melakukan kampanye hitam berpeluang tidak dipilih jika tidak bisa membuktikan, walaupun bisa, kita bisa menilai bahwasanya calon pemimpin tersebut ahli dalam mencari kesalahan seseorang tanpa menilai diri mereka sendiri.¹⁰

- i. Informan 9

- 1) Identitas Informan

¹⁰ Ahmad Khairi, Mahasiswa, Wawancara Pribadi, Tumbukan banyu 10 Januari 2023, Pukul 11:00 Wita.

Nama : Rizki
Umur : 22 Tahun
Pendidikan : MAS Darul Hijrah Martapura
Pekerjaan : Wiraswasta
Alamat : Desa Tumbukan Banyu

2) Uraian

- a. Pendapat informan, setelah peneliti menanyakan tentang bagaimana pendapat anda tentang Kampanye Hitam di Media Sosial (Instagram). Informan menjawab kampanye seperti itu bisa bikin ribut, karena akibat bedanya pilihan bisa gak akur di antara lapisan masyarakat diakibatkan bedanya keyakinan. Seharusnya mereka nunjukin prestasi, nunjukin programnya, apa yang akan dilakukan kedepannya, bukan hanya sekedar menjelek-jelekan satu sama lain tapi apa yang dilakukan untuk memperbaiki tatanan negara.
- b. Pendapat informan, setelah peneliti menanyakan tentang apakah Kampanye Hitam di Media Sosial (Instagram) mempengaruhi pilihan anda. Informan menjawab kurang percaya dan tidak akan mempengaruhi pilihan saya selagi tidak ada fakta yang jelas.¹¹

¹¹ Rizki, Wiraswasta, Wawancara Pribadi, Desa Tumbukan Banyu 12 Januari 2023, Pukul 13:30 Wita.

j. Informan 10

1) Identitas informan

Nama : Safrudin

Umur : 33 Tahun

Pendidikan : MTSN Negara

Pekerjaan : Wiraswasta

Alamat : Desa Tumbukan banyu

2) Uraian

a. Pendapat informan, setelah peneliti menanyakan tentang bagaimana pendapat anda tentang Kampanye Hitam di Media Sosial (Instagram). Informan menjawab kampanye seperti itu tidak bagus, seharusnya kampanye itu bisa membangun indonesia agar lebih bagus bukan malah sebaliknya, agar masyarakatnya juga baik.

b. Pendapat informan, setelah peneliti menanyakan tentang apakah Kampanye Hitam di Media Sosial (Instagram) mempengaruhi pilihan anda. Informan menjawab bahwa tidak akan terpengaruh dan tidak akan memilih capres apabila melakukan hal tersebut.¹²

¹² Safrudin, Wiraswasta, Wawancara Pribadi, Tumbukan banyu 15 Januari 2023, Pukul 14:00 Wita.

**2. Rangkuman hasil wawancara terhadap Generasi Millennial tentang
Pengaruh Kampanye Hitam di Media Sosial pada Pilpres 2019**

No	Informan	Tanggapan	Pengaruh
1	Alfarisi	Saya tidak akan mempercayainya dan tidak akan memperdulikan hal tersebut selagi tidak ada bukti yang jelas mengenai berita yang disampaikan.	Tidak akan terpengaruh sama sekali, karena saya sama sekali tidak memperdulikan hal tersebut
2	Muhammad Afif	Kampanye seperti ini tidak baik, terlebih banyak masyarakat yang belum bisa menyaring info dari sosial media, takutnya asal terima info, dan ujung-ujungnya masyarakat yang berbeda pilihannya akan ribut, itu kita sendiri yang rugi, dan dimanfaatkan untuk kepentingan politik.	Ada kemungkinan berpengaruh, tinggal kita yang menelaah info tersebut benar apa tidaknya.
3	Muhammad Nafis	Kegiatan seperti itu bisa merusak sebuah negara, dikarenakan dengan adanya seorang yang mau mempertahankan sebuah reputasi agar tidak tergantikan oleh orang lain, saya tidak setuju dengan cara seperti itu.	Tidak akan langsung mempercayai hal tersebut selagi tidak ada bukti yang jelas.

