

Navigasi Etika Pemilih Pemula: Media Sosial dan Pemilu 2024Giban Prawidad Zaki¹⁾, Salma Noorfitria Ningrum²⁾, Siti Qinaya Alizza³⁾

1. Public Administration, Faculty of Administrative Sciences, Universitas Indonesia, Prof. DR. Selo Soemardjan Road, Depok, 16424, Indonesia
2. Public Administration, Faculty of Administrative Sciences, Universitas Indonesia, Prof. DR. Selo Soemardjan Road, Depok, 16424, Indonesia
3. Public Administration, Faculty of Administrative Sciences, Universitas Indonesia, Prof. DR. Selo Soemardjan Road, Depok, 16424, Indonesia

Correspondence

Email: qinayaalizza02@gmail.com

No. Telp:

Submitted: 28 November 2023

Accepted: 7 December 2023

Published: 8 December 2023

ABSTRACT

Menjelang Pemilihan Umum Presiden tahun 2024, isu-isu politik semakin masif untuk dibicarakan di manapun dan kapanpun. Media sosial yang telah menjadi bagian utama dalam aktivitas sehari-hari berdampak dengan fenomena ini. Disaat yang sama, pemilih pemula berusia muda yang menjadi mayoritas dengan komposisi jumlah pemilih terbanyak dalam memberikan hak pilih di Pemilu 2024 serta termasuk pengguna tertinggi media sosial juga terdampak oleh derasnya pertukaran arus informasi politik yang terdapat di media sosial. Calon atau partai politik yang bersangkutan melihat kesempatan tersebut untuk melakukan berbagai usaha dalam mendapatkan suara dan dukungan dari pemilih pemula, salah satunya adalah dengan cara melakukan kampanye melalui media sosial. Esai ini akan mengeksplorasi lebih dalam tentang bagaimana pemilih pemula menanggapi isu tentang Pemilu 2024 di media sosial dari sudut pandang etika dengan metode penelitian kualitatif dan teknik pengumpulan data sekunder. Hasilnya, etika pemilih pemula dapat terlihat dari setiap segi pengkajian terhadap etika normatif, baik dalam *deontology*, *consequentialism*, maupun *virtue ethics* melalui interaksi mereka di sosial media pada berbagai kesempatan terkait kontestasi Pemilu 2024.

Kata kunci: etika; pemilih pemula; Pemilu 2024; media sosial

Pendahuluan

Kontestasi politik menjadi peristiwa penting bagi masyarakat pada setiap periode pemilihan umum. Pemilihan umum, terutama dalam lingkup pusat, menjadi isu yang ramai diperbincangkan oleh masyarakat Indonesia karena dapat memberikan dampak bagi keberlangsungan kehidupan sosial masyarakat dan menyangkut semua aspek kehidupan melalui tokoh pemimpin yang diyakini sebagai pilihan bagi setiap individu untuk menghadirkan perubahan. Proses pemilihan umum tidak hanya diikuti oleh kelompok usia tua sebagai penentu pilihan, tetapi terus mengalami perkembangan seiring dengan perkembangan jumlah penduduk di Indonesia. Perubahan komposisi pemilih ini juga terjadi dalam pemilihan umum tahun 2024 yang diprediksi akan banyak dipenuhi oleh pemilih pemula berusia muda dengan peningkatan persentase mereka sebanyak 60 persen dari keseluruhan pemilih (CSIS, 2022). KPU menyebutkan bahwa sejauh ini terdapat lebih dari 400 ribu orang pemilih pemula berusia muda yang telah terdaftar dari tahun lalu untuk pemilihan umum yang akan dilaksanakan pada tahun depan. Hal tersebut menunjukkan betapa besar signifikansi yang dapat mereka keluarkan dalam berpartisipasi secara politik untuk menentukan masa depan Indonesia.

