

IMPLEMENTASI PENGEMBANGAN KONTEN WEB “GENERAKSI.ORG” SEBAGAI PLATRFORM LITERASI MEDIA DAN POLITIK BAGI CALON PEMILIH PEMULA PEMILIHAN PRESIDEN RI 2019

Sigit Pamungkas

Sigit.pamungkas@uph.edu
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pelita Harapan

Agustin Diana Wardaningsih

agustin.wardaningsih@uph.edu
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pelita Harapan

Deborah N. Simorangkir

deborah.simorangkir@sgu.ac.id
Faculty of Business and Communication
Swiss German University

ABSTRAK

Sepanjang tahun Pemilihan Presiden Indonesia 2019, media sosial diramaikan dengan ‘perang’ kampanye politik antara pendukung Joko Widodo - Ma’ruf Amin dan Prabowo Subianto - Sandiaga Uno. Kampanye hitam, *meme*, dan fitnah terus menerus bermunculan di media sosial. Fenomena serupa pernah juga terjadi pada 2014 ketika pendukung Prabowo Subianto - Hatta Rajasa dan pendukung Joko Widodo - Jusuf Kalla saling perang opini di media sosial. Sangat sedikit kampanye yang tidak menyerang pesaing, bebas ujaran kebencian, dan hanya fokus pada program masing-masing kandidat. Situasi ini membuat para pengguna media sosial, - terutama para pemilih pemula yang rujukan utama berita politiknya adalah media sosial - untuk membedakan antara berita politik yang benar benar dan salah (*hoax*). Para pemilih pemula juga akan kesulitan dalam menentukan dan menyatakan sikap politik mereka. Alhasil, banyak netizen yang harus berurusan dengan penegak hukum karena unggahan opini politik mereka dianggap melanggar Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik Indonesia. Hal ini dapat semestinya dapat dicegah jika pengguna telah ‘melek media sosial’, terutama dalam hal menyatakan sikap politik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran media sosial bagi pemilih pemula dalam menentukan dan mengekspresikan sikap politik terhadap pemilihan presiden Indonesia 2019. Survei dilakukan terhadap 100 siswa SMA Tanjung Pandan Belitung

berusia 16-18 tahun yang memiliki hak pilih. pada pemilihan presiden 2019. Hasil penelitian menunjukkan peran media sosial bagi pemilih pemula sebagai sarana untuk memperoleh informasi, mengungkapkan sikap politik, atau menentukan sikap politik. Hasil survei juga akan dijadikan sebagai materi literasi media yang akan dipublikasikan melalui web generaksi.org yang merupakan salah satu luaran penelitian ini yang didanai oleh Kementerian Riset dan Teknologi pada periode 2018-2019.

Kata kunci: Pilpres 2019, Media sosial, Literasi media, pemilih pemula, golput

ABSTRACT

During Indonesia's 2019 presidential election, social media was invigorated by a 'war' of political campaigns between the supporters of Joko Widodo - Ma'ruf Amin and Prabowo Subianto - Sandiaga Uno. Endless smear campaigns, memes, and slanders became viral on social media. Such phenomenon also occurred in 2014 when supporters of Prabowo Subianto - Hatta Rajasa ignited an opinion war on social media against supporters of rivals Joko Widodo - Jusuf Kalla. Very few campaigns refrained from attacking competitors and remaining free from hate speech. This situation made it difficult for social media users – especially first-time voters, whose main reference of political news is social media – to distinguish between true and false news (hoaxes), and to determine and express their political attitudes. Consequently, many netizens had to deal with law enforcers because of uploading political opinions that are considered illegal under Indonesia's Electronic Information and Transactions Law. This could have been prevented had the users been 'social media-literate', especially when it comes to political behavior.

This study aims to determine the role of social media for first-time voters in determining and expressing political attitudes toward Indonesia's presidential election 2019. A survey was conducted on 100 Tanjung Pandan Belitung High School students aged 16-18 years who had the right to vote at the 2019 presidential election. Results indicate the role of social media for first-time voters as a means to obtain information, express political attitudes, or determine political attitudes. The survey results will also be used as media literacy material that will be published through the generaksi.org web, which is one of the outputs of this research funded by the Ministry of Research and Technology in the period 2018-2019.

