

BAB 4

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

4.1.1. Komisi Pemilihan Umum Daerah Provinsi DKI Jakarta

Dalam Pasal 10 Undang-undang Nomor 3 Tahun 1999 tentang Pemilihan Umum dan Pasal 2 Keputusan Presiden Nomor 16 Tahun 1999 tentang Pembentukan Komisi Pemilihan Umum dan Penetapan Organisasi dan Tata Kerja Sekretariat Umum Komisi Pemilihan Umum, dijelaskan bahwa untuk melaksanakan Pemilihan Umum.

Adapun visi dan misi dari Komisi Pemilihan Umum Provinsi DKI Jakarta yaitu:

Visi:

Menjadi penyelenggara Pemilu yang mandiri, profesional, dan berintegritas untuk terwujudnya Pemilu yang luber dan jurdil.

Misi:

1. Meningkatkan kualitas penyelenggaraan Pemilu yang efektif dan efisien, transparan, akuntabel, serta aksesibel;
2. Meningkatkan integritas, kemandirian, kompetensi sebagai upaya menciptakan profesionalisme penyelenggara Pemilu dengan mengukuhkan code of conduct penyelenggara Pemilu;
3. Menyusun regulasi di bidang Pemilu yang memberikan kepastian hukum, progresif, dan partisipatif;
4. Meningkatkan kualitas pelayanan Pemilu khususnya untuk seluruh pemangku kepentingan dan umumnya untuk seluruh masyarakat;
5. Meningkatkan partisipasi dan kualitas pemilih dalam Pemilu; melalui sosialisasi dan Pendidikan pemilih yang berkelanjutan;
6. Mengoptimalkan pemanfaatan kemajuan teknologi informasi dalam penyelenggaraan Pemilu (KPUD Provinsi DKI Jakarta, Visi Misi, 2021)

Keterkaitan KPUD Provinsi DKI Jakarta dengan ancaman perang kognitif pada penyelenggaraan pilkada di Indonesia yaitu dijadikannya penyelenggaraan pilkada di DKI Jakarta tahun 2017 sebagai suatu studi

kasus karena terjadinya fenomena perang kognitif. Pada penyelenggaraanya, KPUD Provinsi DKI Jakarta berkoordinasi dan bekerjasama dengan beberapa stakeholder terkait sebagai upaya penangkalan serangan terhadap opini publik di masa penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta 2017.

Komisi Pemilihan Umum Daerah Provinsi DKI Jakarta memiliki 6 anggota dan 1 ketua, dimana ketua KPUD DKI Jakarta merangkap sebagai anggota juga. Periode keanggotaan di KPUD dalam satu masa jabatan adalah selama 5 tahun dan dapat dipilih kembali sebanyak satu kali masa jabatan di periode selanjutnya di tingkatan yang sama. Adapun beberapa tugas pokok fungsi yang dibagi menjadi divisi dan coordinator wilayah dalam menjalankan wewenang dan kewajibannya yaitu:

1. Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih dan, Partisipasi Masyarakat
2. Divisi Perencanaan dan Logistik
3. Divisi Sumber Daya Manusia, Penelitian, dan Pengembangan
4. Divisi Keuangan, Umum, dan Rumah Tangga
5. Divisi Teknis Penyelenggaraan
6. Divisi Data dan Informasi
7. Divisi Hukum dan Pengawasan

KPUD Provinsi DKI Jakarta dibantu oleh Sekretariat KPU Provinsi dalam melaksanakan tugas, kewajiban dan wewenangnya. Peran dari Sekretariat KPU Provinsi yaitu sebagai pelaksana kebijakan dan unit pendukung teknis serta administrasi pelayanan KPU Provinsi. Pimpinan Sekretariat KPU Provinsi adalah sekretaris KPU Provinsi dan memiliki tanggung jawab secara fungsional kepada ketua KPU Provinsi dan secara administrasi kepada sekretaris jenderal KPU pusat.

4.1.2. Komisi I Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia

Dewan Perwakilan Rakyat terbagi menjadi 11 komisi di dalamnya, salah satunya adalah komisi 1 DPR RI yang menurut keputusan Rapat

Paripurna DPR RI yang dilaksanakan pada tanggal 29 Oktober 2019 memutuskan bahwa Komisi I DPR RI mempunyai tugas dan fungsi dalam bidang:

1. Pertahanan
2. Luar Negeri
3. Komunikasi dan Informatika
4. Intelijen

Adapun beberapa mitra kerja dari Komisi I DPR RI yang telah diatur dalam Keputusan Rapat Paripurna DPR RI periode anggota tahun 2019-2024 sebagai berikut:

1. Kementerian Pertahanan (Kemhan);
2. Kementerian Luar Negeri (Kemlu);
3. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo);
4. Panglima TNI/Mabas TNI AD, AL, dan AU;
5. Badan Intelijen Negara (BIN);
6. Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN);
7. Lembaga Ketahanan Nasional (Lemhannas);
8. Badan Keamanan Laut (Bakamla)
9. Dewan Ketahanan Nasional (Wantannas);
10. Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (LPP RRI);
11. Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia (LPP TVRI);
12. Dewan Pers;
13. Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat;
14. Komisi Informasi Pusat (KI Pusat);
15. Lembaga Sensor Film (LSF); dan
16. Perum LKBN Antara.

Komisi I DPR RI memiliki tugas dan fungsi yang sama seperti komisi lainnya. Terdapat 3 tugas pokok fungsi dari DPR RI sebagai berikut:):

1. Tugas Legislasi (Pembentukan undang-undang)

Dalam bidang pembentukan undang-undang, Komisi I DPR RI mempunyai tugas mengadakan persiapan, penyusunan, pembahasan, dan

penyempurnaan Rancangan Undang-Undang yang termasuk dalam ruang lingkup tugas Komisi I DPR RI. Untuk itu, Komisi I DPR RI dapat melaksanakan:

- a. Penyusunan (perumusan) RUU Usul Inisiatif DPR
- b. Pembahasan terhadap:
 1. RUU Usul Inisiatif Pemerintah
 2. RUU Usul Inisiatif DPR
 3. RUU Kumulatif Terbuka, yaitu Pengesahan Perjanjian Internasional (Ratifikasi) (Komisi I DPR RI, Tentang Komisi I, 2021)

Pada tugas legislasi ini, Komisi I DPR RI menghimpun partisipasi dari masyarakat agar dapat memberikan masukan terkait rancangan undang-undang yang sedang disusun dan dibahas oleh para anggota Komisi I DPR RI, baik dalam bentuk tulisan atau lisan yang kemudian disampaikan secara langsung dalam Rapat Dengar Pendapat Umum bersama Komisi I DPR RI. Selain itu Komisi I DPR RI juga meminta beberapa masukan dari para pakar, akademisi, dan pejabat pemerintah dalam merumuskan dan membahas rancangan undang-undang. Hal tersebut disampaikan melalui Rapat Dengar Pendapat Umum, Rapat Dengar Pendapat atau ketika dilaksanakan kunjungan kerja.

2. Tugas Budgeting (anggaran)

Dalam bidang anggaran, Komisi I DPR RI mempunyai tugas:

- a. Mengadakan pembicaraan pendahuluan mengenai penyusunan RAPBN yang meliputi Rencana Kerja Pemerintah (RKP) serta Rencana Kerja dan Anggaran Kementerian dan Lembaga (RKAKL) dalam ruang lingkup tugas Komisi I DPR RI dan usulan Anggota mengenai program pembangunan daerah pemilihan bersama dengan Pemerintah.
- b. Mengadakan pembahasan dan mengajukan usul penyempurnaan RAPBN serta mengusulkan perubahan RKAKL yang termasuk dalam ruang lingkup tugas Komisi I DPR RI dan usulan Anggota

mengenai program pembangunan daerah pemilihan bersama dengan Pemerintah.

- c. Membahas dan menetapkan alokasi anggaran untuk fungsi dan program Kementerian/Lembaga (KL) yang menjadi Mitra Kerja Komisi I DPR RI.
- d. Menyampaikan hasil pembicaraan pendahuluan RAPBN dan menyampaikan hasil pembahasan RAPBN, RKAKL, dan alokasi anggaran untuk fungsi dan program KL yang menjadi Mitra Kerja Komisi I DPR RI kepada Badan Anggaran untuk disinkronisasi
- e. Membahas dan menetapkan alokasi anggaran untuk fungsi dan program KL yang menjadi Mitra Kerja Komisi I DPR RI berdasarkan hasil sinkronisasi alokasi anggaran KL oleh Badan Anggaran
- f. Menyerahkan kembali kepada Badan Anggaran hasil pembahasan Komisi I DPR RI dengan Mitra Kerja Komisi I DPR RI untuk bahan akhir penetapan APBN
- g. Membahas dan menetapkan alokasi anggaran per program yang bersifat tahunan dan tahun jamak yang menjadi Mitra Komisi I DPR RI
- h. Mengadakan pembahasan laporan keuangan negara dan pelaksanaan APBN; dan
- i. Membahas dan menindaklanjuti hasil pemeriksaan BPK yang berkaitan dengan ruang lingkup tugas Komisi I DPR RI.

Keterkaitan Komisi I DPR RI dengan ancaman perang kognitif pada penyelenggaraan pilkada di Indonesia ini yaitu dari aspek pertahanan dan keamanan. Komisi I DPR RI merupakan Lembaga negara yang berwenang dalam merumuskan aturan-aturan terkait teknologi dan informasi publik yang dimana produk hukumnya adalah undang-undang ITE sebagai bentuk mengantisipasi ancaman di media sosial khususnya terkait informasi-informasi yang dapat mempengaruhi opini masyarakat dan mengancam pada pertahanan dan keamanan negara.

3. Tugas Pengawasan

DPR RI memiliki tugas pengawasan yang diantaranya adalah:

- a. Melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan UU, APBN dan kebijakan pemerintah
- b. Membahas dan menindaklanjuti hasil pengawasan yang disampaikan oleh DPD (terkait pelaksanaan UU mengenai otonomi daerah, pembentukan, pemekaran dan penggabungan daerah, pengelolaan SDA dan SDE lainnya, pelaksanaan APBN, pajak, pendidikan dan agama).

4.1.3. Komisi Informasi Provinsi DKI Jakarta

Komisi Informasi bertanggung jawab mengoordinasikan penyimpanan, pendokumentasian, penyediaan dan/atau pelayanan informasi di Badan Publik, yang dapat diakses oleh publik sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. KIP berfungsi menjalankan Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik dan peraturan Pelaksanaannya, menetapkan petunjuk teknis standar layanan Informasi Publik dan menyelesaikan Sengketa Informasi Publik melalui Mediasi dan/atau Ajudikasi nonlitigasi. Menerima, memeriksa, dan memutus permohonan penyelesaian Sengketa Informasi Publik melalui Mediasi dan/atau Ajudikasi nonlitigasi yang diajukan oleh setiap Pemohon Informasi Publik berdasarkan alasan sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini menetapkan kebijakan umum pelayanan Informasi Publik menetapkan petunjuk pelaksanaan dan petunjuk teknis. Di tingkat provinsi atau kabupaten, komisi informasi bertugas menerima, memeriksa, dan memutus Sengketa Informasi Publik di daerah melalui Mediasi dan/atau Ajudikasi nonlitigasi. Kewenangan Komisi Informasi provinsi meliputi kewenangan penyelesaian sengketa yang menyangkut Badan Publik tingkat provinsi yang bersangkutan. Kewenangan Komisi Informasi kabupaten/kota meliputi kewenangan penyelesaian sengketa yang menyangkut Badan Publik

tingkat kabupaten/kota yang bersangkutan (KIP DKI Jakarta, Tentang PPID, 2021).

Adapun visi dan misi dari Komisi Informasi Provinsi DKI Jakarta, yaitu:

Visi

Menjadi Lembaga Profesional, Mandiri, dan Berkeadilan dalam Mendorong Tata Kelola Pemerintahan Kota Jakarta yang Terbuka, Maju, dan Beradab.

Misi

Memperkuat, mengutamakan, memfasilitasi serta berperan aktif dalam melaksanakan keterbukaan informasi publik.

Misi Komisi Informasi sebagai berikut:

1. Memperkuat Organisasi agar tercipta sistem kerja organisasi yang kompak dan saling bekerjasama dengan dukungan sekretariat yang
2. Penguatan Kualitas Putusan Ajudikasi non-Litigasi dengan penyelesaian sengketa informasi publik di sesuai ketentuan UU KIP dan mendapatkan penguatan putusan dari PN/PTUN.
3. Meningkatnya kapasitas masyarakat yang aktif dalam melakukan akses, partisipasi, kontrol dan mendapatkan manfaat dari keterbukaan informasi publik.
4. Membangun dan memperkuat jaringan kerja sama dengan seluruh stakeholder, guna mewujudkan iklim keterbukaan informasi di Pemerintahan DKI Jakarta. (KIP DKI Jakarta, Visi-Misi, 2021)

Keterkaitan Komisi Informasi Provinsi DKI Jakarta dengan ancaman perang kognitif pada penyelenggaraan pilkada di Indonesia dengan studi kasus pilkada DKI Jakarta yaitu merupakan salah satu mitra dari KPU terkait informasi-informasi yang beredar di publik, khususnya pada penyelenggaraan pilkada di DKI Jakarta tahun 2017.

4.1.4. Perang Kognitif

Perang kognitif merupakan model perang yang modern. Secara umum, definisi dari kognitif itu sendiri adalah suatu proses atas perubahan dalam mempersepsi dan memahami suatu hal. target utama dalam

melancarkan perang kognitif ini adalah manusianya. Karakteristik perang kognitif yaitu dengan cara merekayasa pola pikir agar mempengaruhi fikiran dan tindakan dari target serangan, sehingga aggregator dapat menguasai pola pikirnya. Dalam beberapa kasus pemilu, perang kognitif ini dilakukan melalui penyebaran pesan politik yang dikemas menjadi suatu informasi dan isu publik. Informasi-informasi tersebut kemudian didistribusikan untuk dapat mempengaruhi opini publik agar terjadinya misinterpretasi makna dari pesan yang terkandung dalam informasi yang disebar. Perang kognitif dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai saluran media. Dengan memanfaatkan keterbukaan platform media sosial memungkinkan musuh dengan mudah menargetkan individu, kelompok terpilih, dan publik melalui pesan sosial, mempengaruhi media sosial, merilis dokumen secara selektif, berbagi video, dan lain sebagainya. Kemampuan dunia maya memungkinkan penggunaan *spearfishing*, *hacking*, pelacakan individu dan jaringan sosial. Target dari perang kognitif ini yaitu kognisi manusia melalui manipulasi di bidang informasi sehingga dapat berdampak pada perilaku manusia. Adapun beberapa faktor yang memperkuat terjadinya perang kognitif yaitu faktor kemampuan siber, informasi, psikologis dan rekayasa sosial. Dengan memanfaatkan perkembangan teknologi, kemampuan siber yang dimiliki dapat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi terjadinya perang kognitif. Kemampuan siber tersebut bertujuan untuk dapat memproduksi informasi publik sebagai upaya menciptakan keraguan publik terhadap sistem dan proses demokrasi yang diwujudkan melalui penyelenggaraan pilkada. Sasaran dari perang kognitif ini adalah opini dan kognisi publik dengan mengarahkan pada aspek psikologis penerima informasi. Hal tersebut bertujuan untuk dilakukannya penggiringan opini publik sehingga dapat dilakukannya upaya perekayasa sosial

4.2. Hasil Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data dilakukan dengan melaksanakan wawancara terhadap beberapa narasumber dan studi

literatur yang berkaitan dengan obyek penelitian. Hasil pengumpulan melalui metode wawancara dilakukan oleh peneliti kepada narasumber yang diantaranya: Ibu Marlina, S.H selaku Komisioner KPUD Provinsi DKI Jakarta divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih, dan Partisipasi Masyarakat, dan Bapak Binsar S.T. Siagian, SH selaku Kepala Bagian/koordinator Hukum, Teknis dan Hupmas) KPUD DKI Jakarta. Bapak H. Sukamta, Ph.D selaku anggota Komisi I DPR RI, dan Bapak Arya Sandhiyudha selaku komisioner Komisi Informasi Provinsi DKI Jakarta, serta peneliti juga mempelajari beberapa dokumen-dokumen yang diperoleh selama penelitian sebagai studi literatur. Adapun hasil penelitian yang diperoleh oleh peneliti akan dijabarkan di bawah ini.