4	Afien	Ini kegiatan yang tidak baik, karena merusak citra orang. Soalnya banyak rayuan dan dusta yang tidak terbukti kebenarannya dan dimanfaatkan untuk tujuan politik yang menimbulkan fitnah, sehingga terjadi kegaduhan dan perdebatan diantara masyarakat.	Ada kemungkinan terpengaruh, soalnya kita melihat postingan tersebut, tinggal kita yang harus menyaring info tersebut, agar tidak langsung percaya tanpa adanya bukti dan fakta.
5	Muhammad Rizki	Kampanye hitam itu bisa sangat berpengaruh jika yang menerima info tersebut tidak menyaring apakah itu fakta atau fitnah belaka, karena hal tersebut berpotensi menyudutkan dan menjatuhkan lawan politik dengan cara kotor, saya tidak setuju dengan hal tersebut.	Tidak mempengaruhi saya sama sekali, soalnya saya tidak fanatik dan cenderung apatis serta tidak gampang terpengaruh dengan hal semacam itu.
6	Khairullah	Kampanye hitam berarti kampanye terselubung kan, itu gak baik, saya lebih percaya dengan fakta pakai data, kalau ngomongnya sembarangan itu sama saja dengan pembodohan publik, itu tidak pantas dilakukan.	Selagi tidak ada fakta pakai data, tidak akan mempengaruhi pilihan saya.
7	Faisal	Kampanye dengan cara tersebut sangat tidak mendidik, karena mempengaruhi	Saya tidak langsung percaya kalau tidak disertakan data yang valid.

		<p>pandangan masyarakat terhadap pasangan calon capres dan cawapres, apalagi jika yang melihat info tersebut masyarakat awam yang kurang mengerti, bisa langsung ditelan mentah-mentah tanpa menyelidiki kebenarannya.</p>	
8	Ahmad Khairi	<p>Kampanye seperti itu bisa jadi bahan pertimbangan untuk memilih pemimpin dengan catatan “apa yang dikampanyekan dapat dibuktikan”. Akan tetapi sebagai umat muslim jika kampanye hitam tersebut tidak bisa dibuktikan maka itu adalah fitnah, dan walaupun terbukti kita sebagai masyarakat bisa saja terjerumus dalam dosa ghibah.</p>	<p>Dari kampanye tersebut kita bisa menentukan pilihan, calon pemimpin yang banyak melakukan kampanye hitam berpeluang tidak dipilih jika tidak bisa membuktikan.</p>
9	Rizki	<p>Kampanye seperti itu bisa bikin ribut, karena akibat bedanya pilihan bisa gak akur di antara lapisan masyarakat diakibatkan bedanya keyakinan.</p>	<p>Kurang percaya dan tidak akan mempengaruhi pilihan saya selagi tidak ada fakta yang jelas</p>

10	Safrudin	Kampanye seperti itu tidak bagus, seharusnya kampanye itu bisa membangun indonesia agar lebih bagus bukan malah sebaliknya, agar masyarakatnya juga baik.	tidak akan terpengaruh dan tidak akan memilih capres apabila melakukan hal tersebut.
----	----------	---	--

C. Analisis Data

1. Peran Media Sosial sebagai Media Kampanye Politik

a. Media Sosial sebagai proses Komunikasi Politik

Media sosial menjadi penting sebagai sarana yang efektif dalam proses komunikasi politik, khususnya dalam konteks kampanye pemilu yang dapat menjadi perantara para politisi dengan konstituennya, yaitu antara komunikator dengan komunikan¹³ secara jarak jauh. INT'L ENCYL *Communication* (1998) menggaris bawahi bahwa; komunikasi politik adalah setiap penyampaian pesan yang disusun secara sengaja untuk mendapatkan pengaruh atas penyebaran atau penggunaan power dalam masyarakat yang mana di dalamnya mengandung empat bentuk komunikasi yaitu:

- a. Elite Communication,
- b. Ahaegemoniccommunication,

¹³ Ratnamulyani, Atikah I, dan Maksudi, Iriawan, B. 2018 *Peran Media Sosial dan Peningkatan Partisipasi Pemilih pemula dikalangan pelajar di Kabupaten Bogor*. Jurnal Ilmu Sosial dan Humoniora, volume 20 Nomor 2 tahun 2018, hlm. 156.