Lebih lanjut, data publikasi Badan Pusat Statistik tahun 2022 tentang jumlah usia mayoritas pengguna media sosial di Indonesia menunjukkan bahwa pengguna nomor satu media sosial adalah pemuda dengan usia 25 tahun keatas dengan persentase 56,3%, disusul oleh kelompok usia dibawah 24 tahun sebagai calon pemilih pemula di dalam pemilihan umum

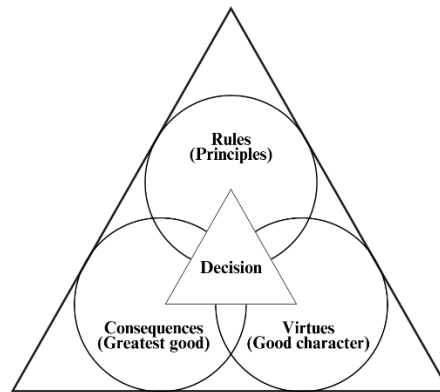
tahun 2024 dengan total persentase sebanyak 14,69%. Data ini menunjukkan pemilih pemula pada rentang usia dibawah 24 tahun memiliki aktivitas bermedia sosial yang tinggi. Media sosial memiliki peran utama bagi mereka di mana mereka menjadikan aktivitas bermedia sosial mereka sebagai salah satu bagian dari aktivitas harian. Media sosial dapat secara langsung memberikan dampak sosial bagi mereka. Sama halnya seperti perubahan teknologi pesan melalui surat pesan tertulis menjadi surat elektronik, media sosial menawarkan perubahan baru untuk cara bertukar informasi dan berinteraksi.

Sayangnya, pada masa menjelang kontestasi politik, proses pertukaran informasi dan interaksi di media sosial seringkali mendapati tumpangan untuk beberapa kepentingan pihak tertentu di bidang politik. Keberadaan media sosial dinilai menjadi wadah yang sangat potensial untuk dimanfaatkan para calon atau partai politik dalam upaya memenangkan sebuah pemilihan umum. Banyak politisi dan partai politik berkeinginan untuk membangun citra yang baik melalui media sosial karena dinilai sangat mudah dan mampu memberikan *feedback* yang baik untuk mendapatkan suara dan dukungan dari pemilih pemula. Tersebarinya informasi politik yang tidak sesuai dengan kebenaran yang terjadi juga akan menimbulkan kegaduhan dalam bermedia sosial yang justru dapat menimbulkan perpecahan bagi masyarakat, tidak terkecuali pemilih pemula.

Setiap dari pemilih pemula yang merasakan kompleksitas tersebut dapat memiliki beragam pandangan terhadap arus pertukaran informasi politik yang terjadi di media sosial. Pertukaran informasi politik yang dilatarbelakangi oleh kepentingan tertentu dapat mengarahkan pandangan mereka pada keraguan dan kebimbangan dalam menanggapi arus pertukaran informasi politik di media sosial. Hal tersebut dapat menentukan perilaku yang akan mereka lakukan dalam berkomunikasi di media sosial terkait Pemilu 2024. Perilaku mereka juga sangat berkaitan dan dipengaruhi dengan etika yang diyakini oleh masing-masing pemilih pemula. Oleh karena itu, dibutuhkan kajian untuk mengetahui secara mendalam etika yang dimiliki oleh pemilih pemula sebagai pemilih dengan jumlah terbanyak dalam menanggapi pertukaran informasi politik di media sosial menuju Pemilu 2024.

Etika

Pada dasarnya, kata etika berasal dari bahasa Yunani, yaitu *ethos* yang memiliki arti ‘karakter moral’ dan merujuk pada praktik atau perilaku profesional individu. Istilah ini erat kaitannya dengan makna kestabilan sehingga mampu dijadikan standar perilaku yang mutlak. Etika mampu menciptakan landasan moral yang bersifat universal serta tidak dapat berubah sewaktu-waktu. Maka dari itu, etika dapat diartikan sebagai suatu standar perilaku yang tetap, tidak terpengaruh oleh perubahan, serta menjadi patokan mutlak yang memandu tindakan individu (Dutelle & Taylor, 2018). Salah satu cabang kajian etika yang diperkenalkan oleh para ahli adalah etika normatif. Cabang kajian etika ini mengedepankan pada standar penilaian atas benar atau salahnya suatu tindakan yang dilakukan oleh individu tersebut. Etika normatif memiliki tiga sudut pandang berbeda, salah satunya adalah *deontology* yang meyakini bahwa keputusan etis seseorang harus mempertimbangkan hak dan kewajiban individu lain serta sesuai dengan peraturan yang ada. Selain *deontology*, etika normatif juga memperkenalkan sudut pandang *consequentialism* yang dalam pengambilan keputusannya menitikberatkan kepada konsekuensi atas tindakan individu tersebut, baik kepada dirinya sendiri atau kepada orang lain. Terakhir, etika normatif juga memperkenalkan sudut pandang *virtue ethics* yang menekankan pada karakter kebajikan individu dalam situasi tertentu. Ketiga sudut pandang tersebut menjadi bagian dari pertimbangan individu untuk menentukan sebuah keputusan. Hal tersebut dapat dilihat dari bagan *The Ethical Triangle* di bawah ini:



Gambar 1. *The Ethical Triangle*
 Sumber: *Dokumen Pribadi, 2023.*

Pemilih Pemula dan Pemilihan Umum

Secara konstitusi, yakni Peraturan Komisi Pemilihan Umum No.7 Tahun 2022, pemilih pemula adalah orang-orang yang dikategorikan baru memiliki hak pilih untuk dapat pertama kali menyumbangkan suaranya pada pemilihan umum sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Sedangkan, pemilihan umum adalah lambang sekaligus tolak ukur dari demokrasi, dimana didalamnya terdapat mekanisme sirkulasi dan pergantian kekuasaan yang didasari oleh pilihan masyarakat. Pemilihan umum dapat menjadi sarana bagi bangsa dan negara untuk menjalankan proses demokrasi secara adil (Effendi dalam Rahma, 2022: 67). Dalam rangka menuju proses pemilihan umum presiden, walaupun pemilih pemula belum ada pengalaman memilih, mereka memiliki keuntungan untuk kemudahan akses yang lebih luas terhadap informasi-informasi pasangan calon presiden serta wakil presiden yang maju dan isu-isu spesifik yang pasangan calon tersebut bawaikan di media sosial dengan cara yang bervariasi dibandingkan dengan pemilih lainnya (Pusat Edukasi Antikorupsi, 2023).

Media Sosial

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (dalam Carr & Hayes, 2015), media sosial merupakan sebuah kelompok aplikasi berbasis jaringan internet yang terbangun di atas dasar ideologi dan teknologi serta memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*. Bersamaan teknologi yang semakin berkembang menggiring perubahan dalam masyarakat tentang penyampaian dan pertukaran informasi, media sosial sebagai salah satu wujud dari Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) hadir dengan memberikan perubahan pola perilaku masyarakat dalam menghadapi perubahan di semua tatanan masyarakat, baik dari segi budaya, norma, dan etika. Setiap pengguna media sosial memiliki etika yang beragam. Perubahan yang dibawa oleh media sosial telah turut serta mempengaruhi aspek sosial dalam kehidupan masyarakat. Hubungan sosial (*social relationship*) antar pribadi yang bergeser telah memberikan perubahan pada tatanan di dalam masyarakat. Etika dari perilaku bermedia sosial dapat mempengaruhi dan memberikan dampak yang nyata bagi dinamika masyarakat secara langsung. Media sosial sebagai *public sphere* memungkinkan setiap orang dari masyarakat untuk dapat menggunakan dan berpartisipasi dengan memberikan beragam kontribusi dalam bentuk *feedback* secara terbuka, memberikan komentar, dan melakukan pertukaran informasi yang cepat dan tidak terbatas. Dengan begitu, media sosial memiliki peran penting dalam mewujudkan proses demokrasi bagi penggunanya. Demokrasi dalam media sosial dapat terwujud apabila di dalamnya terdapat penghargaan dan jaminan bahwa semua orang boleh

menyuarakan pendapatnya secara setara, karena demokrasi memiliki prinsip yang menunjukkan setiap dari mereka memiliki hak untuk berpartisipasi penuh dalam berpendapat.

Metode Penelitian

Artikel ini menggunakan pendekatan penelitian dengan metode kualitatif untuk berfokus pada konstruksi pemikiran tentang analisis etika perilaku dan interaksi pemilih pemula dalam penggunaan media sosial terhadap pemilihan umum presiden tahun 2024 di Indonesia. Data yang diamati dan ditelaah pada esai ini diambil melalui teknik pengumpulan data sekunder dengan studi kepustakaan dari hasil-hasil teoritis penelitian saintis sosial. Observasi secara empirik dipakai untuk menelaah pemilih pemula berusia muda sebagai sasaran dan korelasinya dengan etika mereka dalam menggunakan media sosial terhadap Pemilu 2024. Dari observasi tersebut nantinya akan dapat ditarik kesimpulan mengenai bagaimana etika pemilih pemula di media sosial yang bersangkutan dengan Pemilu 2024.