4.2.1. Komisi Pemilihan Umum Daerah Provinsi DKI Jakarta

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan komisioner KPUD Provinsi DKI Jakarta (Divisi Sosialisasi, Pendidikan Pemilih, dan Partisipasi Masyarakat) Ibu Marlina, S.H dan Kepala Bagian/koordinator Hukum, Teknis dan Hupmas) Binsar S.T. Siagian, SH, didapatkan hasil sebagai berikut:

Sebagai penyelenggara khususnya penyelenggara pilkada DKI Jakarta tahun 2017, kami sangat terbantu dengan perkembangan teknologi ini. Dengan banyaknya pengguna internet, kami juga Sebagai penyelenggara kan punya website, punya akun-akun medsos itu yang kami jadikan sebagai sarana untuk menyampaikan informasi informasi terkait kepemiluan. Kami hanya menggunakan sarana internet ini itu dalam hal bentuk sosialisasi dari semua tahapan dari semua program kerja, Apa yang dilakukan oleh KPU DKI Jakarta seperti itu. Jadi, tidak jauh beda sebenarnya dengan penggunaan- penggunaan yang dilakukan baik oleh KPU RI sampai dengan tingkat kabupaten/kota. Jadi, dengan perkembangan itu sebenarnya sangat mendukung kami. Kami kan punya tata cara sosialisasi, kami punya metode sosialisasi, salah satu metode yang dilakukan yaitu dengan menggunakan internet dan berharap masyarakat dapat teredukasi. Jadi, yang tadi dikatakan bahwa pengguna internet khususnya di DKI Jakarta itu sangat luar biasa gitu ya dan kami mencoba menangkap perkembangan itu untuk menyampaikan sosialisasi kami dan untuk menyampaikan program kerja kami. KPUD DKI Jakarta sempat mendapati adanya upaya peretasan di masa penghitungan suara dan memang sudah berbagai cara agar website kami tidak diretas, tapi ya namanya teknologi,

secanggih apapun ibaratnya sulit untuk mencegah para oknum untuk meretas. Bahkan beberapa waktu yang lalu website KPU Jakarta itu sempat diretas juga. Akan tetapi kalau misalnya ada hal seperti itu terjadi (pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta), kami pastikan itu tidak berkaitan dengan hasil. Hal itu hanya bertujuan kepada upaya mengacak-acak dari sisi kontennya website kami dan ingin mempengaruhi publik terhadap kinerja kami sehingga betul tadi yang dikatakan bahwa itu hanya upaya untuk melemahkan kepercayaan terhadap kami. Akan tetapi sejauh ini untuk meretas terkait dengan hasil pemilu itu belum pernah, dan walaupun misalnya upaya *hacking* itu mengarah pada hasil suara, ya kami kan punya dokumen aslinya sebagai upaya untuk mengantisipasi kalau kalau misalnya terjadi pengacakan hasilnya segala macam dan itu kan tidak bisa dijadikan bukti gitu ya untuk istilahnya mendiskreditkan hasil dari kerja KPU DKI Jakarta. Kami punya dokumen aslinya seperti itu, tapi jika terjadi dan kami mengetahuinya, otomatis operator langsung melakukan *takedown* nya dan alhamdulillah itu bisa segera teratasi dengan cepat. Kabar baiknya sekarang ini website kami semua ini semuanya telah terintegrasi ke KPU Pusat sehingga sekarang mungkin jauh lebih baik dari sisi keamanannya. Untuk mengantisipasi adanya serangan siber dengan mengarah pada upaya peretasan ke situs resmi KPUD DKI Jakarta, kami bekerja sama dengan Badan Siber atau Lembaga pemerintah yang bertugas di bidang keamanan jaringan dan informasi, artinya kami memiliki upaya penangkalan serangan siber sebagai bentuk perlindungan data yang kami miliki. Kami berkoordinasi dengan Komisi Informasi Provinsi DKI Jakarta dalam penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta tahun 2017. Hal tersebut dilakukan sebagai bentuk upaya kami selaku penyelenggara untuk dapat memberikan informasi kepada publik secara transparan, dan lebih jauhnya kami bekerja sama untuk dapat mengkonfirmasi jika adanya informasi-informasi keliru terkait proses penyelenggaraan sehingga kami selaku penyelenggara dapat meng-*counter* atau meluruskan informasi tersebut dengan informasi yang sebenarnya. Selain itu pada pilkada 2017, kami membentuk divisi baru yaitu bakohumas (badan koordinasi hubungan masyarakat) yang di dalamnya ada bawaslu, komisi informasi dan kami dari KPUD, badan ini dibentuk dengan tujuan untuk meminimalisir informasi-informasi hoax yang terjadi di masa penyelenggaraan. Kami juga melakukan koordinasi dengan beberapa stakeholder untuk dapat saling membantu dalam mensukseskan penyelenggaraan pilkada di 2017. Selain hoax, ada juga informasi yang mengarah kepada kampanye hitam. *Black campaign* itu memiliki perbedaan dengan negative campaign, dimana tujuan dari *black campaign* itu adalah untuk memberikan informasi yang tidak benar atau fitnah dan hal itu dilarang, sementara negative campaign itu bisa jadi sebagai sebuah referensi karena di

dalamnya menginformasikan kekurangan dari salah satu calon. Akan tetapi masyarakat yang menerima informasi terkadang tidak bisa memilih dan memilah mana informasi yang bermuatan *black campaign* atau negative campaign, sehingga masyarakat dengan mudah digiring pemikirannya dan menelan mentah-mentah informasi yang ada dan sesuai dengan apa yang mereka yakini kebenarannya, kalau istilah sekarang masyarakat kita tidak bisa menyaring sebelum men-*sharing*.

4.2.2. Komisi I Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan anggota Komisi I DPR RI Bapak H. Sukamta, Ph.D, didapatkan hasil sebagai berikut:

Perang kognitif ini perlu dipastikan dulu, terjadi secara dua arah (saling serang) atau satu arah? Dalam bahasa Arab dikenal istilah Harbul Fikr (perang pemikiran, karena terjadi secara 2 arah, saling serang) dan Ghazwul Fikr (serangan pemikiran, karena terjadi secara 1 arah). Jika kita perhatikan, pada kasus Pilkada DKI 2017, yang terjadi adalah Harbul Fikr, yaitu perang kognitif secara 2 arah. Perang kognitif ini terjadi antara siapa dengan siapa? Dalam konteks Pilkada, perang kognitif biasa terjadi antara calon kepala daerah dan para pendukungnya dengan para rivalnya. Tapi bisa juga perang kognitif melibatkan pihak luar, yaitu negara lain yang turut bermain sesuai dengan kepentingan mereka masing-masing. Perlu dipastikan dengan bukti-bukti yang kuat, adakah dan bagaimanakah keterlibatan pihak asing dalam Pilkada DKI 2017? Jika terbukti ada, maka ini bisa berpengaruh terhadap pertahanan negara. Kepentingan pihak asing jelas membawa ideologi yang berbeda dengan ideologi bangsa kita. Nah, ancaman ideologi dan budaya inilah yang bisa menggerogoti identitas bangsa kita yang secara langsung maupun tidak, bisa merongrong pertahanan negara. Jika ada keterlibatan pihak asing, jelas ini bisa mengancam pertahanan militer dan yang terjadi bisa saja proxy war. Penguasa dan penyelenggara Pilkada bisa "terbeli" oleh kekuatan asing, sehingga militer pun berpotensi akan melemah, kecuali jika militer memainkan politik negara, hanya tunduk patuh selama sesuai dengan Pancasila dan UUD NRI Tahun 1945. Adanya kemajuan teknologi internet, seperti media sosial, sangat berpengaruh terhadap terjadinya perang kognitif. Sekarang setiap orang bisa menuangkan ide dan pendapatnya terhadap suatu isu, secara lebih mudah, dengan membuat postingan di Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, YouTube, dll. Sosial media bisa dikatakan mulai booming ketika ada BlackBerry Messenger (BBM) sejak sekitar tahun 2008-an. Sejak itulah masyarakat yang sudah lebih dulu melek politik, terus membanjiri sosmed dengan postingan-postingan politik. Inilah yang kemudian memicu perbedaan pendapat, terjadi perdebatan,

dialektika di dunia maya. Dampaknya terlihat jelang Pilkada DKI 2012, muncul Jasmev (Jokowi Ahok social media volunteer) yang melakukan kampanye terhadap calon yang diusungnya dan melakukan counter atas kampanye negatif dari rival dan pendukungnya. Jagat sosial media pun ramai. Masyarakat sudah lebih terpolarisasi. Hal ini berlanjut saat Pilpres 2014, hingga saat Pilkada DKI 2017 lalu. Ditambah lagi selain *cyber army*, ada juga *buzzer* dan *influencer* yang dibiayai untuk kepentingan politik. Setiap pendukung memiliki *cyber army*. Sayangnya, pihak yang memiliki dana besar, bisa meng-hire sebanyak-banyaknya *cyber army*, *buzzer* dan *influencer* untuk mendukung calonnya di dunia maya. Mereka dibayar untuk memengaruhi opini publik terhadap suatu isu, dengan tujuan agar masyarakat berubah opininya dari yang tadinya kontra menjadi pro, atau setidaknya netral tidak menyerang calon yang mereka dukung. Pihak yang tidak memiliki dana, hanya bisa mengandalkan para relawan yang tergerak hatinya untuk perubahan bangsa ke arah yang lebih baik. Terkait pola komunikasi yang efektif, Pola komunikasi politik yang menyentuh dan disertai faktalah yang dapat memengaruhi publik. Sayangnya, tergantung dari tingkat literasi pemilih, konten-konten negatif terkadang masih dipercaya oleh publik, sehingga sedikit banyak ini juga berpengaruh terhadap kognisi publik. Misalnya, bagaimana pernyataan seorang pejabat publik yang menyebutkan masyarakat dibodoh-bodohi menggunakan ayat dari kitab suci, kemudian dinarasikan bahwa hal tersebut bukanlah pencemaran agama. Narasi sedemikian rupa sehingga publik percaya dan mengikuti narasi tersebut. Biasanya target atau sasaran komunikasi politik dalam Pilkada hanya tertuju kepada para pemilih di daerah tersebut. Namun berbeda dengan Pilkada di DKI Jakarta, sasaran komunikasi politiknya tidak hanya warga DKI, tapi juga warga negara Indonesia yang memiliki kepedulian terhadap kepemimpinan di ibukota Jakarta. Terlebih lagi ada kasus penodaan agama yang menjerat salah satu calon Gubernur yang ini mendapat perhatian seluruh masyarakat Indonesia. Komunikator politik akan membagi target berdasarkan klasifikasi tertentu, misalkan tingkat pendidikan, latar belakang ideologi, profesi, ketertarikan isu, dst. Kemudian berdasarkan klasifikasi tersebut dibuatlah strategi pendistribusian pesan politik menurut masing-masing kategori. Umumnya warga yang menjadi target komunikasi politik adalah warga yang berKTP daerah setempat. Dengan adanya media sosial, masyarakat lebih mudah untuk menyampaikan opininya kepada publik. Perdebatan dan perbedaan pandangan berpotensi untuk terjadi dengan eskalasi yang terus dinamis. Dalam taraf tertentu, ini bagus untuk demokrasi kita, sebagai proses pembelajaran dan pendewasaan, serta partisipasi publik. Namun, dalam taraf tertentu pula, hal ini bisa berpotensi menyebabkan disintegrasi. Ini yang kita hindari. Dengan

adanya media sosial, misalnya, partisipasi publik meningkat, karena teknologi ini memudahkan masyarakat untuk menyampaikan pendapatnya di publik. Dalam konteks Pilkada DKI 2017, kita bisa lihat betapa sangat dinamis dan panas perdebatan para pengguna media sosial terkait calon kepala daerah. Bagi masyarakat saat itu, mereka tidak ingin kepala daerah yang memiliki karakter yang kasar suka berkata kotor di depan publik dan mencemarkan agama, sehingga ini bergulir lewat media sosial menjadi kekuatan perlawanan. Sementara bagi masyarakat lainnya mereka ingin kepala daerah yang terpilih bukan karena mempolitisasi agama. Dua kekuatan masyarakat inilah yang kemudian turut menentukan siapa yang terpilih. Dan dalam konteks inilah, media internet bisa menjadi agen perubahan sosial, karena masyarakat diberi ruang yang cukup untuk mengungkapkan pendapatnya, baik saat Pilkada maupun setelah Pilkada. Misalnya, masyarakat kini diberi saluran untuk melaporkan atau memberikan informasi terhadap layanan publik yang terjadi di lapangan. Pemerintah menggunakan media baru tersebut untuk mengedukasi warga pemilih, baik melalui website maupun sosial media seperti Facebook, Instagram, Twitter, dst. Penyelenggara Pilkada juga harusnya gencar dalam mengedukasi pemilih untuk tidak menggunakan konten-konten negatif seperti hoax, fitnah, dst, untuk black campaign. Negative campaign diperbolehkan karena para pemilih berhak dan harus tahu rekam jejak calon kepala daerah yang akan dipilihnya. Karenanya kita jaga proses demokratisasi dan pendewasaan masyarakat dengan tidak menyebarkan konten-konten negatif dalam Pilkada, seperti hoax, ujaran kebencian, konten asusila, dst. Masyarakat diberi ruang kebebasan untuk menyuarakan pendapatnya, tapi tetap dalam koridor kebebasan yang bertanggung jawab dalam bingkai Pancasila dan UUD NRI Tahun 1945”

4.2.3. Komisi Informasi Provinsi DKI Jakarta

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan salah satu komisioner Komisi Informasi Provinsi DKI Jakarta, Bapak Arya Sandhiyudha, Ph.D didapatkan hasil sebagai berikut:

KIP adalah Lembaga yang menjadi pelaksana UU no 14 tahun 2008 tentang keterbukaan informasi publik. Berarti segala bentuk informasi yang disimpan dan dikelola oleh badan publik itu berhak diketahui oleh publik. Kaitannya dengan penyelenggaraan pilkada, disana ada data yang dikelola oleh KPUD, misalnya terkait data pemilih dan data pribadi pemilih, disitulah Kerjasama KIP dan KPUD untuk menentukan mana informasi dari data pemilih tersebut yang harus dan boleh dibuka sebagai informasi publik ketika ada permintaan dari masyarakat, baik dari pribadi maupun kelompok dan

mana informasi publik yang dikecualikan atau yang tidak boleh dibuka ketika ada permintaan. Dalam perspektif penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta, informasi terkait pasangan calon gubernur dan gubernur merupakan salah satu informasi yang harus dibuka ke publik, baik dari sisi visi dan misi kampanye nya, laporan LKHPN, laporan dana kampanye dan beberapa informasi yang telah dikategorikan terbuka untuk publik. Salah satu prinsip dari undang-undang keterbukaan informasi ini adalah menyediakan informasi yang benar, akurat dan tidak menyesatkan. Bahasa tidak menyesatkan di jaman sekarang biasa kita sebut hoax, tidak hanya cepat, tapi juga akurat dan valid kebenarannya. Terkait penyebutan KIP memiliki perangkat dalam mendeteksi informasi itu bagian dari hoax atau bukan, prinsipnya perangkat itu adalah berupa regulasi. Perangkat regulasi ini berupa undang-undang sehingga sangat kuat posisinya serta memberikan kewenangan bagi KIP sekiranya ada masyarakat secara perorangan atau lembaga yang meminta informasi demi membuktikan terkait informasi yang beredar di masyarakat itu benar atau tidak, dan kejadian tersebut tidak di respon oleh badan publik dengan tidak memberikan informasinya ke publik, mereka (masyarakat) bisa mengadukan itu ke KIP untuk memproses penyelesaian sengketa informasi. Jadi ketika ada badan publik diminta informasi oleh masyarakat, individu atau kelompok yang tujuannya adalah megkonfirmasi satu informasi itu hoax atau tidak, akan tetapi tidak diberikan oleh Lembaga publik tersebut, ini masuknya sebagai sengketa informasi sehingga cara penyelesaiannya bisa dibantu oleh KIP dengan mekanisme persidangan guna dapat dilakukannya pembuktian terkait informasi tersebut dapat dibuka untuk publik atau tidak, dan untuk membuktikan kebenaran informasi tersebut atau kata lainnya informasi itu hoax atau tidak. Salah satu contoh sengketa informasi yang terjadi di masa pilkada adalah terkait data dan daftar pemilih. Isu-isu yang beredar di masyarakat tersebut misalnya terkait pertanyaan apakah betul pemilih ini merupakan penduduk DKI Jakarta (yang ber-KTP Jakarta)? Ada juga yang mempermasalahkan terkait pemilih ganda. Untuk dapat membuktikan itu, masyarakat dapat melakukan pengecekan, karena sebenarnya data-data tersebut merupakan data yang dibuka untuk publik. Data yang dapat diakses oleh publik jika dikaitkan dengan KPUD sebagai penyelenggara, itu merupakan hasil kesepakatan dengan KIP terkait data mana saja yang boleh terbuka untuk publik, akan tetapi ada juga data-data yang tidak boleh dibuka untuk publik. dalam penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta yang kami lihat pola perang kognitif itu yang penting adalah persepsi, konsepsi dan simbol. Dalam penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta tahun 2017 yang lalu menjadikan komunikasi politik sebagai suatu persepsi dengan konsep kepemimpinan dan diangkat melalui simbol-simbol di dalam

nya. Artinya bagi ilmu sosial bahwa simbol-simbol yang diangkat tersebut merupakan suatu fenomena sosialnya atau empirisme. Simbol-simbol yang dimaksud disini adalah dalam perspektif isu yang diangkat, seperti halnya pada penyelenggaraan pilkada yang lalu, salah satu contohnya yaitu simbol keagamaan yang menjadi salah satu perbincangan di ranah publik yang selanjutnya simbol-simbol tersebut membawa konsepsi-konsepsi, seperti konsep hubungan kepemimpinan dan islam dan di bawa lebih spesifik ke ruang persepsi sehingga melahirkan multi interpretasi. Secara umum simbol-simbol yang disajikan pada penyelenggaraan pilkada di DKI Jakarta sangat banyak, akan tetapi ranah persepsi ini harus mampu mengklaim simbol mana yang dapat memberikan impact yang besar dan dapat mempengaruhi pangkal hati dan fikiran masyarakat. Sosial media cenderung mendukung model politik yang memiliki sensitifitas tinggi, tingkat ketajaman eksplisit nya tinggi, tapi media sosial tidak akan terlalu efektif kepada model politik yang bersifat harmoni. Maksudnya adalah media sosial digunakan sebagai ruang dalam memberikan informasi dengan berbagai segmentasi dan sesuai dengan algoritmanya. media sosial ini diarahkan kepada orang-orang yang memiliki tingkat kompleksitas yang rendah, dalam arti informasi-informasi yang disebar ini menyasar pada orang-orang yang secara sederhana nya belum memiliki pilihan dan tingkat intelektual yang tidak tinggi, hal tersebut bertujuan untuk dapat mempengaruhi kognisi penerima informasi yang di sebar melalui media sosial. Efek dari komunikasi politik yang disajikan melalui berbagai informasi ini salah satunya adalah adanya multi interpretasi dari masyarakat dalam memaknai sebuah informasi, sehingga sangat memungkinkan terjadinya pembelahan di antara masyarakat. Dalam kasus pilkada Jakarta, masyarakat terpolarisasi atas berbagai informasi-informasi yang beredar di media sosial. Hal tersebut terjadi karena meningkatnya partisipasi masyarakat dalam beropini terkait kontestasi politik yang sedang berlangsung.

4.3. Pengolahan Data

Pada tahap pengolahan data ini, peneliti melakukan pemeriksaan atas jawaban informan dari hasil wawancara dan mengategorikan jawaban yang sesuai dengan pertanyaan penelitian. Tujuannya adalah untuk menspesifikasi data yang selanjutnya memberikan keterangan tambahan dan membuang yang tidak sesuai dengan kebutuhan penelitian. Proses ini menurut Miles dan Huberman disebut dengan kondensasi data (Miles, Huberman, & Saldana, 2014), kondensasi data ini merujuk pada proses merangkum, memfokuskan pada hal-hal yang penting, kata kunci dan

mencari tema polanya. Kondensasi data dapat memberikan gambaran yang lebih jelas

4.3.1. Perang kognitif yang terjadi pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta tahun 2017

Berdasarkan hasil pengumpulan data diatas melalui metode wawancara, didapatkan hasil bahwa dalam penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta, perkembangan teknologi menjadi salah satu komponen dalam mendukung terjadinya perang kognitif. Secara umum para narasumber menjelaskan bahwa dalam penyelenggaraan pilkada khususnya di DKI Jakarta, masyarakat secara aktif menggunakan media internet sebagai salah satu sarana dalam mendistribusikan informasi. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan dari bapak Sukamta sebagai berikut (Sukamta, Komunikasi Personal, 2021):

“Adanya kemajuan teknologi internet, seperti media sosial, sangat berpengaruh terhadap terjadinya perang kognitif. Sekarang setiap orang bisa menuangkan ide dan pendapatnya terhadap suatu isu, secara lebih mudah, dengan membuat postingan di Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, YouTube, dan lain-lain. Sosial media bisa dikatakan mulai booming ketika ada BlackBerry Messenger (BBM) sejak sekitar tahun 2008-an. Sejak itulah masyarakat yang sudah lebih dulu melek politik, terus membanjiri sosmed dengan postingan-postingan politik. Inilah yang kemudian memicu perbedaan pendapat, terjadi perdebatan, dialektika di dunia maya. Dampaknya terlihat jelang Pilkada DKI 2012, muncul Jasmev (Jokowi Ahok social media volunteer) yang melakukan kampanye terhadap calon yang diusungnya dan melakukan counter atas kampanye negatif dari rival dan pendukungnya. Jagat sosial media pun ramai. Masyarakat sudah lebih terpolarisasi. Hal ini berlanjut saat Pilpres 2014, hingga saat Pilkada DKI 2017 lalu. Ditambah lagi selain *cyber army*, ada juga *buzzer* dan *influencer* yang dibiayai untuk kepentingan politik.”

Upaya mempengaruhi publik dengan berbagai cara dianggap sebagai faktor pendorong terjadinya perang kognitif pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta 2017. Adanya upaya peretasan situs resmi KPU DKI Jakarta merupakan salah satu karakteristik dari perang kognitif dengan tujuan untuk dapat mempengaruhi kepercayaan publik terhadap

penyelenggara. Hal tersebut dijelaskan oleh ibu Marlina sebagai berikut (Marlina, Komunikasi Personal, 2021):

“Memang sudah berbagai cara agar website kami tidak diretas, tapi ya namanya teknologi, secanggih apapun ibaratnya sulit untuk mencegah para oknum untuk meretas. Bahkan beberapa waktu yang lalu website KPU Jakarta itu sempat diretas juga. Akan tetapi kalau misalnya ada hal seperti itu terjadi (pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta), kami pastikan itu tidak berkaitan dengan hasil. Hal itu hanya bertujuan kepada upaya mengacak-acak dari sisi kontennya website kami dan ingin mempengaruhi publik terhadap kinerja kami sehingga betul tadi yang dikatakan bahwa itu hanya upaya untuk melemahkan kepercayaan terhadap kami.”

Secara umum beberapa narasumber juga menjelaskan bahwa perang kognitif terjadi melalui informasi-informasi yang beredar di masyarakat. Para narasumber menjelaskan bahwa media sosial menjadi ruang yang paling sering digunakan untuk menyebarkan informasi sehingga menyebabkan media sosial dalam penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta dipenuhi dengan informasi dan opini-opini politik. Hal tersebut sesuai dengan apa yang dijelaskan oleh bapak Arya Sandhiyudha sebagai berikut:

“Sosial media cenderung mendukung model politik yang memiliki sensitifitas tinggi, tingkat ketajaman eksplisit nya tinggi, tapi media sosial tidak akan terlalu efektif kepada model politik yang bersifat harmoni. Maksudnya adalah media sosial digunakan sebagai ruang dalam memberikan informasi dengan berbagai segmentasi dan sesuai dengan algoritmanya. media sosial ini diarahkan kepada orang-orang yang memiliki tingkat kompleksitas yang rendah, dalam arti informasi-informasi yang disebarkan ini menyasar pada orang-orang yang secara sederhana nya belum memiliki pilihan dan tingkat intelektual yang tidak tinggi, hal tersebut bertujuan untuk dapat mempengaruhi kognisi penerima informasi yang di sebarakan melalui media sosial.”

Hal tersebut senada dengan apa yang dijelaskan oleh bapak Sukamta sebagai berikut (Sukamta, Komunikasi Personal, 2021):

“Dengan adanya media sosial, masyarakat lebih mudah untuk menyampaikan opininya kepada publik. Perdebatan dan perbedaan pandangan berpotensi untuk terjadi dengan eskalasi yang terus dinamis. Dalam taraf tertentu, ini bagus untuk demokrasi kita, sebagai proses pembelajaran dan pendewasaan, serta partisipasi publik. Namun, dalam taraf tertentu pula, hal ini bisa berpotensi

menyebabkan disintegrasi. Ini yang kita hindari. Dengan adanya media sosial, misalnya, partisipasi publik meningkat, karena teknologi ini memudahkan masyarakat untuk menyampaikan pendapatnya di publik. Dalam konteks Pilkada DKI 2017, kita bisa lihat betapa sangat dinamis dan panas perdebatan para pengguna media sosial terkait calon kepala daerah.”

Informasi yang beredar di media sosial menjadi salah satu kunci utama dalam mempengaruhi kognisi publik. terdapat berbagai macam jenis informasi yang dapat mempengaruhi opini publik. Secara umum para narasumber menjelaskan bahwa informasi hoax, kampanye hitam, propaganda dan narasi-narasi provokatif menjadi informasi yang banyak terjadi di penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta 2017. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel laporan akhir pengawasan pilkada 2017 sebagai berikut:

Tabel 4.1. Penurunan Spanduk-spanduk yang mengarah pada provokasi dan atau fitnah, diturunkan kerjasama Pengawas Pemilu, Satpol PP, Tokoh Masyarakat, Tokoh Agama dan Pihak Lainnya, sbb:

No	Kab/Kota	Periode Pertama	Periode Kedua	Jumlah
1	Jakarta Barat	3	41	44
2	Jakarta Pusat	12	46	58
3	Jakarta Timur	7	22	29
4	Jakarta Utara	2	7	9
5	Jakarta Selatan	2	44	46
6	Kepulauan Seribu	0	0	0

Total Keseluruhan: 186

Sumber: Bawaslu DKI Jakarta, Diolah oleh Peneliti, 10 Januari 2022

Table diatas menjelaskan bahwa informasi provokatif dan fitnah mengalami peningkatan yang sangat signifikan di putaran kedua. Hal tersebut menjelaskan bahwa eskalasi penyebaran informasi melalui spanduk-spanduk dan media cetak lainnya menjadi salah satu sarana komunikasi yang efektif. Keterlibatan pemerintah pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta harus diperkuat dengan aksi di media sosial, dimana hal tersebut diuraikan oleh bapak Sukamta sebagai berikut:

“Pemerintah menggunakan media baru tersebut untuk mengedukasi warga pemilih, baik melalui website maupun sosial media seperti Facebook, Instagram, Twitter, dst. Penyelenggara Pilkada juga harusnya gencar dalam mengedukasi pemilih untuk tidak

menggunakan konten-konten negatif seperti hoax, fitnah, dst, untuk black campaign. Negative campaign diperbolehkan karena para pemilih berhak dan harus tahu rekam jejak calon kepala daerah yang akan dipilihnya. Karenanya kita jaga proses demokratisasi dan pendewasaan masyarakat dengan tidak menyebarkan konten-konten negatif dalam Pilkada, seperti hoax, ujaran kebencian, konten asusila, dst. Masyarakat diberi ruang kebebasan untuk menyuarakan pendapatnya, tapi tetap dalam koridor kebebasan yang bertanggung jawab dalam bingkai Pancasila dan UUD NRI Tahun 1945”

Komunikasi politik yang terjadi pada penyelenggaraan pilkada DKI 2017 menjadi salah satu kunci utama dalam upaya mempengaruhi publik. komunikasi politik yang efektif dan mengarah pada suasana politik tertentu mengakibatkan mudahnya opini masyarakat untuk dilakukan penggiringan. Hal tersebut dijelaskan oleh Bapak Arya sandhiyuda sebagai berikut:

“Perang kognitif itu yang penting adalah persepsi, konsepsi dan simbol. Dalam penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta tahun 2017 yang lalu menjadikan komunikasi politik sebagai suatu persepsi dengan konsep kepemimpinan dan diangkat melalui simbol-simbol di dalam nya. Artinya bagi ilmu sosial bahwa simbol-simbol yang diangkat tersebut merupakan suatu fenomena sosialnya atau empirisme. Simbol-simbol yang dimaksud disini adalah dalam perspektif isu yang diangkat, seperti halnya pada penyelenggaraan pilkada yang lalu, salah satu contohnya yaitu simbol keagamaan yang menjadi salah satu perbincangan di ranah publik yang selanjutnya simbol-simbol tersebut membawa konsepsi-konsepsi, seperti konsep hubungan kepemimpinan dan islam dan di bawa lebih spesifik ke ruang persepsi sehingga melahirkan multi interpretasi. Secara umum simbol-simbol yang disajikan pada penyelenggaraan pilkada di DKI Jakarta sangat banyak, akan tetapi ranah persepsi ini harus mampu mengklaim simbol mana yang dapat memberikan impact yang besar dan dapat mempengaruhi pangkal hati dan fikiran masyarakat.”

Dalam komunikasi politik, tentunya berisi pesan-pesan politik. Dimana pesan politik yang efektif juga menjadi salah satu hal penting dalam mempengaruhi kognisi publik. Hal tersebut dijelaskan oleh bapak Sukamta sebagai berikut:

“Pola komunikasi politik yang menyentuh dan disertai faktalah yang dapat memengaruhi publik. Sayangnya, tergantung dari tingkat literasi pemilih, konten-konten negatif terkadang masih dipercaya oleh publik, sehingga sedikit banyak ini juga berpengaruh terhadap

kognisi publik. Misalnya, bagaimana pernyataan seorang pejabat publik yang menyebutkan masyarakat dibodoh-bodohi menggunakan ayat dari kitab suci, kemudian dinarasikan bahwa hal tersebut bukanlah pencemaran agama. Narasi sedemikian rupa sehingga publik percaya dan mengikuti narasi tersebut.”

Pola komunikasi politik dengan pesan politik yang efektif akan memudahkan publik untuk terpengaruh kognisinya, baik terkait cara berfikir dan cara bertindak. Pada penyelenggaraan pilkada DKI tahun 2017, banyak sekali pesan-pesan politik yang berhasil mempengaruhi dan menggiring opini publik sehingga terjadinya polarisasi di tatanan masyarakat. Tentunya pesan politik ini disampaikan dalam berbagai klasifikasi atau segmentasi. Hal tersebut di jelaskan oleh bapak Sukamta sebagai berikut:

“Biasanya target atau sasaran komunikasi politik dalam Pilkada hanya tertuju kepada para pemilih di daerah tersebut. Namun berbeda dengan Pilkada di DKI Jakarta, sasaran komunikasi politiknya tidak hanya warga DKI, tapi juga warga negara Indonesia yang memiliki kepedulian terhadap kepemimpinan di ibukota Jakarta. Terlebih lagi ada kasus penodaan agama yang menjerat salah satu calon Gubernur yang ini mendapat perhatian seluruh masyarakat Indonesia. Komunikator politik akan membagi target berdasarkan klasifikasi tertentu, misalkan tingkat pendidikan, latar belakang ideologi, profesi, ketertarikan isu, dst. Kemudian berdasarkan klasifikasi tersebut dibuatlah strategi pendistribusian pesan politik menurut masing-masing kategori. Umumnya warga yang menjadi target komunikasi politik adalah warga yang ber-KTP daerah setempat.”