- c. Pettitionary Communication, dan
- d. Associational communication.¹⁴

Media sosial adalah satu bentuk saluran komunikasi para pelaku politik dengan para pendukung dan konstituen. Bentuk komunikasi yang dilakukan yaitu dengan cara membangun opini publik dan sekaligus memobilisasi dukungan politik secara massif. Pemanfaatan media sosial juga telah meningkatkan jaringan komunikasi politik, relasi politik dan partisipasi masyarakat dalam pemilu. Media sosial selanjutnya menggambarkan sebagai sarana ideal dan basis Informasi untuk mengetahui opini publik tentang kebijakan dan posisi politik, selain untuk membangun dukungan komunitas kepada politisi yang tengah berkampanye.¹⁵

Sejumlah penelitian di seluruh dunia mengadopsi media sosial untuk menjalin hubungan dengan konstituen berdialog langsung dengan masyarakat dan membentuk diskusi politik, kemampuan menciptakan ruang dialog antara politisi dan publik serta menarik minat pemilih muda membuat media sosial semakin penting bagi politisi (Stieglitz & Dang-Xuan, 2012).¹⁶

¹⁴ Arianie, L, *Komunikasi Politik Politisi dan Pencitraan dipangung Politik*, (Bandung : Widya Padjajaran), hlm. 84.

¹⁵ Sasmita, Siska, *Peran Informasi Politik Terhadap Partisipasi Pemilih Pemula Dalam Pemilu/Pemilukada*. Jurnal Ilmiah Administrasi Publik dan Pembangunan Volume 2 Nomor 1 Januari-Juni 2011, hlm. 93.

¹⁶ Ibid.

Berkampanye melalui media sosial mulai marak digunakan pada saat pemilihan Gubernur DKI Jakarta Tahun 2015, dimana para pendukung Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama memanfaatkan Youtube untuk memposting video kampanye kreatif mereka bahkan ada game *online* yang diciptakan khusus dengan avatar game menyerupai Jokowi. Media Sosial merupakan rimba raya, dan praktis tidak ada peraturan didalamnya (Fitch, 2009).

Dengan adanya media sosial, maka para aktor politik pun harus menyadari meskipun ia secara riil sebagai pejabat tinggi atau partai politik yang berkuasa, tetapi posisinya di media sosial setara dengan user lain. Hal ini lah menjadi awal terjadinya *bullying*, dan pencemaran nama baik terhadap politsi dan pemerintahan disuatu negara. Seperti yang terjadi pada kampanye dan pemilu di media sosial dimana etika dan redaksi dalam menyuarakan kampanye tidak lagi diperhatikan. Semua berdasarkan hal-hal yang sifatnya negative dengan tujuan menggiring opini massa agar semakin terprovokasi dengan kondisi.

b. Media Sosial Instagram dan perannya sebagai Media Kampanye Politik

Instagram merupakan salah satu media sosial yang pertama kali rilis di *Appale App Store* pada 6 Oktober 2010. Instagram merupakan Aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, mengedit, menerapkan filter digital dan membagikan foto ke berbagai situs media

social terutama pada akun Instagram itu sendiri.¹⁷

Instagram ditemukan oleh Kevin Systrom dan Mike Kriger yang merupakan lulusan dari Amerika University. Penamaan Instagram yaitu dari kata Instant dan Gram yang berasal dari kata telegram. Maksudnya aplikasi ini diharapkan seperti telegram yang memberikan informasi cepat dan tersaji instant.

Mengutip *TechCrush*, Instagram menjadi salah satu aplikasi dengan pengguna terbanyak. Bahkan, pada tahun 2018/2019 pengguna aktifnya mencapai 1 miliar.¹⁸ Untuk saat ini fitur pada Instagram semakin bertambah dan terus berkembang, yang awalnya hanya untuk berbagi foto, sekarang Instagram sudah dilengkapi dengan berbagi foto dan video singkat untuk memberikan informasi secara rinci yang berkaitan dengan kegiatan secara rinci yang berkaitan dengan kegiatan sehari-hari, fitur tersebut adalah Snapgram bahkan untuk saat ini Instagram juga menyediakan fitur live streaming dan Instagram Televisi (IG TV) yang mana memungkinkan pengguna untuk merekam video yang bisa dilihat oleh banyak orang secara langsung.

Salah satu pengguna media sosial Instagram terbanyak yaitu

¹⁷ Lely Maulida, Menilik Sejarah Instagram yang sempat dinilai “Berantakan”, 9 Nopember 2017, diakses pada <https://techno.okezone.com/read/2017/11/09/56/1811501/okezone-innovation-menilik-sejarah-instagram-yang-sempat-dinilai-berantakan>. Pada tanggal 23 Mei 2022 pukul 09:50 wita.

¹⁸ Aswab Nanda P, Hari Ini Dalam Sejarah : Aplikasi Instagram di Rilis. 6 Oktober 2010. diakses pada <https://tekno.kompas.com/read/2018/10/06/10512437/hari-ini-dalam-sejarah-aplikasi-instagram-dirilis> Pada tanggal 24 Juli 2022 pukul 14:35 wita.