Hasil dan Pembahasan

Perkembangan teknologi khususnya melalui media sosial, telah mengubah lanskap pertukaran informasi bagi masyarakat Indonesia. Seiring perkembangan zaman, media sosial kerap dianggap sebagai 'barang primer' dalam aktivitas sehari-hari masyarakat Indonesia. Kehadiran media sosial mampu menambah wadah penampung pendapat bagi masyarakat untuk menyampaikan pendapat khususnya mengenai isu politik yang akhir-akhir ini menjadi fokus perbincangan yang semakin marak. Forum berkampanye di media sosial menjadi sarana efektif bagi politisi untuk menyebarkan visi, misi, dan program-program calon-calon tertentu. Hal ini tentu mengindikasikan adanya keuntungan bagi para politisi dalam menyosialisasikan calon yang mereka jadikan kandidat dalam kontestasi politik. Keuntungan juga dapat dilihat dari kemudahan tersampainya substansi pesan politik kepada seluruh pengguna media sosial tanpa memikirkan batasan-batasan tertentu (Saputra dan Erowati, 2021). Meskipun memberikan keuntungan dalam menyosialisasikan calon, pertumbuhan media sosial dapat menemui masalah dalam bentuk pembelokan informasi politik.

Informasi politik menjadi topik krusial yang sering kali mengalami distorsi dalam media sosial dengan keterbukaan informasi yang semakin meningkat. Hal ini juga sejalan dengan dinamika informasi politik yang cepat sehingga dapat menimbulkan konsepsi yang salah terhadap penyebaran informasi politik. Media sosial memiliki pengaruh yang besar dalam untuk berkomunikasi di dalam kontestasi politik, dengan fleksibilitas untuk mendiskusikan politik dimana saja dan kapan saja. Menurut Fitch (dalam Anshari, 2013:94) media sosial menjadi rimba raya dan sebuah medium yang praktis karena tidak ada peraturan di dalamnya. Selaras dengan urgensi media sosial sebagai arus pertukaran informasi politik, penerapan regulasi terkait media sosial sebagai sarana penyebaran informasi politik menjadi fokus bagi Pemerintah Indonesia untuk segera ditanggapi.

Penyebaran informasi politik sendiri di media sosial telah membawa berbagai dampak yang serius. Pertama, penyebaran informasi politik dapat menggiring terjadinya berita bohong dan *hate speech* dalam interaksi media sosial. Informasi politik yang terjadi belum tentu merupakan informasi yang sebenarnya terjadi, melainkan merupakan bentuk rekayasa pihak berkepentingan untuk menciptakan konsepsi pemahaman baru bagi masyarakat terkait suatu isu. Kedua, media sosial memungkinkan terjadinya proses moderasi atau modifikasi informasi politik ketika penyebaran informasi terjadi melalui media sosial. Media sosial tidak bisa menjamin terjadinya integritas informasi politik. Ketika sebuah informasi telah tersampaikan kepada publik secara daring, maka informasi tersebut telah menjadi konsumsi publik dan bebas

untuk dimodifikasi dan dimoderasi oleh siapa pun (Gurevitch dalam Anshari, 2013: 95). Ketiga, regulasi di dalam media sosial sebagai penyelenggara aplikasi elektronik akan berbeda dengan peraturan yang ada di setiap negara. Negara asal media sosial yang mengizinkan penyebaran informasi secara bebas akan berbenturan dengan peraturan negara tujuan pengguna media sosial yang berusaha membatasi informasi politik beraliansi negatif yang cenderung akan mengancam keutuhan negaranya. Konflik regulasi ini perlu menjadi perhatian karena aturan yang mengatur tentang penyebaran informasi politik di media sosial masih belum memadai didasarkan kepada perubahan ekosistem media sosial yang masif.