4.3.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya perang kognitif pada penyelenggaraan pilkada di Indonesia di masa yang akan datang

Berdasarkan hasil wawancara tentang faktor yang mempengaruhi terjadinya perang kognitif di masa yang akan datang terhadap beberapa informan dan studi dokumentasi pada umumnya menjelaskan bahwa perang kognitif terjadi karena penyalahgunaan pemanfaatan teknologi. Secara umum narasumber menjelaskan bahwa hadirnya media baru menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya perang kognitif pada penyelenggaraan pilkada di masa yang akan datang. Dapat dilihat dari kasus yang terjadi pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta,

dimana serangan siber menjadi salah satu tantangan ke depan. Dari aspek penyelenggaraan, keamanan informasi dan data menjadi salah satu hal paling penting dalam menghadapi perkembangan teknologi ke depan, sebuah kasus yang terjadi di pilkada DKI Jakarta bahwa adanya sengketa informasi yang dijadikan sebuah isu oleh aggregator atau orang yang ingin mempengaruhi publik. Hal tersebut dijelaskan oleh Komisioner Komisi Informasi DKI Jakarta, Bapak Arya Sandhiyudha sebagai berikut:

“Salah satu contoh sengketa informasi yang terjadi di masa pilkada adalah terkait data dan daftar pemilih. Isu-isu yang beredar di masyarakat tersebut misalnya terkait pertanyaan apakah betul pemilih ini merupakan penduduk DKI Jakarta (yang ber-KTP Jakarta)? Ada juga yang memperlumaskan terkait pemilih ganda. Untuk dapat membuktikan itu, masyarakat dapat melakukan pengecekan, karena sebenarnya data-data tersebut merupakan data yang dibuka untuk publik. Data yang dapat diakses oleh publik jika dikaitkan dengan KPUD sebagai penyelenggara, itu merupakan hasil kesepakatan dengan KIP terkait data mana saja yang boleh terbuka untuk publik, akan tetapi ada juga data-data yang tidak boleh dibuka untuk publik.”

Keamanan informasi dan data menjadi hal penting agar tidak dapat diretas oleh pelaku serangan siber atau hacker yang berniat ingin mengubah dan mencuri data yang dimiliki oleh penyelenggara.

Faktor selanjutnya adalah terkait karakter masyarakat Indonesia yang daya literasi yang masih rendah. Hal ini berpengaruh terhadap cara seseorang dalam memaknai pesan atau informasi yang beredar di media. Minimnya tingkat literasi di Indonesia menyebabkan seseorang atau kelompok dapat memaknai pesan dengan multi interpretasi sehingga memudahkan agresor dalam menggiring suatu opini serta mampu merencanakan cara berfikir dan bertindak seseorang. Secara umum, narasumber berpandangan hal yang sama bahwasanya tingkat kedewasaan dan tingkat literasi masyarakat kita masih rendah. Konten-konten negative yang beredar di media terkadang masih dipercaya oleh publik, sehingga sedikit banyak ini juga berpengaruh terhadap kognisi publik. Bapak Sukamta juga menilai bahwa perlu adanya peran KPUD

Provinsi DKI Jakarta untuk terus melakukan edukasi politik kepada masyarakat tentang cara berdemokrasi yang sehat. Terkadang masyarakat kita selalu menyimpulkan setiap informasi yang mereka dapatkan dari satu sisi, sementara masyarakat sendiri belum mampu membedakan antara kampanye hitam dan kampanye negatif. Hal tersebut dijelaskan juga oleh Koordinator bidang hukum, teknis dan HUPMAS KPUD DKI Jakarta yang menjelaskan bahwa masyarakat sebagai yang menerima informasi terkadang tidak bisa memilih dan memilah mana informasi yang bermuatan *black campaign* atau *negative campaign*, sehingga masyarakat dengan mudah digiring pemikirannya dan menelan mentah-mentah informasi yang ada dan sesuai dengan apa yang mereka yakini kebenarannya, masyarakat kita tidak bisa menyaring sebelum *men-sharing*. Keterlibatan dari pemerintah dalam mengatur arus informasi yang saat ini memiliki pengguna yang banyak serta konten-konten yang diakses serta disebarkan oleh masyarakat khususnya terkait penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta tahun 2017 belum dimaksimalkan dengan baik.

Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi terjadinya perang kognitif yaitu terkait kemungkinannya ada keterlibatan pihak asing dalam kontestasi politik di tingkat daerah. Tentunya hal tersebut menjadi ancaman jika pada penyelenggaraan pilkada di Indonesia adanya keterlibatan pihak asing. Hal tersebut senada dengan apa yang dikatakan oleh pak Sukamta selaku anggota DPR RI sebagai berikut:

“Dalam konteks Pilkada, perang kognitif biasa terjadi antara calon kepala daerah dan para pendukungnya dengan para rivalnya. Tapi bisa juga perang kognitif melibatkan pihak luar, yaitu negara lain yang turut bermain sesuai dengan kepentingan mereka masing-masing. Perlu dipastikan dengan bukti-bukti yang kuat, adakah dan bagaimanakah keterlibatan pihak asing dalam Pilkada DKI 2017? Jika terbukti ada, maka ini bisa berpengaruh terhadap pertahanan negara. Kepentingan pihak asing jelas membawa ideologi yang berbeda dengan ideologi bangsa kita. Nah, ancaman ideologi dan budaya inilah yang bisa menggerogoti identitas bangsa kita yang secara langsung maupun tidak, bisa merongrong pertahanan negara. Jika ada keterlibatan pihak asing, jelas ini bisa mengancam pertahanan militer dan yang terjadi bisa saja proxy war. Penguasa

dan penyelenggara Pilkada bisa "terbeli" oleh kekuatan asing, sehingga militer pun berpotensi akan melemah, kecuali jika militer memainkan politik negara, hanya tunduk patuh selama sesuai dengan Pancasila dan UUD NRI Tahun 1945."

4.4. Hasil Analisis Data

Peneliti telah melakukan pengolahan data sehingga Langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teori Miles dan Huberman dengan melakukan teknik analisis diantaranya pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Miles, Huberman, & Saldana, 2014). Proses pengumpulan data telah peneliti lakukan di sub bab 4.2 terkait pengumpulan data untuk selanjutnya data tersebut di kondensasi dengan cara melakukan penyortiran transkrip wawancara sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk menganalisis terkait ancaman perang kognitif dalam penyelenggaraan pilkada di Indonesia dengan studi kasus pilkada DKI Jakarta 2017. Data fakta yang telah di uji validitasnya kemudian dikondensasi menjadi data berupa bagaimana perang kognitif pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta tahun 2017 dan faktor apa saja yang dapat mempengaruhi penyelenggaraan pilkada di Indonesia di masa yang akan datang. Pada tahap analisis data, peneliti akan melakukan penyajian data yang berasal dari data yang telah di kondensasi dengan tujuan untuk dapat meringkas akses peneliti dalam menarik kesimpulan sesuai dengan data yang diperoleh pada saat peneliti melakukan penelitian. berikut adalah penyajian data setelah dilakukan kondensasi data:

4.4.1. Perang kognitif yang terjadi pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta tahun 2017

Perkembangan teknologi yang terjadi berdampak pada meningkatnya penggunaan jaringan internet dalam penyelenggaraan pilkada DKI tahun 2017. Hal tersebut ditunjukkan dengan penggunaan media berjejaring internet dan media sosial sebagai sarana mendistribusikan informasi baik dari aspek penyelenggara, kontestan politik maupun

masyarakat secara umum. Penyelenggara sendiri menggunakan website sebagai bentuk upaya dalam memberikan akses informasi kepada publik khususnya informasi terkait penyelenggaraan. KPUD DKI Jakarta juga menggunakan media sosial dalam melakukan sosialisasi dan edukasi terhadap masyarakat terkait dengan agenda-agenda atau program yang dijalankan oleh penyelenggara di masa pilkada. Begitupun masyarakat yang menjadikan media sosial sebagai ruang bagi mereka untuk dapat mengaspirasikan opini politiknya. Sehingga hal tersebut menjadi ruang terjadinya perang kognitif, karena salah satu yang menjadi elemen penting dalam perang kognitif ini adalah adanya upaya-upaya mempengaruhi kognisi publik. Upaya mempengaruhi opini publik tentunya dilakukan oleh para komunikator politik.

Komunikator politik pada dasarnya adalah semua orang yang berkomunikasi tentang politik. Pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta tahun 2017, para politisi dan kontestan politik secara aktif mengkampanyekan apa yang menjadi visi dan misi mereka dan opini mereka terkait isu-isu yang diperbincangkan oleh masyarakat. Hal ini tentunya bertujuan untuk mempengaruhi publik dalam menentukan pilihan. Begitupun antusias masyarakat dalam menuangkan ide, fikiran dan pendapat mereka sangat tinggi. Hal tersebut dibuktikan dengan ramainya platform media sosial dengan isu-isu politik, khususnya yang terjadi di pilkada DKI Jakarta 2017. Fenomena kehadiran *cyber army*, *influencer*, dan *buzzer* menjadi bagian dari komunikator politik menambah pengaruh dalam setiap pendistribusian informasi di masa pilkada. Mereka dibayar untuk memengaruhi opini publik terhadap suatu isu, dengan tujuan agar masyarakat berubah opininya dari yang tadinya kontra menjadi pro, atau setidaknya netral dan tidak menyerang calon yang mereka dukung. Mereka melakukan kampanye terhadap calon yang diusungnya dan melakukan counter atas kampanye negatif dari rival dan pendukungnya. Tentunya mereka berkampanye dan mempengaruhi opini publik dengan pesan-pesan atau narasi-narasi yang dapat menysasar pada kognisi publik untuk dapat

memilih calon yang di usungnya dan untuk dapat menyerang calon dari pihak lawan politiknya.

Pesan politik yang disampaikan oleh komunikator ini tentunya pesan-pesan yang langsung mengarah pada persepsi publik dengan tujuan untuk memenangkan hati dan pikiran publik agar masyarakat dapat meyakini kebenaran dari pesan yang mereka sebar. Pada pilkada DKI Jakarta 2017 pesan-pesan politik yang terjadi adalah pesan berupa symbol, dimana isu-isu yang diangkat berkaitan dengan simbol politik seperti contohnya terkait isu SARA dan konten-konten negatif yang terjadi di masa pilkada. Pesan tersebut kemudian yang menjadi salah satu perbincangan di ranah publik yang selanjutnya simbol-simbol tersebut membawa konsepsi-konsepsi, seperti konsep hubungan kepemimpinan islam, suku, ras dan di bawa lebih spesifik ke ruang persepsi sehingga melahirkan multi interpretasi. Secara umum simbol-simbol yang disajikan pada penyelenggaraan pilkada di DKI Jakarta sangat banyak, akan tetapi ranah persepsi ini harus mampu mengklaim simbol mana yang dapat memberikan impact yang besar dan dapat mempengaruhi pangkal hati dan pikiran masyarakat. Lebih lanjut penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta 2017 dipenuhi dengan informasi bohong atau hoax, ujaran kebencian, kampanye negatif dan kampanye hitam yang dilakukan oleh kedua pendukung calon. Hal tersebut di tunjukan dengan table hasil laporan akhir dari bawaslu yang menjelaskan terkait meningkatnya spanduk-spanduk, baligho dan selebaran yang berisi pesan-pesan provokatif dan fitnah. Serangan hacker kepada situs resmi KPUD DKI Jakarta juga menjadi salah satu konten yang dijadikan pesan oleh komunikator politik. Dimana komunikator politik menganggap dengan adanya serangan tersebut merupakan gambaran dari kelalaian penyelenggara dalam menjaga sistem keamanan data dan informasi publik, hal ini kemudian di produksi sebagai suatu informasi dengan tujuan untuk melemahkan kepercayaan publik terhadap penyelenggara. Tentunya pesan-pesan tersebut di sebarakan melalui media-

media, baik media dengan jaringan internet atau media cetak dan media konvensional lainnya.

Media komunikasi politik yang digunakan pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta 2017 didominasi melalui media sosial. Media sosial dianggap sebagai saluran efektif dalam menyebarkan pesan politik untuk dapat mempengaruhi kognisi publik. Media sosial digunakan sebagai ruang dalam memberikan informasi dengan berbagai segmentasi dan sesuai dengan algoritmanya. Salah contohnya yang dijelaskan dari hasil wawancara yaitu pesan disebarkan secara mudah melalui platform media sosial seperti secara lebih mudah, dengan membuat postingan di Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, YouTube dan lain-lain. Sosial media cenderung mendukung model politik yang memiliki sensitifitas tinggi, tingkat ketajaman eksplisit nya tinggi, tapi media sosial tidak akan terlalu efektif kepada model politik yang bersifat harmoni. Selain media sosial, pesan-pesan politik juga di sebarakan melalui media cetak, seperti halnya adalah baligho, spanduk dan selebaran. Semua media ini digunakan oleh berbagai komunikator politik, baik dari para calon gubernur dan wakil gubernur, tim sukses, penyelenggara dan masyarakat secara umum. Penggunaan media politik sebagai sarana mendistribusikan informasi yang tentunya disesuaikan dengan segmentasi dari target politik atau khalayak komunikasi politik yang menjadi sasaran penerima informasi.

Khalayak komunikasi politik merupakan segmentasi atau target yang dituju sebagai yang menerima informasi berupa komponen pesan-pesan politik. Pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta 2017, target umum dari komunikator politik dalam memberikan pesan politik yaitu masyarakat DKI Jakarta itu sendiri. komunikator politik juga membagi target berdasarkan klasifikasi tertentu, seperti dari tingkat pendidikan, latar belakang ideologi, profesi, ketertarikan isu dan seterusnya. Kemudian berdasarkan klasifikasi tersebut dibuatlah strategi pendistribusian pesan politik menurut masing-masing kategori. Dengan adanya beberapa kasus yang terjadi di masa pilkada, segmentasi penerima informasi tersebut

disesuaikan dengan kondisi yang ada. salah satu yang di contohkan oleh narasumber yaitu ketika terjadinya kasus penistaan agama yang menjerat salah satu calon gubernur yang kemudian komunikator politik dari kubu lawan membuat segmentasi penerima informasi yang memiliki latar belakang agamis sebagai target khalayak komunikasi politik mereka. Media sosial juga membantu dalam mensegmentasi opini politik sesuai dengan para pengguna dan penerima informasi. Algoritma media sosial ini mengarahkan informasi kepada orang-orang yang memiliki tingkat kompleksitas yang rendah, dalam arti informasi-informasi yang disebarkan ini menyasar pada orang-orang yang secara sederhana nya belum memiliki pilihan dan tingkat intelektual yang tidak tinggi, hal tersebut bertujuan untuk dapat mempengaruhi kognisi penerima informasi yang di sebarakan melalui media sosial, terlebih masyarakat kita masih belum memiliki kemampuan dalam memilih dan memilah informasi mana yang benar dan tidak benar. Hal tersebut disebabkan karena minimnya tingkat literasi dari masyarakat Indonesia, sehingga hal tersebut dapat memudahkan penggiringan opini publik terhadap masyarakat tertentu melalui pesan-pesan politik yang beredar di media sosial. Penggiringan opini yang dilakukan dengan melihat kasus-kasus yang terjadi merupakan salah satu efek dari komunikasi politik yang didistribusikan melalui pesan-pesan politik oleh komunikator politik.

Efek komunikasi politik yang terjadi pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta 2017 ini didasarkan atas berbagai informasi berupa isu-isu yang beredar di publik. Pada masa pilkada di DKI Jakarta telah terjadi polarisasi masyarakat melalui politik identitas, dimana hal tersebut sesuai dengan apa yang dikatakan narasumber mengenai pesan-pesan politik yang beredar di masyarakat yang memiliki pengaruh kuat terjadinya polarisasi. Perbedaan pendapat dan argumentasi dalam menyikapi suatu isu menjadikan masyarakat tertentu di DKI Jakarta mudah untuk digiring opini nya sehingga pembelahan diantara masyarakat tidak bisa terhindarkan. Para pendukung pasangan calon pun ikut ambil bagian dalam mempengaruhi opini publik yang terjadi di masa pilkada, dimana

komunikasi saling serang antar kubu dengan berbagai upaya baik menyebarkan kampanye negatif maupun kampanye hitam menjadi salah satu komponen yang dapat memberikan efek dari komunikasi politik yang dirancang.