Generasi Milenial (juga dikenal sebagai Generasi Y atau Generasi Langgas) adalah kelompok demografi setelah Generasi X (Gen-X). Para ahli dan peneliti biasanya menggunakan awal 1980-an sebagai awal kelahiran kelompok ini hingga awal 2000-an sebagai akhir kelahiran.¹⁹

Pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi politik merupakan hal yang cerdas, karena jumlah pengguna aktif Instagram di Indonesia hingga nopember 2019 dilaporkan telah mencapai 61.610.000, demikian menurut laporan terbaru dari NapoleonCat, salah satu perusahaan analis Sosial Media di Warsawa, Polandia. Atinya 22,6 persen, atau hampir seperempat total penduduk Indonesia, adalah pengguna Instagram. Tercatat mayoritas pengguna Instagram di Indonesia adalah dari kelompok usia 18-24 Tahun, yakni sebanyak 33,90 juta.²⁰

Penggunaan media sosial Instagram dapat digunakan sebagai sarana komunikasi politik yang sangat efektif dalam proses kampanye, terutama dalam memilih kaum millennial. Hal ini dikarenakan hampir sebagian besar anak muda telah menggunakan media sosial Instagram sebagai media alternatif berkomunikasi antar sesama. Melalui media sosial, komunikator dapat membangun komunikasi politik dengan para pendukungnya, membentuk opini publik, dan memobilisasi dukungan politik. Pemanfaatan media sosial juga telah meningkatkan modal sosial bagi pelaku politik, yaitu

¹⁹ <https://www.studilmu.com/blogs/details/generasi-milenial-fakta-generasi-milenial-dan-tantangan-generasi-milenial>

²⁰

<https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/tekno/read/2019/12/23/14020057/seban-yak-inikah-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>

membukanya jaringan komunikasi politik yang interaktif, relasi, dan partisipasi politik masyarakat.

Meskipun demikian, terdapat beberapa persoalan dalam konteks komunikasi politik melalui media sosial, diantaranya para komunikator harus mempertimbangkan perspektif khalayak karena kemampuan literasi digital setiap orang yang berbeda-beda. Dikhawatirkan menimbulkan beberapa argumentasi yang tidak sesuai dengan pola pikir masyarakat yang aktif menggunakan media sosial. Sehingga jangan sampai komunikasi politik yang dibangun melalui media sosial memberikan akses yang negatif, dengan menyampaikan pesan-pesan komunikasi yang buruk, menjatuhkan, menyerang pribadi dan pembenci yang kurang bertanggung jawab. Hal ini dapat menimbulkan masalah-persoalan etis komunikasi.

2. Pengaruh Kampanye Hitam Pada Pilpres 2019 di Media Sosial Terhadap Kaum Millenial di Desa Tumbukan Banyu Kabupaten Hulu Sungai Selatan

Kampanye Hitam adalah sebuah tindakan dan usaha yang bertujuan mendapatkan pencapaian dukungan dengan cara yang tidak dibenarkan atau dengan cara menyebarkan keburukan dan kejelekan seorang/kelompok yang tidak terbukti kebenarannya. Kampanye yang sehat itu seharusnya ada visi, misi, program, dan ada apa kontribusi yang akan mereka lakukan jika terpilih sebagai presiden. Usaha kampanye bisa dilakukan oleh perorangan atau sekelompok orang yang terorganisir untuk melakukan pencapaian.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap Kaum Millennial di Desa Tumbukan Banyu, peneliti mendapati bahwa masa kampanye pemilu presiden yang dimulai pada tanggal 23 September 2018 hingga 13 April 2019, adalah masa kampanye yang menjadi medan “pertempuran” panas untuk menghadapi pemungutan suara yang digelar serentak pada 17 April 2019. Karena demi menggalang suara, bahkan Kampanye Hitam ditebar di tengah masyarakat. Bahkan, sebelum masa kampanye dimulai, penggalangan dukungan rakyat ini sudah terasa oleh publik.

Salah satu fenomena yang mengemuka dalam Pilpres 2019 adalah maraknya penggunaan Media Sosial sebagai sarana kampanye bagi kedua pasangan capres-cawapres. Bisa dibilang, Media Sosial telah membuka ruang bagi pendukung kedua capres untuk melakukan pemanasan kampanye. Dengan kata lain, melalui Media Sosial inilah semua kelebihan dan kelemahan para Capres diangkat ke ruang publik untuk dikonsumsi oleh publik.