Proses penyebaran informasi politik yang terjadi menjelang pemilihan umum masih ditunggangi dengan berbagai kepentingan. Penyebaran informasi politik di media sosial memang dapat meningkatkan elektabilitas calon dan partai politik. Penyebaran informasi politik sebagai media kampanye calon dapat menjadi alternatif kampanye yang menguntungkan dibandingkan proses kampanye dengan cara lama. Berbagai kelas masyarakat yang dapat terjangkau melalui media sosial telah mendorong peningkatan dukungan bagi tokoh politik tanpa memerlukan modal yang besar. Tidak hanya meningkatkan elektabilitas calon, ketidakpastian perubahan dinamis dalam platform tersebut juga dapat menurunkan elektabilitas calon. Maka dari itu, media sosial tidak selalu berdampak positif terhadap penyebaran informasi politik, terutama di tengah kelompok pemilih pemula usia muda.

Kelompok pemilih pemula usia muda seringkali menjadi target kampanye politik dalam media sosial, didorong oleh kurangnya pengalaman mereka disertai dengan pandangan politik yang masih berubah-ubah. Keterlibatan kalangan pemilih pemula dalam kontestasi politik juga dapat dipengaruhi oleh kecepatan arus informasi dalam media sosial yang dapat mengubah opini mereka sewaktu-waktu. Seiring dengan perkembangan berita yang ada, lalu berkembang menjadi sebuah isu publik, para pemilih pemula ini akan menjadikan isu tersebut sebagai pertimbangan mereka dalam menentukan pilihannya. Sejalan dengan penelitian terdahulu, para peneliti meyakini bahwa peran media sosial sangat signifikan dalam memengaruhi perilaku pemilih pemula (Yusran & Sapar, 2022). Hal ini juga sejalan dengan banyaknya pemilih pemula yang mengakses media sosial untuk melacak perkembangan isu politik di Indonesia. Mereka dapat menghabiskan waktu di media sosial secara rata-rata 7 jam per hari (We Are Social, 2022). Semakin mereka aktif dengan media sosial baik itu dalam menerima paparan maupun berinteraksi pada perkembangan isu politik, tingkat partisipasi politik mereka semakin tinggi pula (Bawaslu, 2022).

Media sosial dijadikan sarana komunikasi bagi aktor politik untuk menyisipkan pesan-pesan tertentu kepada mereka. Komunikasi politik sebenarnya dapat dikatakan ideal apabila dilakukan dengan pemasaran politik yang baik, seperti dalam hal kampanye, sosialisasi, bahkan pertemuan atau diskusi tertentu (Dwitama et al., 2022). Namun, dalam era digital seperti saat ini, kehadiran publik figur atau yang biasa disebut sebagai *influencer* dapat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembuatan opini publik. Para *influencer* memiliki jumlah pengikut yang banyak disertai dengan loyalitas dukungan yang kuat terhadap dirinya. Bahkan, para *influencer* ini memiliki kapasitas khusus dalam menyampaikan pendapat mereka atau dapat dikatakan sebagai *opinion maker*. Banyak yang meyakini bahwa sosok *influencer* ini mampu memengaruhi keputusan pemilih pemula dalam menentukan pilihannya karena kemampuan para *influencer* dalam mengangkat isu politik di media sosialnya. Hal ini didukung oleh reputasi atau kepribadian *influencer* tersebut yang cenderung menarik dan ahli di bidang tertentu sehingga mampu meningkatkan kepercayaan pengguna media sosial akan pendapatnya terhadap calon tertentu (Alvin, 2023).