Kehadiran media sosial sebagai media baru dalam mengkomodifikasi opini politik publik memiliki berbagai resiko dan ancaman. Media baru dapat menjadi sarana bagi masyarakat untuk lebih cepat dalam mendapatkan informasi termasuk lebih cepat dalam mengakses konten apapun, kapanpun dan dimanapun. Media sosial yang merupakan salah satu sarana interaksi bagi masyarakat khususnya dalam penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta 2017. Tentunya arus informasi yang terjadi di masyarakat melalui media sosial ini memerlukan control dari para penggunanya.

Power and inequality merupakan suatu kondisi dimana media baru memiliki kesulitan dalam menempatkan kekuasaan dan kepemilikan. Hal tersebut diwujudkan dengan belum adanya kontrol arus informasi yang terjadi di media sosial baik oleh pengguna maupun masyarakat. Pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta tahun 2017 sangat terlihat, dimana banyak sekali informasi yang beredar di publik tanpa pengawasan, artinya adalah para komunikator politik secara bebas dan terang-terangan menginformasikan sesuatu yang belum tentu kebenarannya. Pemerintah dan penyelenggara hanya mampu menjadikan media sosial sebagai sarana bagi mereka melakukan sosialisasi terkait kepemiluan, akan tetapi menurut narasumber bahwa peran pemerintah dan penyelenggara dalam dalam mengedukasi pemilih untuk tidak menggunakan konten yang bernada negatif seperti informasi bohong, informasi bermuatan fitnah dan ujaran kebencian. sehingga hal ini juga menjadi pembuktian dalam pilkada DKI Jakarta 2017 terjadinya disintegrasikan sosial dan politik identitas.

Social integration and Identity menjadi salah satu dampak dari hadirnya media baru ditengah-tengah penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta 2017, hal tersebut dibuktikan dengan terjadinya polarisasi di masyarakat karena banyaknya opini politik yang di sampaikan di media

sosial. Perbedaan pendapat dan pandangan politik yang dibangun di masa penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta dibentuk berupa konten-konten negative seperti hoax, fitnah, ujaran kebencian, kampanye hitam dan kampanye negatif. Masyarakat seolah-olah terpengaruh dengan semua informasi politik yang terjadi dan menganggap bahwa informasi yang diedarkan di media sosial sudah tentu kebenarannya, dan ditunjukkan dengan betapa dinamisnya dan panas perdebatan para pengguna media sosial terkait calon kepala daerah sehingga hadirnya media sosial ini menjadi salah satu komponen yang memperkuat terjadinya perubahan sosial.

Perubahan sosial (*Social Change*) yang terjadi dalam penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta 2017 ditandai dengan ketergantungannya masyarakat dengan informasi yang ada di media sosial, sehingga masyarakat mulai berfikir bahwa informasi politik yang didapatkan di media sosial sudah cukup menjadi preferensi politik mereka. Media sosial juga menjadikan masyarakat semakin terpetakan atau terpolarisasi dan muncul kepercayaan bahwa media sosial menjadi ruang bagi mereka melancarkan opini politiknya secara bebas dan terbuka, dimana hal tersebut dapat mempengaruhi kognisi publik lainnya.

4.4.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya perang kognitif pada penyelenggaraan pilkada di Indonesia di masa yang akan datang

Penyelenggaraan pilkada ke depan akan menghadapi berbagai tantangan yang besar. Terlebih ditunjang dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat, sehingga hal tersebut menjadi kerawanan tersendiri bagi penyelenggara dalam mengantisipasi serangan siber yang dilakukan oleh para pelaku kejahatan siber. Kemampuan siber menjadi salah satu faktor yang dapat berpengaruh pada penyelenggaraan pilkada di masa yang akan datang, karena sistem keamanan data dan informasi menjadi sasaran bagi aggregator dalam upaya pelemahan kepercayaan publik terhadap penyelenggara, salah satunya mengenai data dan informasi para pemilih

dalam penyelenggaraan pilkada. Hal tersebut didasarkan pada pernyataan informan yang menjelaskan bahwa daftar pemilih tetap menjadi salah satu sasaran utama dari para pelaku kejahatan siber terhadap data yang dimiliki oleh Komisi Pemilihan Umum. Kejadian tersebut sudah dibuktikan dengan adanya upaya peretasan yang dilakukan oleh hacker terhadap situs resmi KPUD DKI Jakarta, yang bertujuan untuk mengacak-acak konten dan data yang dimiliki oleh penyelenggara. Hal tersebut menjadikan website resmi KPUD DKI Jakarta mengalami kesulitan untuk diakses oleh masyarakat. Walaupun tidak berdampak pada hasil pemilu, akan tetapi hal ini menjadi bukti bahwa sistem keamanan data dan informasi yang dimiliki belum baik. Masih banyak yang belum menyadari bahwa hal utama dari apa yang dilakukan oleh hacker itu semata-mata bukan hanya ingin mengacak konten dan data saja, akan tetapi mengarah pada upaya pelemahan kepercayaan publik terhadap penyelenggara. Agregator memanfaatkan kejadian tersebut dengan melakukan pemroduksian pesan untuk selanjutnya disebarkan ke masyarakat sehingga kognisi publik terpengaruh terhadap keadaan yang terjadi.

Banyaknya opini publik di media sosial pada penyelenggaraan pilkada mengakibatkan masyarakat kesulitan membedakan informasi yang valid. Dengan banyaknya informasi dan opini publik di media sosial menyebabkan publik juga kesulitan dalam memaknai pesan-pesan politik yang ada. Pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta tahun 2017, terjadi penggiringan opini melalui pesan-pesan politik sehingga mengakibatkan polarisasi di masyarakat. Hal tersebut disebabkan oleh tingkat literasi dan tingkat memaknai pesan dari publik yang masih rendah sehingga masyarakat dengan mudah di rekayasa pemikirannya untuk dapat mengikuti apa yang diinginkan oleh agregator. Contohnya adalah Ketika banyak sekali konten-konten negative yang beredar di media terkadang masih dipercaya oleh publik, sehingga sedikit banyak ini juga berpengaruh terhadap psikologis publik, baik berupa konten berisikan informasi hoax, ujaran kebencian maupun konten yang berisi dengan fitnah. Hal ini juga

diperparah dengan munculnya opini publik yang berasal dari warga yang bukan asli Jakarta, Ketika ada kasus penistaan agama, konsumsi informasi di pilkada DKI Jakarta menjadi konsumsi publik di Indonesia. Saling serang informasi antar kubu juga mengakibatkan bias kognitif di masyarakat, masyarakat bertindak sesuai dengan apa yang mereka yakini tanpa adanya upaya filterisasi dalam memaknai informasi. Tentunya selain tingkat literasi yang menjadi tantangan dalam menghadapi pilkada di masa yang akan datang, tingkat intelektual masyarakat juga perlu ditingkatkan agar dapat memaknai pesan yang beredar di masyarakat.

Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi penyelenggaraan pilkada di masa yang akan datang yaitu adanya kemungkinan keterlibatan pihak asing dalam kontestasi di tingkat daerah. Keterlibatan tersebut bisa dilakukan dari berbagai aspek, baik dari sisi pendanaan, propaganda-propaganda dan serangan siber yang dapat dilakukan oleh pihak asing terhadap jaringan-jaringan yang ada di Indonesia. Upaya tersebut dilakukan dengan tujuan untuk merekayasa sosial dengan melakukan penggiringan opini publik serta dapat mengganggu kondisi keamanan dan pertahanan negara, sehingga kemungkinan tersebut dapat terjadi pada penyelenggaraan pilkada di masa yang akan datang. Tentunya hal tersebut dapat mengancam sistem demokrasi di Indonesia, mengingat bahwa pesta demokrasi diperuntukan bagi masyarakat Indonesia, lebih jauh lagi kepentingan asing dapat mengganggu dimensi ideologi, politik, ekonomi, sosial dan budaya, pertahanan dan keamanan (IPOLEKSOSBUDHANKAM) di Indonesia.

4.5. Interpretasi Data

Pada tahap ini peneliti menginterpretasikan data-data yang sudah melalui tahap pengecekan keabsahan data. Hasil kesimpulan awal yang telah diperoleh dalam analisis data dengan melalui proses pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan ini dihubungkan satu sama lain untuk dapat menjawab pertanyaan penelitian di tahap interpretasi data. Interpretasi data merupakan sudut pandang

peneliti, dihubungkan dengan data-data yang telah di analisis dengan teori yang digunakan agar dapat menjawab permasalahan penelitian.

4.5.1. Perang kognitif yang terjadi pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta tahun 2017

Berdasarkan data yang sudah diperoleh oleh peneliti, dapat disimpulkan dari beberapa narasumber bahwa perang kognitif yang terjadi pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta tahun 2017 dipengaruhi oleh komunikasi politik yang terjadi di masa pilkada. Dalam proses aktivitas komunikasi politik sangat penting untuk mengetahui dan memahami keterlibatan unsur-unsur komunikasi politik agar aktivitas politik dapat dikelola dan dikembangkan dengan baik. Unsur-unsur komunikasi politik dijelaskan Menurut Nimmo (1993) yaitu:

a) Komunikator Politik

Komunikator politik memiliki peran sangat penting dalam menciptakan opini dan mendistribusikan informasi melalui pesan-pesan politik di masa pilkada. Pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta tahun 2017, komunikator utamanya adalah para kontestan politik dan para elit partai politik. Mereka secara aktif menciptakan dan membentuk pesan politik dengan melakukan kampanye politik untuk dapat mempengaruhi publik agar mendukung mereka di pilkada DKI Jakarta. Selain itu dimasa pilkada DKI Jakarta terdapat beberapa komunikator politik yang memiliki peranan dalam mempengaruhi opini publik agar sesuai dengan keinginan komunikator politik tersebut. komunikator politik ini dikenal dengan sebutan *cyber army*, *influencer*, dan *buzzer*. Mereka melakukan penyebaran informasi yang bertujuan untuk dapat mempengaruhi kognisi publik dan merubah opini publik sesuai dengan kepentingan politik mereka. Hal tersebut senada dengan apa yang dikatakan oleh bapak Sukamta yang menjelaskan bahwa mereka yang menjadi *cyber army*, *buzzer*, dan *influencer* di bayar untuk dapat mempengaruhi opini publik terhadap suatu isu dengan tujuan agar

masyarakat berubah opininya dari yang tadinya kontra menjadi pro atau setidaknya netral dan tidak menyerang calon yang mereka dukung. Mereka juga melakukan kampanye terhadap calon yang diusungnya serta melakukan counter atas kampanye negative dari rival politiknya.

b) Pesan Politik

Pada pilkada DKI Jakarta 2017 banyak sekali pesan politik yang disampaikan dengan cara dikemas sebagai sebuah berita, isu-isu dan informasi yang disampaikan oleh komunikator politik dengan tujuan untuk dapat memiliki kesamaan makna atau persepsi. Isu-isu SARA, ujaran kebencian, propaganda, informasi hoax dan informasi bermuatan fitnah menjadi bagian dari pesan yang disebar oleh komunikator politik. Hal tersebut dilakukan guna dapat mempengaruhi persepsi publik dalam memaknai pesan yang disajikan. Pesan yang disebar berisikan simbol-simbol politik yang diangkat sebagai suatu isu dengan konsepsi-konsepsi yang terkait dengan kepemimpinan ideal yang dibutuhkan, sehingga nantinya pesan tersebut dapat di bawa ke ruang persepsi dan melahirkan multi interpretasi dari cara pemaknaan setiap orang yang menerima informasi. Penggiringan opini yang dilakukan oleh aggregator dalam penyelenggaraan pilkada DKI menjadi salah satu ciri telah terjadinya perang kognitif, dimana pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikator politik di media massa, media cetak dan media sosial membuat masyarakat terpolarisasi dan aggregator melakukan upaya mempengaruhi kepercayaan publik terhadap penyelenggara melalui informasi terkait adanya dugaan kecurangan yang dilakukan karena situs resminya diduga diserang oleh *hacker* sehingga website resminya tidak dapat diakses pada saat perhitungan suara di putaran pertama. Pesan politik yang dibangun selama masa pilkada DKI Jakarta secara efektif mampu mempengaruhi tindakan publik dengan munculnya gerakan-gerakan

baru sebagai bentuk respon atas setiap isu-isu, situasi dan kondisi politik yang muncul selama masa pilkada berlangsung.

c) Media Komunikasi Politik

Pada masa pilkada DKI Jakarta 2017, pengguna media sosial di DKI Jakarta mengalami peningkatan yang pesat, dimana mereka menjadikan media sosial sebagai saluran utama dalam mendapatkan informasi dan menyebarkan informasi terkait situasi dan kondisi politik di pilkada DKI Jakarta. Senada dengan apa yang disampaikan oleh bapak Sukamta yang menjelaskan bahwa masyarakat mendapatkan pesan dan menyebarkan secara mudah melalui platform media sosial dengan membuat postingan di facebook, Instagram, twitter, whatsapp, youtube dan media sosial lainnya. Hal tersebut menunjang kemudahan mendapatkan akses informasi bagi masyarakat dan memudahkan masyarakat dalam menyebarkan pesan politiknya. Pesan-pesan yang dibangun merupakan pesan bersifat memicu perdebatan di publik, mengingat hal tersebut merupakan opini dan belum tentu berupa fakta, akan tetapi opini-opini kepentingan tersebut, menjadikan media sosial dipenuhi dengan topik-topik politik sehingga terjadinya saling mempengaruhi dan menciptakan sensitifitas yang tinggi di tatanan publik. Hal tersebut juga senada dengan yang dijelaskan bapak Arya, dimana media sosial cenderung memunculkan dan mendukung model politik yang memiliki sensitifitas tinggi. Dalam perang kognitif hal tersebut dapat dikatakan efektif karena opini publik terpengaruhi dengan topik dan informasi politik yang di sajikan di media sosial sebagai saluran media komunikasi politik.

d) Khalayak Komunikasi Politik

Komunikator politik pada masa pilkada DKI Jakarta menargetkan beberapa segmentasi pesan politiknya untuk disampaikan melalui media yang sesuai dengan representasi dari targetnya tersebut. dalam teori yang dijelaskan nimmo (2006) yang menjelaskan bahwa

ada 3 tipe publik opini yang tak terorganisasi yaitu publik atentif, publik berpikiran isu, dan publik ideologis. Publik atentif yang digambarkan dalam penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta adalah masyarakat secara umum, akan tetapi lebih khusus kepada orang-orang yang memiliki pemahaman dan perhatian lebih terhadap politik, seperti contohnya adalah para relawan dan simpatisan politik dari masing-masing pasangan calon. Mereka dapat menjadi komunikator sekaligus menjadi komunikan yang dalam taraf tertentu dapat terbawa dalam arus informasi yang muncul. Sementara publik berpikiran isu ini adalah bagian dari publik atentif, dimana publik ini adalah orang-orang yang hanya berfikir terkait isu-isu yang muncul dibandingkan dengan politik. Contoh paling nyata dalam pilkada DKI Jakarta adalah para kelompok atau gerakan-gerakan yang dibangun sebagai bentuk respon atas setiap isu yang terjadi, seperti halnya gerakan 212, gerakan teman ahok, serta gerakan lainnya yang secara terbuka publik ini disatukan karena isu yang berkembang di masa pilkada. Publik yang ketiga adalah publik yang berada di tengah-tengah dengan mengandalkan pemahaman secara logis. Ketiga segmentasi tersebut sesuai dengan apa yang dikatakan oleh bapak sukamta yang menjelaskan bahwa komunikator politik membagi target berdasarkan klasifikasi tertentu, seperti dari tingkat pendidikan, latar belakang ideologi, profesi, ketertarikan isu dan seterusnya. Kemudian berdasarkan klasifikasi tersebut dibuatlah strategi pendistribusian pesan politik menurut masing-masing kategori.

e) Efek Komunikasi Politik

Pesan politik yang disampaikan melalui bentuk informasi, isu dan propaganda pada masa pilkada DKI Jakarta 2017 memiliki efek di tatanan publik. Indikator dari tahapan efek komunikasi publik dapat dilihat dari proses politik yang terjadi digambarkan melalui 3 jenis (Wahid, 2016) yaitu efek kognitif, afektif dan behavioral. Aspek

kognitif dapat terlihat dari tingkat pemikiran, dimana dalam masa pilkada DKI Jakarta, banyaknya opini publik terhadap proses politik yang terjadi merupakan salah satu gambaran dari adanya proses mempengaruhi kognisi sehingga masyarakat lebih aktif dan partisipatif dalam memberikan pendapat dan pandangannya terkait informasi yang muncul. Dalam aspek afektif digambarkan dengan perbedaan pendapat dan pandangan tersebut menjadikan tensi opini politik yang terjadi semakin memanas, hal tersebut ditunjukkan dengan kegaduhan topik politik dan di isi dengan perbedaan-perbedaan pandangan terkait situasi dan kondisi pilkada di DKI Jakarta, hal ini juga dipengaruhi oleh berbagai aspek, baik dari sikap yang diperlihatkan oleh setiap kubu pendukung maupun informasi publik yang disebarakan sehingga memicu masyarakat untuk beropini di media, khususnya media sosial. hal tersebut senada dengan apa yang dijelaskan oleh pak Sukamta yang menjelaskan bahwa di media sosial bisa dilihat betapa sangat dinamis dan panas perdebatan para pengguna terkait pemilihan calon kepala daerah. Selanjutnya adalah aspek behavioral yang menjadi puncak dari efek komunikasi politik di masa pilkada DKI Jakarta, hal tersebut ditunjukkan dengan banyaknya konflik di antara masyarakat yang pada saat itu sudah terpolarisasi dan terpolitisasi oleh informasi yang disebarakan. Aksi demonstrasi, adu mulut hingga saling sindir antara para pendukung pasangan calon semakin memanas tensi politik di pilkada DKI Jakarta, sehingga memperkuat terjadinya perang kognitif pada penyelenggaraan pilkada di DKI Jakarta.