Faktanya, materi kampanye yang disajikan melalui Media Sosial sebagian mengarah pada serangan pribadi untuk mengungkapkan kelemahan Capres masing-masing. Disinilah Media Sosial digunakan sebagai wahana untuk saling serang antar pendukung Capres.

Apalagi saat ini teknologi semakin canggih dan marak upaya memalsukan sebuah teks, gambar dan lainnya sangat rentan terjadi,

kecanggihan teknologi yang bisa merombak serta memalsukan informasi sangat mudah dilakukan, sehingga banyak informasi-informasi yang menyesatkan, bahkan ada cenderung adu domba yang dikembangkan melalui Media Sosial. Jadi, perlunya kesadaran masyarakat untuk mampu meningkatkan literasi digital dan tidak apatis terhadap isu-isu politik, agar informasi yang masuk tidak ditelan mentah-mentah.

Pola Kampanye Hitam yang digunakan oleh kedua belah pihak melalui Media Sosial memang bertujuan untuk menjatuhkan lawan politik tiap capres, materi-materi kampanye berupa suku, agama, ras, dan antar golongan (sara) serta rekam jejak calon yang tendensius menjadi isu dominan ketimbang mengkritisi gagasan, visi-misi, dan program pemerintahan capres. Dengan kata lain, materi kampanye hitam memang diarahkan untuk menyerang pribadi capres.

Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada Khairullah, seorang mahasiswa yang juga bekerja sebagai perawat, beliau mengatakan “kampanye seperti itu sama saja dengan pembodohan publik, yang dimana seharusnya kampanye yang sehat itu adu visi, misi, program, dan adu apa kontribusi yang akan mereka lakukan jika terpilih sebagai presiden, saya lebih percaya dengan kampanye berdasarkan fakta pakai data”.

Kampanye Hitam memiliki kekuatan dalam mempengaruhi emosi publik, pemberitaan dari media-media baik cetak, elektronik, maupun

sosial, menjadi penentu yang baik dan buruk, pencipta suasana tenang atau kacau suatu bangsa. Media punya peranan sangat penting sejak awal mula diciptakan yaitu sebagai penyebar informasi. Hanya saja karena digitalisasi saat ini sulit menemukan pemberitaan media yang bertujuan membuat pembacanya semakin cerdas atau semakin bodoh. Hal ini bisa dilihat dari reaksi yang muncul dari masyarakat awam yang kurang literasi digital ketika capres pilihan mendapat serangan dari kampanye tersebut.

Mengadapi fenomena maraknya kampanye hitam di media sosial, narasumber Ahmad Khairi mengatakan "kampanye seperti itu bisa jadi bahan pertimbangan untuk memilih pemimpin dengan catatan apa yang dikampanyekan dapat dibuktikan, calon pemimpin yang banyak melakukan kampanye hitam berpeluang tidak dipilih jika tidak bisa membuktikan". Artinya, Kampanye Hitam yang dilakukan oleh pendukung salah satu Capres, akan meninggalkan kesan buruk di dalam pikiran rakyat tentang calon pemimpin bangsa sebelum mereka menentukan pilihan. Kebebasan dalam menyampaikan materi kampanye yang terkesan kebablasan juga berpotensi menyulut kebencian, baik terhadap Capres maupun pendukung Capres. Situasi inilah yang membuat Kampanye Hitam harus dikontrol untuk menyelamatkan seluruh komponen bangsa ini dari sentimen-sentimen negatif Pilpres.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada seorang narasumber yang bernama Muhammad Nafis, beliau mengatakan "kegiatan seperti itu bisa merusak sebuah negara, dikarenakan dengan adanya seorang

yang mau mempertahankan sebuah reputasi agar tidak tergantikan oleh orang lain dengan cara yang tidak dibenarkan. Saya tidak akan langsung mempercayai informasi tersebut selagi tidak ada bukti yang jelas”. Hal ini sejalan seperti yang dikemukakan oleh pengamat politik Kunto Adi Wibowo yang mengatakan bahwa etika dalam berpolitik harus tetap terjaga, yaitu dengan cara tidak menggunakan Kampanye Hitam untuk menjatuhkan lawan politiknya. Karena Kunto berpandangan bahwa Kampanye Hitam sangat tidak sesuai dengan semangat demokrasi. Karena Kampanye Hitam akan merusak kemampuan pemilih untuk bisa melihat isu penting yang sebenarnya, dan lebih fokus terhadap isu-isu yang sebenarnya hanya diciptakan sementara untuk mengganggu reputasi seseorang.