Kerawanan yang berpusat pada pemilih pemula disertai dengan luasnya sarana pemilih pemula untuk mencari informasi calon, membuat mereka cenderung mengalami perubahan sikap dan preferensi sampai hari pemilihan umum dilaksanakan. Hal ini akan diiringi dengan kemampuan para calon untuk menggaet suara dari para pemilih pemula yang menduduki hampir setengah dari jumlah masyarakat Indonesia yang akan mengikuti pemilihan. Tantangan baru yang akan muncul bagi pemilih pemula adalah munculnya polarisasi politik akibat perbedaan pilihan. Polarisasi dapat mengakibatkan perpecahan karena kecenderungan terhadap satu calon hingga menyebarkan kebencian kepada calon lainnya (BBC Indonesia, 2023). Tantangan ini merupakan suatu momok yang terjadi akibat dampak dari adanya interaksi yang kuat antara para pemilih pemula yang berbeda pendapat, sehingga dapat menjadi bombardir bagi para pemilih pemula dan menyebabkan perpecahan bagi bangsa Indonesia. Adanya kemampuan untuk membaca, menganalisis, dan membangun wawasan kebangsaan serta membangun *digital culture* yang cukup dalam lingkup media sosial menjadi sangat diperlukan oleh pemilih pemula, khususnya dalam membahas persoalan kontestasi pemilu yang akan datang. Para pemilih pemula juga diharapkan dapat memberikan sikap yang aktif untuk mengedukasi orang-orang sekitar agar terhindar dari disinformasi atau ujaran kebencian yang ditujukan kepada calon tertentu. Hal ini merupakan salah satu langkah konkret yang dapat para pemilih pemula lakukan dalam membangun kesadaran beretika sebagai seorang pemilih dalam kontestasi Pemilu 2024.

Pada kenyataannya, etika pemilih pemula dapat tercermin dari bagaimana mereka menggunakan media sosial terkait Pemilu 2024 sesuai dengan pola perilaku dan interaksinya. Pemilih pemula berusia muda dengan kelahiran rata-rata di tahun 2000-an adalah generasi dominan yang menjadi kunci di era digital. Mereka juga merupakan generasi yang suaranya menjadi kunci dalam kontestasi mendatang (KPU, 2023). Dengan antusiasme dan motivasi yang tinggi dalam menyambut Pemilu 2024, mereka dapat bertindak sesuai dengan keinginan dan preferensi mereka. Setiap tindakan mereka secara etik tetap harus berpegang kepada prinsip apabila perilaku yang dilakukan tidak merugikan hak individu lainnya. Tindakan pemilih pemula dalam bermedia sosial yang kaitannya dengan ekosistem politik dapat dihubungkan secara menyeluruh untuk melihat benar dan salahnya dengan prinsip etika normatif di Indonesia.

Dari segi *deontology*, etika *contractarianism* menekankan pada prinsip kepentingan pribadi setiap individu dan bagaimana usaha individu tersebut untuk mengelola kepentingannya dengan mengikuti moral dan tatanan nilai yang ada. Mendekati waktu pemilihan, mudah sekali menemukan individu yang tidak arif dalam bermedia sosial dengan mengedepankan kepentingan pribadi dan golongannya untuk menyebarkan informasi politik berupa berita bohong yang dapat merugikan hak individu lainnya. Untungnya, berdasarkan temuan Evita et al. (2023) kepada pemilih pemula di Indonesia, sebagian besar pemilih pemula ketika mendapatkan informasi politik dari media sosial akan mengkonfirmasi kembali kebenaran informasi pada situs pencarian, serta menuju situs selanjutnya untuk menindaklanjuti dari situs pencarian yang mengarahkan kepada beberapa situs. Konfirmasi dan penindaklanjutan mereka menunjukkan bahwa mereka secara pribadi telah berprinsip moral untuk mengonsumsi berita yang benar dan berusaha untuk mencari kebenaran tersebut sesuai aturan yang berlaku. Mereka juga berpegang teguh pada etika *natural rights*, dimana mereka menghormati hak-hak dari mereka dan calon dengan tidak langsung percaya informasi yang beredar. Mereka dapat melakukan hal tersebut dengan berpikir secara rasional, yang masuk kedalam akar dari moralitas sesuai etika *categorical imperative*.