Peningkatan pengguna media sosial di masa pilkada DKI Jakarta 2017 mengakibatkan produksi dan distribusi informasi tidak dibatasi oleh ruang dan waktu, sementara publik sebagai penerima informasi mendapatkan pengaruh dari setiap informasi yang didistribusikan. Bagi Penerima, mereka dihadapkan dengan berbagai pilihan agar mampu menterjemahkan banyaknya informasi yang tersaji di media sosial sesuai

dengan pengetahuan dan pengalaman agar mampu melakukan komunikasi. Media sosial menjadikan manusia semakin individualistis dalam memberikan informasi, akan tetapi pada proses interaksi sosial, dapat memberikan pengaruh terhadap opini publik yang beragam dalam memaknai informasi. Sehingga terdapat berbagai permasalahan utama dalam teori media baru yang dijelaskan oleh McQuill (dalam wahid 2016) yang menjelaskan ada 3 permasalahan utama dalam teori media baru yaitu *Power and inequality* (Kekuasaan dan ketidaksetaraan), *Social integration and identity* (Integrasi sosial dan identitas), dan *Social Change* (perubahan sosial).

a) *Power and inequality* (Kekuatan dan Ketidaksetaraan)

Penggunaan media sosial yang secara bebas dan cepat menjadikan masa pilkada DKI Jakarta sebagai penyelenggaraan pilkada yang dipenuhi oleh komunikator politik, dimana setiap warga bisa melakukan pendistribusian informasi sesuai dengan opininya. dampaknya adalah opini politik yang dikemukakan oleh setiap individu di media sosial semakin tidak terbatas. Tentunya hal ini dapat menyebabkan pengguna lainnya kesulitan untuk dapat memaknai dan menginterpretasikan setiap informasi yang ada. terlebih media sosial belum memiliki kontrol arus informasi yang dapat menyaring kesesuaian informasi dengan fakta dilapangan. Hal ini di manfaatkan oleh aggregator sebagai ruang bagi mereka untuk mempengaruhi opini publik dengan menyebarkan informasi yang bermuatan kepentingan politiknya. Pada pilkada DKI Jakarta 2017, banyak informasi dan propaganda yang bermuatan ujaran kebencian, fitnah, provokatif, serta kampanye hitam (Sukamta, Komunikasi personal 2021). Akibatnya adalah opini publik ini di isi dengan perdebatan-perdebatan yang merujuk pada setiap kondisi politik yang terjadi sehingga menyebabkan terjadinya polarisasi masyarakat dan menjadi ruang terjadinya konflik sosial yang semakin meluas.

b) *Social integration and identity* (Integrasi sosial dan identitas)

Dampak dari ketergantungan publik dalam penggunaan media baru yang tanpa batas seperti halnya media sosial yaitu terjadinya disintegrasi di tataran masyarakat. Pada masa pilkada di DKI Jakarta dibuktikan dengan terpolarisasi nya masyarakat akibat dari opini yang beredar di media sosial. Masyarakat semakin individualistik dalam menyampaikan opini dan pandangannya di media sosial tanpa menghiraukan bahwa opini tersebut dapat menimbulkan perpecahan diantara masyarakat itu sendiri. hal tersebut senada dengan apa yang dijelaskan oleh bapak Sukamta yang menganggap bahwa kemudahan dalam menyampaikan opini ke publik menyebabkan perdebatan dan perbedaan pandangan yang berpotensi menyebabkan diintegrasi di masyarakat. Tentunya ada isu yang memelopori atau yang menjadi topik utama dalam perdebatan di media sosial sehingga dalam taraf tertentu masyarakat secara tidak langsung terpengaruhi oleh isu-isu yang berkembang dalam kontestasi pemilihan kepala daerah ini dan menyebabkan terjadinya pembelahan secara sosial sehingga terbukanya ruang konflik sosial diantara masyarakat.

c) *Social Change* (Perubahan sosial).

Pada taraf perubahan sosial yang terjadi akibat penggunaan media sosial yaitu masyarakat semakin individualistik dalam melancarkan opini nya di publik tanpa menghiraukan individu lainnya. Media sosial menjadikan masyarakat semakin ketergantungan dalam mendapatkan informasi yang beredar di media sosial. Pada pilkada DKI Jakarta 2017, opini publik di isi dengan perbedaan pendapat dari setiap masyarakat dalam menanggapi suatu isu, sehingga aggregator dengan mudah memetakan target khalayak untuk terus mampu diberikan informasi yang sesuai dengan apa yang di inginkan. Kebutuhan informasi yang sangat tinggi dari masyarakat

mengakibatkan setiap isu-isu atau informasi yang beredar akan menjadi perbincangan publik dengan berbagai persepsi.

4.5.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya perang kognitif pada penyelenggaraan pilkada di Indonesia di masa yang akan datang

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa perang kognitif terjadi dengan menyasar kognisi publik melalui informasi-informasi yang beredar di masyarakat. Hal tersebut dibuktikan dengan apa yang terjadi pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta tahun 2017. Ancaman perang kognitif merupakan tantangan ke depan bagi penyelenggaraan pilkada di Indonesia. Melihat dari elemen perang kognitif dalam NATO review yang ditulis oleh Johns Hopkins University & Imperial College London, yang menjelaskan bahwa perang kognitif mengintegrasikan kemampuan cyber, informasi, psikologis, dan rekayasa sosial untuk mencapai tujuannya (NATO Review ,2021).

a) Kemampuan Cyber

Peningkatan penggunaan teknologi dalam penyelenggaraan pilkada di Indonesia menjadi ancaman tersendiri bagi berbagai pihak. penyelenggara menggunakan sistem komputerisasi dalam merekam dan menyimpan data dan informasi pribadi warga negara. Sistem komputerisasi yang digunakan menjadi ancaman tersendiri karena jika keamanan sistem yang dimiliki tidak baik, maka sistem tersebut sangat rentan terhadap serangan siber. Situs resmi penyelenggara di masa pilkada seringkali mengalami serangan dari hacker seperti yang terjadi di pilkada DKI Jakarta. Ada berbagai macam kemungkinan pelaku serangan hacker ini menyerang situs resmi KPUD DKI Jakarta, salah satunya adalah kemungkinan terjadinya pencurian identitas dan kebocoran data pemilih. Kebocoran data pemilih ini memungkinkan terjadi karena yang terjadi di pilkada DKI Jakarta banyaknya isu terkait pemilih ganda, pemilih bodong, dan pemilih yang berasal bukan dari warga Jakarta. Hal ini dijelaskan

oleh Komisi Informasi Provinsi DKI Jakarta bahwa salah satu kasus sengketa informasi yang sering dipertanyakan oleh publik adalah kesesuaian data pemilih. Namun, pihak KPUD DKI Jakarta bahwa upaya peretasan yang terjadi hanya bertujuan untuk mengacak-acak konten website saja tanpa berpengaruh pada sistem penyimpanan data apalagi berpengaruh terhadap hasil pilkada DKI Jakarta 2017. Akan tetapi pesan yang ingin disampaikan oleh aggregator atau pelaku upaya peretasan ini adalah bagaimana penyelenggara memiliki kelemahan dalam sistem keamanan data dan informasi yang dimiliki, tujuannya yaitu adanya upaya pelemahan kepercayaan publik melalui serangan siber. Hal tersebut dapat menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap penyelenggaraan pilkada di masa yang akan datang, mengingat bahwa perkembangan teknologi akan terus terjadi.

b) Informasi

Banyaknya opini politik dalam penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta menyebabkan publik menjadikan informasi sebagai sarana memperluas referensi politik mereka. Sementara di era *post truth* seperti saat ini, sulit membedakan antara informasi yang benar dan informasi yang bohong. Media sosial mempercepat pendistribusian informasi tersebut secara bebas, sehingga memungkinkan masyarakat akan sulit memaknai setiap informasi dan pesan politik yang ada dan memungkinkan masyarakat terpengaruh dengan informasi-informasi tersebut. Penggiringan opini publik yang terjadi di pilkada DKI Jakarta menjadi salah satu pembuktian bahwa informasi dapat mempengaruhi cara berfikir dan bertindak dari seseorang. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya polarisasi akibat dari banyaknya opini yang beredar di masyarakat. Tentunya opini ini berdasarkan dari isu-isu yang sedang berlangsung di masa pilkada, sehingga peran agregator hanya mengarahkan informasi tersebut kepada khalayak yang terpengaruh. Kekuatan informasi dalam

membentuk opini publik terkait politik sangat besar, contohnya adalah opini publik yang terjadi di pilkada DKI Jakarta 2017 terus berlangsung hingga penyelenggaraan pemilu di Indonesia tahun 2019.

c) Psikologis

Kemampuan aggregator dalam memainkan kognisi publik melalui pemroduksian dan pendistribusian informasi politik menjadi salah satu faktor kuat kemungkinan terjadinya perang kognitif pada penyelenggaran pilkada di masa yang akan datang. Minimnya tingkat literasi masyarakat di Indonesia mengakibatkan masyarakat mudah terpengaruh pemikirannya dan dapat membentuk tindakan yang sesuai dengan keinginan aggregator. Hal tersebut berkaitan juga dengan tingkat intelektualitas masyarakat Indonesia yang sangat sulit membedakan informasi yang dapat diyakini kebenarannya dan tidak. Senada dengan apa yang dijelaskan bapak sukamta yang menilai bahwa masyarakat Indonesia terkadang masih mempercayai konten-konten negatif seperti informasi hoax, ujaran kebencian, fitnah dan lain sebagainya. Gerakan-gerakan yang muncul di masa pilkada merupakan salah satu dari keberhasilan informasi dalam mempengaruhi kognisi publik dalam berfikir dan bertindak.

d) Rekayasa Sosial

Pola perang kognitif ini yaitu menjadikan manusia sebagai medan perangnya, dimana hal tersebut dipengaruhi oleh berbagai cara dalam memanipulasi pemikiran seseorang. Kehadiran media baru seperti halnya media sosial memperkuat terjadinya upaya memanipulasi manusia melalui informasi yang diedarkan. Pada penyelenggaraan pilkada di DKI Jakarta menunjukkan bahwa propaganda politik dan informasi politik menjadi salah satu strategi komunikator politik dalam mempengaruhi opini publik. Terjadinya penggiringan opini publik di masa pilkada merupakan salah satu

upaya dari perekayasa sosial dengan memanfaatkan isu-isu politik dan memanfaatkan kondisi lawan, emosi lawan dan psikologis lawan dan berujung terhadap penguasaan pola pikir lawan agar sesuai dengan keinginan aggregator. Perekayasa sosial ini dapat dilakukan bukan hanya oleh aggregator dari dalam negeri saja, bisa saja hal tersebut dilakukan oleh pihak asing. Pada penyelenggaraan pilpres di amerika, adanya dugaan keterlibatan rusia melalui serangan siber dan mempengaruhi kepercayaan publik menjadi salah satu bukti bahwa keterlibatan asing dalam proses demokrasi di suatu negara dapat terjadi. Pihak asing merekayasa sosial dengan tujuan untuk mendestabilisasi negara kita melalui perpecahan yang terjadi di masyarakat. Faktor keterlibatan asing dalam penyelenggaraan pilkada juga menjadi penguat terjadinya perang kognitif.

Jika melihat dari ke-empat faktor tersebut, target utama dalam penerapan perang kognitif terjadi dengan menyasar serapan informasi yang diterima masyarakat. Hal tersebut mengindikasikan bahwa teknologi informasi dan persebaran informasinya, dapat menjadi wadah untuk terjadinya perang kognitif. Garis besarnya adalah, jika wadah tersebut mengalami perkembangan di masa yang akan datang. Sehingga adanya kemungkinan bahwa perang kognitif yang sama, akan linier dengan perkembangan tersebut.