Indonesia merupakan negara yang berorientasi pada sistem demokrasi. Maraknya Kampanye Hitam tidak bisa dihindari menjelang pemilihan umum di Indonesia. Munculnya *Black Campaign* menjadi cerminan bobroknya moral masyarakat Indonesia saat ini. Tidak dapat dipungkiri bahwa Kampanye Hitam berdampak sangat buruk bagi pendidikan politik masyarakat Indonesia. Fenomena yang terjadi adalah partisipasi SARA dalam Politik. Dimana kita tahu bahwa Indonesia memiliki pluralisme, kita tidak hanya memiliki satu agama, budaya, dan suku. Isu agama mungkin sudah tidak asing lagi di telinga masyarakat jelang Pilpres 2019, yang memunculkan beberapa pandangan dan anggapan bahwa itu adalah bentuk politisasi agama, perwujudan nilai-nilai agama dalam politik, dan opini sistem pemerintahan khilafah di Indonesia.

Perbedaan pendapat harus selalu ada di tengah masyarakat yang majemuk. Perbedaan dan keragaman yang ada di Indonesia dapat menimbulkan konflik dan perpecahan jika tidak disikapi dengan bijak. Sebaliknya, pluralitas dapat menjadi perekat dalam masyarakat jika mampu dikelola dengan baik tanpa keseragaman.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada seorang narasumber yang bernama Muhammad Rizki, beliau mengatakan “kampanye hitam itu bisa sangat berpengaruh jika yang menerima info tersebut tidak menyaring apakah itu fakta atau fitnah belaka, karena hal tersebut berpotensi menyudutkan dan menjatuhkan lawan politik dengan cara kotor, saya tidak setuju dengan hal tersebut. Untuk hal semacam itu tidak akan mempengaruhi pilihan saya, soalnya saya tidak fanatik dan cenderung apatis serta tidak gampang terpengaruh dengan hal semacam itu”.

Kampanye Hitam dianggap sebagai salah satu strategi yang jitu untuk menjatuhkan pihak lawan, serta tidak membutuhkan dana yang besar untuk menyebarkannya di Media Sosial, sehingga Kampanye Hitam sangat mudah untuk dilakukan. Orientasi semata-mata hanya untuk kekuasaan, sehingga berbagai cara dilakukan agar tujuannya yaitu terpilih dalam pemilu tercapai.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada seorang narasumber yang bernama Muhammad Afif, beliau mengatakan

“masyarakat yang belum bisa menyaring info dari sosial media, takutnya asal terima info, dan ujung-ujungnya masyarakat yang berbeda pilihannya akan ribut, itu kita sendiri yang rugi, tinggal kita yang harus menyaring dan menelaah informasi tersebut benar apa tidak”.

Menurut Titi Anggraini selaku Direktur Eksekutif Perkumpulan untuk Pemilu dan Demokrasi (Perludem) mengatakan bahwa “pengawas dan semua pihak tidak boleh abai, karena dampak dari kampanye jahat sangat merusak masyarakat kita, memecah belah dan bisa menyesatkan pemilih. membangun kesadaran masyarakat terkait Kampanye Hitam tentu jauh lebih penting, ketimbang memberikan hukuman bagi pelaku, karena efek dari Kampanye Hitam tidak bersifat temporal”.²¹

Membangun kesadaran masyarakat jauh lebih penting, sebagai benteng untuk mencegah penyebaran bahaya dan dampak buruk Kampanye Hitam yang mengandung fitnah dan potensi politisasi Sara yang bisa membuat hegemoni politik identitas yang memecah belah masyarakat.

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan, Pengetahuan dan kecakapan Kaum Millennial di Desa Tumbukan Banyu untuk menggunakan media digital, alat-alat komunikasi, dan mengevaluasi informasi, sudah bisa dikatakan sehat dan bijak. Dari jejak pendapat ini, terungkap bahwa pengaruh dari Kampanye Hitam terhadap Kaum Millennial di Desa Tumbukan Banyu relatif kecil, semua narasumber tidak langsung percaya

²¹ <https://m.mediaindonesia.com/politik-dan-hukum/33707/masyarakat-harus-sadar-bahaya-kampanye-hitam>

jika kampanye seperti itu tidak disertakan bukti dan data yang valid, bahkan ada yang bersifat apatis terhadap hal tersebut.