Di sisi lain, berita bohong terkait isu-isu politik kini memiliki banyak variasi, dengan tidak secara terang-terangan menunjukkan dampak yang dapat dirasakan oleh pemilih pemula. Mengingat Pemilu 2024 merupakan sebuah agenda nasional, variasi berita bohong tersebut tersedia lebih masif di media sosial dan menjadi bahasan utama sehari-hari dengan beragam topik kontestasi terhangat dari ketiga pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden, yakni nomor urut 1 dengan Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar, nomor urut 2 dengan Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming, dan nomor urut 3 dengan Ganjar Pranowo-Mahfud MD. Salah satu contoh dari variasi berita bohong yang masih dianggap tidak membahayakan pemilih pemula adalah adanya *deepfake*. *Deepfake* dipersepsikan menjadi hiburan yang menayangkan video parodi yang diedit dengan wajah calon-calon tertentu, seolah mereka bernyanyi, berpidato, atau melakukan hal lainnya (Rochman, 2023). Apabila dikaitkan dari segi *consequentialism*, *deepfake* secara tidak sadar dapat menipu pemilih pemula dengan keterampilan cakap secara digital yang mengambil keputusan untuk menonton video tersebut tanpa memahami konsekuensinya. Dirinya menjadi dapat dirugikan dengan mempercayai *deepfake*. Menurut Wakil Menteri Kementerian Informasi dan Informatika, Nezar Patria (2023), tidak sedikit individu intelektual di Indonesia yang telah menjadi korban dari misinformasi akibat *deepfake* yang dibuat dengan mulus menggunakan teknologi *Artificial Intelligence* (AI).

Ditambah lagi, ketika terjadi misinformasi yang melibatkan atau menyinggung calon tertentu, pendukung calon tersebut dapat menjadi sangat reaktif. Dukungan yang diberikan terhadap masing-masing calon telah menyentuh ranah afektif dari masyarakat Indonesia secara luas, termasuk pemilih pemula di media sosial (KPU, 2023). Pandangan yang berbeda dari pendukung dapat memicu konflik antar pendukung calon satu dengan calon yang lainnya, misalnya pendukung calon pertama cenderung mengucapkan ujaran kebencian kepada calon kedua dan ketiga serta sebaliknya. Tren yang berlaku juga mengajarkan mereka untuk berdemokrasi secara tidak sehat dengan menyembunyikan identitas sebenarnya saat menggunakan media sosial dalam berinteraksi. Mereka semakin tidak merasa khawatir ketika menuliskan apapun di media sosial karena tidak ada yang mengetahui siapa dibalik akun mereka. Hal ini kemudian memperlihatkan tidak sinkronnya tindakan dengan *virtue ethics* yang menilik posisi diri sebagai individu untuk bertindak bijak dan berbudi luhur.

Kesimpulan

Kendati demikian, tidak semua etika pemilih pemula di Indonesia dapat digeneralisasikan. Pemilih pemula masih memiliki potensi besar untuk memberikan kontribusi yang bermakna dalam kontestasi politik di tahun 2024. Tingginya partisipasi dan dukungan yang diberikan di media sosial tentunya tidak lepas dari cepatnya penyebaran arus informasi politik diiringi dengan kuatnya pengaruh yang datang dari berbagai pihak, seperti dari *influencer* yang berperan sebagai *opinion maker* publik. Para pemilih pemula tetap harus menghadapi tantangan terbesar mereka, yaitu mempertahankan etika yang baik dalam penggunaan media sosial mereka khususnya dalam menanggapi isu terkait Pemilu 2024. Meskipun, ketika dihadapkan oleh banyak tantangan, terdapat temuan yang menunjukkan bahwa sebagian besar pemilih pemula cenderung mengonfirmasi terlebih dahulu kebenaran dari berita yang beredar dengan rasionalitas mereka sesuai etika normatif segi *deontology*. Tak hanya berhenti di sana, para pemilih pemula juga harus berhadapan dengan banyaknya variasi berita bohong yang membuat mereka merasakan dampak dari konsekuensinya apabila tidak berhati-hati menurut segi *consequentialism* serta konflik yang dapat ditimbulkan antar

pendukung calon untuk menguji segi *virtue ethics* mereka. Penting bagi mereka untuk terus memahami dominasi peran generasi muda pada kontestasi Pemilu 2024 serta tetap mengedepankan prinsip etika normatif di Indonesia dalam menyokong keberlanjutan demokrasi.