4.6. Pembahasan

4.6.1. Perang kognitif yang terjadi pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta tahun 2017

Perang kognitif merupakan perang yang menjadikan manusia sebagai medan perangnya. Persepsi publik menjadi salah satu target dari upaya serangan perang kognitif. Pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta, terdapat kubu-kubu politik yang mendukung masing-masing calon kepala daerah nya. Akan tetapi pengkubuan ini meluas menjadi polarisasi di tatanan masyarakat secara umum sehingga perpecahan sosial yang

terjadi disebabkan oleh perbedaan pendapat dan pandangan tentang cara memilih dalam kontestasi pilkada. Perbedaan pendapat dan pandangan ini diwujudkan melalui opini-opini politik yang disalurkan melalui berbagai media. Opini publik muncul karena adanya informasi dan isu-isu politik yang terjadi selama penyelenggaraan pilkada berlangsung. Komunikasi politik memiliki peranan penting dalam membentuk opini publik sehingga perlu memahami unsur-unsur komunikasi politik dalam aktivitas politik agar dapat dikelola dan dikembangkan dengan baik. Unsur-unsur komunikasi politik dijelaskan Menurut Nimmo (1993) yaitu:

a) Komunikator Politik

Pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta tahun 2017, komunikator politik memiliki peranan penting dalam mempengaruhi opini publik. Para calon kepala daerah dan tim suksesnya menjadi komunikator utama, dimana mereka memaparkan pesan kampanye mereka dalam kontestasi pilkada. Upaya tersebut dimaksudkan untuk mendapatkan perhatian dan dukungan dari publik agar memilih kandidat dari kubu mereka dalam pemilihan gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta. Selain komunikator utama, tentunya ada komunikator politik lainnya yang berpartisipasi dalam memunculkan opini nya di publik, dan mereka adalah masyarakat secara umum. Fenomena kemunculan *cyber army*, *buzzer* dan *influencer* politik di pilkada DKI Jakarta 2017 juga menambah daftar komunikator politik. Hal tersebut senada dengan apa yang dijelaskan bapak Sukamta yang menilai bahwa mereka dibentuk dan dibiayai untuk kepentingan politik. Selain itu mereka juga dibentuk untuk dapat mempengaruhi publik dengan cara kerja yang mereka rencanakan. Cara kerja *buzzer*, *cyber army* dan *influencer* ini adalah melakukan aktifitas pemasaran bagi calon yang mereka dukung sekaligus mendistribusikan kampanye gelap dan kampanye negatif yang menyerang pasangan lawan. Kedua fungsi ini kemudian di aplikasikan melalui pesan dengan didukung oleh akun bot sehingga informasi yang mereka

munculkan dapat viral dan menjadi perbincangan publik. Tujuan utamanya yaitu untuk mempengaruhi opini publik di media sosial, sehingga tidak jarang terjadi perdebatan dalam media sosial khususnya terkait isu-isu yang berhubungan dengan kontestasi pilkada DKI Jakarta.

b) Pesan Politik

Pada pilkada DKI 2017, komunikator politik memainkan perannya dalam mendistribusikan pesan politik yang dikemas menjadi sebuah berita, informasi dan isu publik. Isu publik yang muncul di permukaan adalah isu-isu terkait SARA, ujaran kebencian, informasi hoax, kampanye hitam dan kampanye negatif. Isu-isu tersebut kemudian dimanfaatkan oleh aggregator sebagai topik utama dalam pesan politik yang dirancang untuk di distribusikan ke publik. KPUD DKI Jakarta selaku penyelenggara hanya dapat melakukan counter informasi melalui sosialisasi-sosialisasi dan edukasi terkait kepemiluan. Hal tersebut dijelaskan oleh ibu Marlina yang mengatakan bahwa KPUD DKI Jakarta hanya dapat melakukan sosialisasi tentang kampanye di pemilu kepada masyarakat dan hal tersebut sesuai dengan prosedur yang ada. KPUD DKI sempat mengalami serangan informasi hoax dalam penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta, hal tersebut terlihat dari adanya upaya melaporkan pemilik akun twitter @do_ra_dong oleh ketua KPUD DKI Jakarta karena telah membuat informasi hoax dengan menyebarkan twitt dengan judul "Rencana Kecurangan KPU Memenangkan Ahok (Nailufar, 2017). Hal tersebut dilaporkan oleh Ketua KPUD DKI Jakarta ke mabes polri, karena akun tersebut telah membuat pesan yang berpotensi mendeligitimasi penyelenggaraan pemilu di DKI Jakarta. Pesan politik dapat memberikan pengaruh terhadap cara penerima informasi dalam menginterpretasikan dan memaknai sebuah informasi. hal tersebut dibuktikan dengan tergingringnya opini publik yang dipengaruhi oleh informasi yang didapatkan di masa

pilkada DKI Jakarta. Informasi yang di dapatkan bisa berupa gambar maupun text, karena yang terpenting adalah pesan yang terkandung di dalamnya. Hal tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu yang menjelaskan bahwa saat ini, banyak audiens yang ditarik ke dalam pusaran misinterpretasi dan penipuan ketika perang kognitif secara rutin dipraktekkan. Pemirsa yang rentan adalah mereka yang mengkonseptualisasikan dan mengumpulkan informasi lebih banyak dari gambar daripada dari bahasa, audiens yang telah dibesarkan dalam perspektif sektarian yang mengurangi kemungkinan resolusi, dan audiens asing yang tidak memiliki informasi latar belakang untuk menganalisis produk secara kritis dan menyangkal pesannya (Mackiewicz, 2018). Penggiringan opini yang terjadi menyebabkan terpolarisasinya opini masyarakat di media sosial, dan di kehidupan sehari-hari. Pada penyelenggaraan pilkada telah terjadi berbagai upaya yang akhirnya mendorong masyarakat untuk bersikap dalam menanggapi isu yang terjadi selama pilkada DKI Jakarta berlangsung. Seperti halnya dalam penyebaran propaganda melalui spanduk-spanduk seperti di bawah ini.



Gambar 4.1: Spanduk yang disebarakan ke masyarakat terkait penolakan mensolatkan jenazah dari pendukung dan pembela penista agama

Sumber: Tirto.id, ditulis oleh Ridhoi M.A, 2017.

Propaganda diatas menunjukkan ada upaya yang dilakukan oleh beberapa pihak untuk memecah belah masyarakat karena perbedaan pilihan. Pesan yang terkandung didalamnya bermuatan

negatif dan dapat mempengaruhi publik dan tentunya untuk dapat melemahkan salah satu calon dalam kontestasi pilkada yang sedang mengalami kasus penistaan agama yaitu Basuki Tjahatja Purnama atau Ahok. Isu SARA memang selalu menjadi topik utama pemberitaan di media, dan hal tersebut merupakan salah satu contoh adanya upaya penggiringan opini yang terjadi dalam pilkada DKI Jakarta. Selain itu ada juga terkait informasi hoax yang mengarah pada salah satu pasangan calon seperti di bawah ini:



Gambar 4.2: Kontrak syariat islam yang bertanda tangan palsu Anies-Sandi

Sumber: Detik.com, ditulis oleh Rahayu, C.M, 2017

Dalam kontrak palsu tersebut terdapat kalimat “Saya Anies Baswedan dan Saya Sandiaga Uno menyatakan siap memimpin DKI Jakarta dengan nilai-nilai Syariat Islam dan mendengarkan nasihat para Mufassir dan Ulama” serta dibubuhi tanda tangan palsu (Rahayu, C.M, 2017). Anies menegaskan bahwa hal tersebut bukan tanda tangan dirinya dan pasangannya, dan ini merupakan sebuah fitnah melalui informasi palsu yang disebar. tentunya dalam kasus ini adalah informasi telah di produksi dalam melakukan kampanye hitam. Masyarakat semakin terpolarisasi dengan pemberitaan-pemberitaan yang seperti ini ketika pilkada DKI berlangsung, sehingga masyarakat kesulitan dalam memaknai

pesan yang beredar di media, baik media online maupun media sosial seperti yang terjadi diatas.

c) Media Komunikasi Politik

Dominasi penggunaan media komunikasi politik pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta 2017 yaitu media sosial. karakteristik media sosial yang cepat dan tidak terbatas ini dimanfaatkan oleh komunikator dalam mendistribusikan pesan politiknya. Namun, pada pilkada DKI Jakarta 2017, media sosial ini menjadi ruang bagi aggregator dalam melancarkan serangan. Hal tersebut dijelaskan juga oleh Bapak Ardi Sutedja selaku ketua Indonesian Cyber Security Forum yang menjelaskan bahwa Sekarang internet itu dipersenjatai dan sudah terbukti berhasil, bahkan aktor nya bukan hanya negara, bukan hanya militer tetapi juga masyarakat dan kelompok-kelompok yang melakukan kejahatan terorganisir yang menjadikan internet sebagai senjata, contohnya adalah peretasan, pembohongan publik melalui informasi dan yang lain sebagainya. Bahkan tidak hanya berlaku di jaringan internetnya saja, akan tetapi media sosial juga dapat menjadi ruang untuk dijadikan medan perang (Sutedja, Komunikasi personal, 2021). Pada masa pilkada DKI Jakarta 2017, senjata yang digunakan dalam peperangan di media sosial adalah informasi, dimana informasi yang disebarakan memiliki sensitifitas yang tinggi dan dapat mempengaruhi situasi dan kondisi di masa pilkada. Pesan-pesan yang dibangun merupakan pesan bersifat memicu perdebatan di publik, mengingat hal tersebut merupakan opini dan belum tentu berupa fakta, akan tetapi opini-opini kepentingan tertentu. Terlebih pesan politik itu di distirbusikan dengan media lainnya seperti media cetak. Dari laporan akhir hasil pilkada DKI Jakarta 2017 yang dirilis oleh bawaslu menunjukkan bahwa pesan-pesan politik yang dicetak melalui baligho dan spanduk yang bermuatan fitnah serta provokatif pada putaran kedua telah terjadi peningkatan yang signifikan,

sehingga menyebabkan masyarakat disajikan dengan konten-konten yang memicu konflik di lapangan.

d) **Khalayak Komunikasi Politik**

Pilkada DKI Jakarta 2017 memunculkan kelompok-kelompok dan gerakan gerakan baru, hal tersebut diakibatkan oleh polarisasi yang terjadi di masyarakat. Penyebab terjadinya polarisasi adalah ketika para kubu pendukung satu sama lain saling menyerang dengan opini-opini yang disajikan ke publik. khalayak komunikasi politik ini merupakan sasaran dari komunikator politik sebagai penerima informasi. Menurut wahid khalayak adalah suatu kelompok orang-orang yang sedang dihadapkan pada isu (permasalahan) yang sulit serta saling berbeda pendirian dan pendapat serta pemecahannya, karena itu terlibat dalam suatu diskusi (Wahid, 2016). Pada pilkada DKI Jakarta 2017, media sosial dipenuhi dengan perdebatan diantara masyarakat dalam menghadapi isu, contohnya adalah isu penistaan agama yang dilakukan oleh salah satu calon, hal tersebut menimbulkan pro dan kontra. Para pendukung dari calon gubernur dan wakil gubernur pun ikut ambil peran dalam isu tersebut, sehingga mengakibatkan terpengaruhnya opini publik dengan isu yang sedang berlangsung. Tentunya ada dua perspektif, bagi para masyarakat yang berlatar agamis menjadikan setiap informasi yang menyudutkan kandidat tersebut diyakini kebenarannya, namun bagi para masyarakat pendukung calon tersebut melakukan counter informasi yang menyudutkan kandidat yang didukungnya, sehingga perdebatan tidak dapat dihindarkan. Artinya publik semakin terkotak-kotakan dengan isu yang beredar di masyarakat, informasi semakin sulit untuk dapat diuji kebenarannya, sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi kognisi publik. Media sosial juga membantu dalam mensegmentasi publik yang sesuai dengan kebutuhan informasinya. Hal tersebut dijelaskan oleh Dr. Pratama selaku founder CISSReC yang menjelaskan bahwa media sosial mampu memprofiling

penggunanya seperti orientasi politik dan orientasi ideologi kita, sehingga iklan yang ditampilkan oleh media sosial itu sesuai dengan minat dari penerima informasi atau targeted (Pratama, komunikasi personal, 2021). Masyarakat yang sudah terkotakan memudahkan agresor dalam melancarkan serangannya, hal tersebut dikarenakan informasi yang disiapkan sebagai senjata akan diarahkan sesuai dengan kategorisasi yang ada.

e) Efek Komunikasi Politik

Komunikasi politik yang terjadi selama pilkada DKI Jakarta berlangsung, memiliki efek dari berbagai aspek. Di tatanan masyarakat pola komunikasi yang terjadi berdampak pada kerukunan dan kesatuan dari masyarakat yang ada di DKI Jakarta, walaupun sebagian masyarakat Jakarta sudah mengerti bahwa informasi seputar pilkada yang beredar di media permainan hanya politik. Akan tetapi tetap ada yang terpengaruh dengan isu yang terjadi, bahkan efeknya dirasakan sampai pilpres di tahun 2019. Isu yang diangkat tetap sama yaitu politik identitas, gerakan 212 yang tetap melancarkan aksi dan reuni menjadi salah satu contoh bahwa efek komunikasi politik yang terjadi di pilkada DKI Jakarta berbuntut Panjang. Di tatanan masyarakat, efek komunikasi politik yang terjadi memicu permusuhan berkepanjangan, rasa saling tidak percaya dan hilangnya rasa persatuan di masyarakat. Perang kognitif semakin berbahaya karena terjadinya perluasan saluran media untuk pendistribusian informasi. perang kognitif yang disertai dengan penggunaan teknologi dan perencanaan yang matang yang menyebabkan dampak yang dihasilkan begitu besar. Hal tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang menjelaskan bahwa dalam perspektif demokrasi khususnya pemilu, perang kognitif dapat mempengaruhi proses pemilihan dengan penyisipan konten tertentu, serangan teknologi, atau kombinasi keduanya, sehingga mencoba memperdalam keretakan sosial yang ada. perang kognitif dapat

merongrong kepercayaan publik terhadap lembaga-lembaga demokrasi. Penyebaran informasi yang tidak benar mengenai perilaku para tokoh dalam sistem demokrasi dapat merusak kepercayaan publik terhadap lembaga demokrasi dan proses demokrasi pada umumnya, serta merusak eksistensi demokrasi itu sendiri (David, 2019). Kepercayaan publik kepada pemerintah seakan-akan terpengaruhi oleh setiap opini yang ada di masa pilkada. Hal tersebut terjadi karena ada upaya-upaya pelemahan yang dilakukan oleh agregator yang ditujukan untuk membuat publik semakin ragu terhadap posisi pemerintah di masa pilkada DKI Jakarta.

Media baru yang digunakan selama pilkada berlangsung yaitu didominasi oleh penggunaan media sosial yang dijadikan sebagai saluran utama dalam penyebaran informasi oleh komunikator politik. Dimana media sosial ini dianggap sebagai saluran efektif dalam mempengaruhi publik. Media sosial memiliki peran dalam membawa penggunanya untuk dapat ikut berpartisipasi secara aktif dan memberikan timbal balik secara cepat, baik dalam merespon informasi yang ada, maupun memberikan informasi serta opini politiknya. Karakter media baru yang dalam hal ini adalah media sosial memiliki beberapa permasalahan utama dibandingkan dengan media lama. Hal tersebut dijelaskan oleh McQuill (dalam wahid 2016) yang menjelaskan ada 3 permasalahan utama dalam teori media baru yaitu:

a) *Power and inequality* (Kekuasaan dan ketidaksetaraan)

Media sosial dijadikan sebagai sarana utama dalam menyampaikan aspirasi dan opini politik dari masyarakat di masa pilkada. Hal tersebut dilakukan karena karakter media sosial ini tidak terbatas, sehingga masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan akses informasi dan mendistribusikan informasi. Banyaknya informasi yang terjadi di beberapa platform media sosial menjadi kerentanan sendiri. arus informasi yang tidak di kontrol menyebabkan kemungkinan munculnya informasi-informasi yang tidak berdasarkan fakta.

Informasi tersebut disebarkan hanya untuk dapat mempengaruhi pikiran publik untuk dapat termanipulasi sehingga masyarakat dapat tergiring opini nya atas informasi yang beredar. Media sosial mendukung hal itu dengan cara membantu mensegmentasi iklan-iklan politik tersebut diarahkan kepada masyarakat yang sesuai dengan minat politiknya, sehingga dalam pilkada DKI Jakarta tidak sedikit yang membawa informasi atas opini dan kepentingan politik pribadinya. Arus informasi yang tidak di kontrol ini menyebabkan terjadinya perpecahan dan perdebatan di media sosial dan berdampak pada kehidupan di dunia nyata. Pemerintah Indonesia sebenarnya memiliki UU ITE untuk dapat mengatur lalu lintas informasi yang ada di media sosial, akan tetapi pada pelaksanaannya hal tersebut belum efektif dalam mencegah perilaku komunikator politik dalam mendistribusikan informasi. hal tersebut senada dengan apa yang dikatakan oleh bapak Pratama yang menjelaskan bahwa UU ITE kalau diterapkannya dengan benar harusnya bisa mencegah banyaknya disinformasi yang ada di media sosial. akan tetapi saat ini pengimplementasiannya tidak sesuai sehingga banyak orang yang berfikir bahwa hukum yang ada di indonesia hanya formalitas saja, padahal jika di implementasikan dengan baik, sudah jelas itu ada ancaman hukumannya. Seperti yang diketahui bahwa UU ITE belum maksimal dalam mencegah informasi-informasi yang bersifat provokatif, SARA dan berbau fitnah, karena fokus UU ITE belum sampai pengimplementasiannya kepada mengatur arus informasi. hal tersebut dijelaskan oleh bapak Ardi yang menjelaskan bahwa Spirit dan isi dari UU ITE ini tidak mencerminkan perkembangan teknologi terkini. pokok pemikiran dari UU ITE saat itu tidak mengacu kepada permasalahan-permasalahan seperti kognitif atau *social engineering*, Akan tetapi pada saat itu hanya melihat bahwa teknologi itu bisa dimanfaatkan untuk

kejahatan seperti scamming dan lain sebagainya terutama fokusnya pada industri-industri seperti industri keuangan.

b) *Social integration and identity* (Integrasi sosial dan identitas)

Penggunaan media sosial dalam di masa pilkada DKI Jakarta 2017 menyebabkan publik menjadi ketergantungan dalam mendapatkan informasi dan menyebarkan informasi di media sosial. Masyarakat semakin individualistik dalam menggunakan media sosial dengan cara memunculkan opini-opini pribadi sebagai respon atas suatu isu atau informasi politik tanpa memaknai informasinya terlebih dahulu. Hal tersebut membuktikan bahwa kemudahan yang ditawarkan dalam media sosial ini dimanfaatkan oleh sebagian orang untuk menyampaikan opini politiknya. Hal tersebut senada dengan apa yang dijelaskan oleh bapak Sukamta yang menganggap bahwa kemudahan dalam menyampaikan opini ke publik menyebabkan perdebatan dan perbedaan pandangan yang berpotensi menyebabkan diintegrasikan di masyarakat. Jika sudah dalam kondisi tersebut, aggregator sudah berhasil dalam memenangkan fikiran dan hati masyarakat sehingga masyarakat dengan mudah digiring opininya akibat informasi yang diberikan, hal ini bertujuan untuk dapat mengalihkan pola pikir publik untuk dapat mengikuti kepentingan politik aggregator dengan cara memproduksi opini pribadi dan mempengaruhi opini publik. Hal tersebut terlihat pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta, dimana masyarakat secara aktif memunculkan opini pribadinya sehingga menimbulkan perdebatan yang berpotensi memecah belah masyarakat itu sendiri. Dampaknya masyarakat terpolarisasi karena suatu informasi, bahkan sampai ketinggian yang paling terkecil yaitu keluarga. Hal tersebut dijelaskan oleh bapak Ardi yang menilai bahwa Dampak yang paling besar dari adanya perang kognitif dalam penyelenggaraan pilkada ini, justru terasa di masyarakat yang tidak tahu apa-apa. Akibatnya dalam tatanan keluarga sendiri terjadi

konflik karena pilihan pilkada kemarin, artinya fenomena ini memunculkan sikap saling tidak percaya satu sama lain dan menimbulkan spekulasi yang tidak pada tempatnya sehingga negara ini ke depan sulit untuk maju karena satu sama lain saling curiga akibat polarisasi yang terjadi (Sutedja, Komunikasi personal, 2021).

c) *Social Change* (perubahan sosial)

Perubahan mendasar yang terjadi di masyarakat yaitu adalah semakin individualistiknya masyarakat dalam memberikan opini politiknya di media sosial, sehingga hal ini yang memicu perdebatan-perdebatan di media sosial. Opini politik yang berorientasi pada pandangan pribadi ini dapat secara langsung mengkotak-kotakan masyarakat, karena pada akhirnya masyarakat akan dipertemukan dengan opini yang sesuai dengan apa yang mereka yakini kebenarannya, sehingga hal tersebut juga dapat mempengaruhi opini publik secara menyeluruh. Ketergantungan masyarakat akan informasi yang diedarkan di media sosial menjadi kerawanan tersendiri, mengingat informasi yang beredar di masa pilkada tidak sepenuhnya didasari dengan fakta yang sebenarnya. Ada kemungkinan komunikor yang memberikan informasi sebagai upaya dalam menggiring opini publik ke arah kepentingan politiknya. Hal tersebut bisa dilakukan oleh para tim sukses para calon, maupun oleh komunikator politik yang dibayar oleh kepentingan politik.

4.6.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya perang kognitif pada penyelenggaraan pilkada di Indonesia di masa yang akan datang

Fenomena perang kognitif merupakan ancaman baru dalam penyelenggaraan pemilihan kepala daerah dan pemilihan umum di masa yang akan datang. Pemanfaatan perang kognitif dalam pemilihan umum sudah dilakukan sejak lama, hal tersebut yang mendasari peneliti terkait kemungkinan perang kognitif akan mempengaruhi pada penyelenggaraan pilkada di masa yang akan datang. Terlebih pemerintah menetapkan ke

depan pemilihan kepala daerah ini akan dilakukan secara serentak, sehingga ini memberikan peluang perang kognitif itu kembali terjadi. Tentunya ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya perang kognitif pada penyelenggaraan pilkada di Indonesia di masa yang akan datang. Dilihat dari elemen perang kognitif dalam NATO review yang ditulis oleh Johns Hopkins University & Imperial College London, yang menjelaskan bahwa perang kognitif mengintegrasikan kemampuan cyber, informasi, psikologis, dan rekayasa sosial untuk mencapai tujuannya (NATO Review ,2021).

Ancaman perang kognitif merupakan tantangan ke depan bagi penyelenggaraan pilkada di Indonesia, dan ke-empat faktor tersebut berhasil memanipulasi dan menggiring opini publik seperti yang terjadi pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta tahun 2017 yang lalu. Jika dilihat dari ke-empat faktor tersebut, target utama dalam penerapan perang kognitif terjadi dengan menyasar serapan informasi yang diterima masyarakat. Hal tersebut mengindikasikan bahwa teknologi informasi dan persebaran informasinya, dapat menjadi wadah untuk perang kognitif. Generalisasinya adalah, jika wadah tersebut mengalami perkembangan di masa yang akan datang dan memungkinkan terjadi perang kognitif yang sama, dan akan linier dengan perkembangan tersebut.

a) Kemampuan Cyber

Salah satu faktor terjadinya perang kognitif karena menjadikan teknologi sebagai salah satu sarana dalam melancarkan serangannya. Pemanfaatan teknologi merubah cara kerja manusia dalam penyelenggaraan pilkada di Indonesia. Salah satu nya adalah upaya penyelenggara dalam merekam data dan informasi publik menggunakan sistem komputerisasi. Data dan informasi yang dimiliki oleh penyelenggara pemilihan kepala daerah yaitu data-data pemilih dan data-data terkait kepemiluan, dimana hal tersebut dibagi menjadi dua bagian, ada data yang dapat dipublikasikan dan data yang tidak bisa dipublikasikan. Penggunaan teknologi dalam

merekam data dan informasi yang dimiliki tidak sepenuhnya aman, terbukti dengan adanya serangan hacking yang terjadi di pilkada DKI Jakarta tahun 2017 menunjukkan bahwa sistem keamanan informasi yang dimiliki belum kuat sepenuhnya. Walaupun pada dasarnya hal tersebut tidak mempengaruhi hasil suara dari pemilihan kepala daerah, akan tetapi ada pesan yang ingin disampaikan oleh pelaku serangan yang membuat masyarakat resah terkait data informasi pribadinya. Hal tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu yang menjelaskan bahwa dalam perang kognitif, alat peretasan dapat digunakan untuk tujuan politik dengan cara mendistorsi gambar, menghasilkan, dan menyebarkan berita palsu melalui taktik seperti pengumpulan data yang ditargetkan, pembuatan konten, dan amplifikasi palsu. Hal tersebut dilakukan untuk dapat memanipulasi opini publik dan memenangkan peperangan tanpa bersentuhan fisik. Perlu adanya suatu tata kelola kebijakan dalam mengantisipasi perang kognitif yang merupakan fenomena baru (Alexandra, 2021).

Adanya upaya peretasan yang menyebabkan sistem server KPU *down*, dilakukan bertujuan untuk mempengaruhi opini publik terkait kinerja KPUD DKI Jakarta dan untuk melemahkan kepercayaan publik kepada penyelenggara, Sehingga seringkali pertanyaan muncul terkait keamanan data pemilih dan kesesuaian data pemilih pasca serangan. Hal tersebut senada dengan hasil penelitian terdahulu yang menjelaskan bahwa operasi perang kognitif terhadap integritas pemilu lebih besar daripada ancaman yang ditimbulkan oleh kemampuan siber. Resiko siber yang paling signifikan terhadap integritas pemilu berasal dari perlindungan keamanan siber yang tidak memadai yang diterapkan oleh aktor-aktor lain yang relevan secara politik, terutama kampanye politik, partai politik, dan media (Backes, Andrew 2019).

Saat ini, perkembangan teknologi informasi sudah semakin berkembang. Hal ini dibuktikan menurut teori dari Jerry, yang

menyatakan bahwa teknologi informasi bidang politik ke depannya dapat berwujud *cyberpolitics*, yang dapat menjadi sarana utama ilmu politik untuk dapat berakselerasi di masa depan karena memiliki lingkup yang luas dan mampu mencakup *stakeholder* yang bermain didalam politik tersebut (Jerry, 2019). *Cyberpolitic* merupakan representasi dari kegiatan politik yang dilakukan di ruang siber. Dimasa yang akan datang, Aktivitas politik seperti Pendidikan politik, kampanye politik, komunikasi politik dilakukan di dunia siber dan tidak lagi secara konvensional, karena dirasa lebih praktis dan jangkauannya lebih luas. Perpaduan antara demokrasi dalam lingkup hak dan kebebasan berpendapat dengan *cyberpolitic* akan memperkuat terjadinya aktivitas komunikasi politik yang dilakukan di ruang siber. *Cyberpolitic* erat kaitannya dengan komunikasi politik yang diwujudkan dengan penggunaan media baru sebagai ruang dalam menyampaikan komunikasi politik yang dilakukan oleh masyarakat. Opini politik yang ada di media baru seperti media sosial dapat memperkuat pengaruh terhadap opini publik dengan melakukan propaganda politik, penyebaran informasi politik dan aktifitas komunikasi politik lainnya. Dimana media sosial yang sejatinya merupakan ruang dalam bertukar informasi dijadikan sebagai medan perangnya. Kecanggihan media sosial dalam melakukan profiling para penggunanya dimanfaatkan oleh aggregator dalam mensegmentasi target serangan melalui informasi-informasi yang dapat menunjang kepentingannya. Hal tersebut bertujuan untuk dapat memenangkan hati dan fikiran pengguna agar mampu mengikuti apa yang menjadi keinginan aggregator. Hal ini dilakukan dengan memanfaatkan akun-akun bot dalam mendistribusikan informasi agar muncul menjadi topik pembicaraan publik. Pada pilkada DKI Jakarta tahun 2017, penggunaan *cyberpolitics* sudah terjadi, hal tersebut digambarkan dengan banyaknya aktifitas politik yang dilakukan di ruang siber,

dimana para kontestan politik membentuk website yang dikelola oleh tim sukses dengan tujuan untuk dijadikan sebagai ruang informasi yang bisa di akses oleh publik. Selain itu masing-masing para kontestan politik di pilkada DKI Jakarta juga memiliki akun media sosial yang dibuat dalam rangka pemberian informasi kepada masyarakat terkait aktifitas yang dilakukan oleh para calon di masa pilkada. Konten-konten kampanye menjadi bagian dari upaya para kontestan dalam mempengaruhi pilihan publik dengan menggunakan ruang siber, terlebih lagi masing-masing kontestan atau pasangan calon gubernur dan wakil gubernur sangat aktif dalam menggunakan media sosial sebagai bagian upaya mendapatkan dukungan dari masyarakat.

Selain itu penyelenggara menggunakan ruang siber sebagai wadah dalam melakukan pendidikan politik di masa pilkada, seperti informasi-informasi terkait kepemiluan, update data pemilih, serta mekanisme pencoblosan di masa pemilu. Hal tersebut bertujuan agar masyarakat dapat mengetahui perkembangan dari sisi penyelenggaraan. Akan tetapi, pada pilkada DKI Jakarta 2017, ada beberapa aktor politik yang memanfaatkan ruang siber atau dalam hal ini adalah media berjejaring internet seperti media sosial sebagai upaya mempengaruhi opini publik dengan cara mendistribusikan informasi-informasi yang mendukung kepentingan politik mereka. Seperti apa yang dilakukan oleh para buzzer, influencer, dan cyber army. Mereka menggunakan media sosial sebagai ruang dalam memberikan informasi yang dapat mempengaruhi kognisi publik. Informasi-informasi yang disebarakan yaitu terkait propaganda politik, konten ujaran kebencian, kampanye hitam dan kampanye negatif. Tentunya aktifitas politik tersebut dilakukan secara virtual dan tidak dilakukan secara langsung, mereka memanfaatkan ruang siber karena menganggap bahwa ruang siber seperti media sosial ini akan sulit di deteksi dalam menemukan pelaku penyebaran informasi

tersebut sehingga meminimalisir potensi pelanggaran yang terjadi atas informasi yang mereka buat.

b) Informasi

Perkembangan dalam persebaran informasi yang terjadi di media sosial saat ini menjelma sebagai alat komunikasi politik karena dianggap cukup efektif. Menurut Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2018, pengguna internet di Indonesia akan mencapai 109 juta. Jumlah ini menjadi salah satu potensi bagi peserta Pemilu baik secara lembaga ataupun individu dalam menjangkau massanya melalui media baru. Ada sekitar 100 juta massa yang akan diperebutkan oleh calon-calon yang akan berlaga di kontestasi politik nasional baik dalam pemilihan legislatif dan pemilihan presiden di masa yang akan datang (Tosepu, 2017).

Dalam perang kognitif, informasi merupakan salah satu senjata dalam mempengaruhi opini publik. Pesan politik yang disampaikan harus dapat memenangkan hati dan pikiran dari yang menerima informasi, sehingga aggregator dapat menguasai pola pikir dan tindakan dari target sasaran sesuai keinginannya. Dalam perang kognitif, informasi dijadikan sebagai suatu sarana dalam menaburkan keraguan publik terhadap pemerintah dengan cara mempengaruhi opini publik. Hal tersebut senada dengan hasil penelitian terdahulu yang menjelaskan bahwa perang kognitif merupakan senjata opini publik oleh entitas eksternal dengan tujuan untuk dapat mempengaruhi kebijakan publik dan pemerintah, dan menggoyahkan institusi publik. Destabilisasi dan pengaruh adalah tujuan mendasar dari perang kognitif dengan cara menabur ketidakpuasaan dalam masyarakat atau mendorong keyakinan dan tindakan tertentu (Alonso Bernal, dkk, 2020). Pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta 2017, komunikator politik memproduksi informasi-informasi berupa ujaran kebencian, hoax, fitnah, kampanye negatif dan kampanye hitam sebagai upaya dalam mempengaruhi

opini publik. Hal tersebut memanfaatkan kelemahan masyarakat dalam memaknai dan menginterpretasikan pesan dalam informasi, sehingga menimbulkan multiinterpretasi di publik. Memang di era post truth saat ini masyarakat kesulitan membedakan informasi yang benar dan tidak benar. Penggiringan opini publik yang dilakukan oleh komunikator politik ini menyebabkan terjadinya polarisasi dan perpecahan di masyarakat, pada pilkada DKI Jakarta 2017 bisa kita lihat terjadinya polarisasi di masyarakat akibat adanya politik identitas. Politik identitas ini dihasilkan dari informasi-informasi yang didistribusikan secara masif di media sosial dan berdasarkan isu-isu yang berkembang di masa pilkada. Isu SARA yang menjadi topik utama dalam pembentukan politik identitas yang terjadi di pilkada DKI Jakarta 2017. Contohnya adalah sesuai dengan apa yang dikatakan bapak Pratama yang menjelaskan bahwa Informasi yang beredar di masa pilkada DKI Jakarta bagi sebagian masyarakat Jakarta sudah mengerti bahwa itu permainan politik. Akan tetapi ada yang terpengaruh dengan isu yang terjadi, seperti kasus penistaan agama yang melibatkan calon kepala daerah yaitu Basuki Tjahatja Purnama atau yang lebih dikenal Ahok. Hal tersebut mempertegas bahwa Perang kognitif semakin berbahaya karna terjadinya perluasan saluran media untuk pendistribusian informasi yang disertai dengan penggunaan teknologi dan perencanaan yang matang.

Faktor yang menimbulkan perang kognitif pada penyelenggaraan pilkada sebelumnya antara lain kemampuan siber, persebaran informasi, serangan psikologis dan rekayasa sosial. Namun, dengan perkembangan wadah berupa teknologi informasi dan persebaran informasinya, berdasarkan ke-empat faktor tersebut, faktor yang akan berkembang dan dapat digunakan kembali di masa pilkada yang akan datang, adalah faktor kemampuan siber dan informasi, yang dalam hal ini sesuai dengan perkembangan yang ada di masa pilkada mendatang.