Ada beberapa langkah konkret yang dapat dilakukan pemerintah beserta para pemilih pemula dalam mengatasi tantangan penyebaran informasi politik di Indonesia. Hal pertama yang perlu dilakukan pemerintah adalah menerapkan regulasi ketat mengenai penyebaran informasi politik di kanal media sosial. Hal ini perlu dilakukan untuk memberikan kepastian akan keberlangsungan kampanye positif serta memastikan bahwa informasi yang disebarakan melalui media sosial tersebut merupakan informasi yang benar dan mampu mematuhi etika demokrasi. Selain pemerintah, diperlukan peran *influencer* untuk mampu memahami tanggung jawab mereka dalam membentuk opini publik dengan fokus kepada informasi yang akurat dan tidak sembarangan dalam menyebarkan informasi publik. Seluruh pemilih pemula juga diharapkan untuk meningkatkan kesadaran bermedia sosial, khususnya untuk menanggapi isu kontestasi Pemilu 2024. Mereka dapat konsisten dalam membangun kemampuan literasi digitalnya serta mampu berpikir kritis terhadap informasi yang tersebar. Selain itu, para pemilih pemula juga diharapkan mampu membangun budaya diskusi yang sehat agar bisa menghindari polarisasi politik serta saling mengedukasi satu sama lain agar terhindar dari berita bohong dan ujaran kebencian. Kolaborasi antara pemerintah dengan para pemilih pemula diyakini mampu membangun masyarakat yang beretika dan mampu mengedepankan demokrasi dalam rangka menyukseskan kontestasi Pemilu 2024 yang akan datang.

Referensi

- Alvin, S. (2023). *Pers Vs Influencer: Siapa Paling Berpengaruh di Pemilu 2024?* Halaman all. Kompas.com. <https://www.kompas.com/tren/read/2023/05/17/121530765/pers-vs-influencer-siapa-paling-berpengaruh-di-pemilu-2024?page=all>
- Anshari, F. (2013). Komunikasi Politik Di Era Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 91–101. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol8.iss1.art7>
- Bawaslu (2023). Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Memilih Partai Politik. Bawaslu.go.id. <https://journal.bawaslu.go.id/index.php/JBDKI/article/view/300/224>
- BBC Indonesia. (2023). *Pemilih muda, politik dinasti, dan potensi polarisasi - Hal-hal yang perlu Anda ketahui tentang Pemilu 2024.* BBC. <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-66531834>
- Citrayanti, S. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Memilih Pada Pemilih Muda Dalam Pilkada Tahun 2020 (Studi Kasus Pemilih Muda Mahasiswa Upn “Veteran” Jawa Timur Angkatan 2017). *Jurnal Ilmu Pemerintahan Widya Praja*, 47(2). <https://doi.org/10.33701/jipwp.v47i2.1840>
- Dutelle, A. W., & Taylor, R. S. (2018). *Ethics for the public service professional: Second edition.* CRC Press.
- Dwitama, M. I., Hakiki, F. A., Sulastri, E., & Gunanto, D. (2022). Media Sosial Dan Pengaruhnya Terhadap Partisipasi Politik Masyarakat Di Pilkada 2020 Tangerang Selatan. *Independen: Jurnal Politik Indonesia dan Global*, 3(1), 53-66.
- KPU (2023). Generasi Z Dalam Pemilu: Pola Bermedia Generasi Z Dalam Pencarian Informasi Politik. Kpu.go.id. <https://journal.kpu.go.id/index.php/TKP/article/view/1051/146>
- Saputra, N. A., & Erowati, D. (2021, April). Pengaruh Peran Kampanye Media Sosial terhadap Perilaku Pemilih Muda di Kota Semarang. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(3), 845-852. 10.34007/jehss.v3i3.413

- Rahmah, N. M. (2022). Review Buku Sebuah Pembelajaran Untuk Pemilu Yang Akan Datang Book Review a Lesson Learned for the Upcoming Election. *Jurnal Penelitian Politik*, 19(1).
- Rochman, F. (2023). Wamen Kominfo ingatkan bahaya “deepfake” sebarakan kekacauan informasi. Antara News; ANTARA. <https://www.antaraneews.com/berita/3856590/wamenkominfo-ingatkan-bahaya-deepfake-sebarkan-kekacauan-informasi>
- Yusran, I. I., & Sapar. (2022). Pengaruh Media Sosial Dan Perilaku Pemilih Dalam Memprediksi Partisipasi Pemilih Pada Pemilu 2024 (Studi Di Kecamatan Mappedeceng Kab. Luwu Utara). *Jurnal Darma Agung*, 30(2), 187-203.