Keywords: Indonesian's 2019 presidential elections, Social media, Media literacy, first-time voters, non-voters

Artikel ini adalah bagian dari penelitian produk terapan periode 2018 - 2019 yang didanai oleh **Ristekdikti**. Sebagian dari penelitian ini telah dipresentasikan pada forum ICA Regional Conference 2019 yang diadakan pada 16 – 18 Oktober 2019, dan diterima sebagai prosiding. Produk yang dihasilkan pada saat dipresentasikan pada

forum tersebut masih berupa draft dan prototip. Pada artikel ini, produk terapan sudah diisi sejumlah konten dan bisa diakses secara langsung secara *online*.

A. PENDAHULUAN

Sepanjang tahun Pemilu Presiden RI 2019, media sosial diramaikan dengan perang kampanye politik antara pendukung capres Joko Widodo - Ma'ruf Amin dan Prabowo Subianto - Sandiaga Uno. Munculnya kampanye hitam, meme politik, hingga fitnah tanpa bukti menjadi viral di berbagai lini masa media sosial. Menurut survey yang dilakukan oleh *Political Wave*, dua bulan menjelang pemilu presiden 2019, lini masa media sosial dibanjiri dengan berita hoaks dan *hate speech* yang ditujukan kepada kedua pasangan kontestan pemilu berita (Rohmah, 2019). Fenomena perang opini di media sosial yang serupa juga pernah terjadi pada Pemilu Presiden 2014 antara pendukung pasangan Prabowo Subianto - Hatta Rajasa melawan pendukung pasangan Joko Widodo - Jusuf Kalla. Padahal menurut jurnalis The New York Times, *Joe Cochrane*, kampanye hitam pada Pemilu Presiden saat itu (2014) adalah yang terburuk dibanding ajang Pemilu Presiden sebelum-sebelumnya (Cochrane, 2014)

Sangat jarang ditemukan kampanye yang tidak menyerang kompetitor dan bebas ujaran kebencian. Charles Honoris (Anggota Komisi I DPR RI) menyatakan bahwa dalam menyikapi Pemilu 2019, masyarakat cenderung tidak terlalu peduli mengetahui visi misi, rekam jejak, ataupun program yang disampaikan pasangan calon presiden dan calon wakil presiden melalui media sosial. Mereka lebih tertarik terhadap sesuatu yang mengandung ujaran kebencian, hoax, dan fitnah (Putra, 2018).

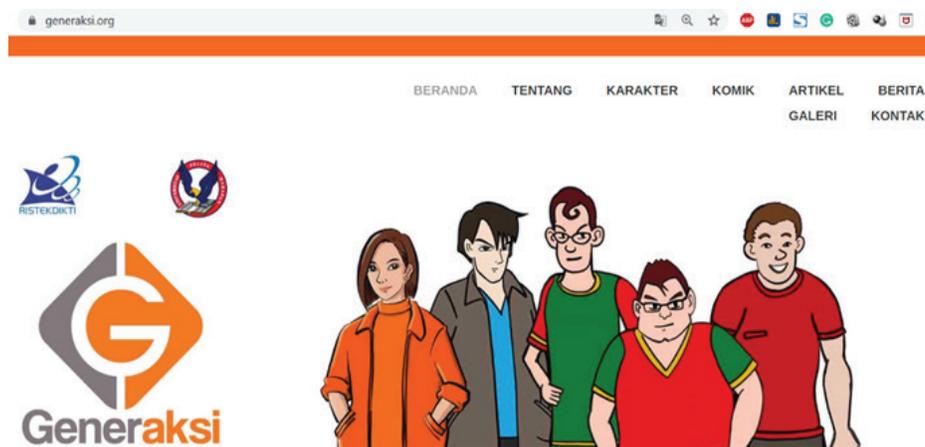
Kondisi seperti ini akan menyulitkan membuat pengguna media sosial, khususnya yang pemilih pemula pada Pemilu Presiden 2019, untuk membedakan informasi yang benar dan informasi bohong (hoaks). Mereka juga akan kesulitan menentukan sikap politiknya pada Pemilu 2019. Konsekuensinya, banyak netizen yang harus berurusan dengan para penegak hukum gara-gara pernyataan sikap politik yang mereka unggah dianggap melanggar Undang Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Seorang remaja berusia 16 tahun ditangkap aparat penegak hukum karena telah melakukan penghinaan melalui video, dan diviralkan (Ronald, 2018). Selain netizen awam, aktivis Ratna Sarumpaet juga harus ditangkap oleh aparat penegak hukum karena dianggap telah menyebarkan informasi hoaks (Wahyuningrum, 2018). Hal ini semestinya bisa dicegah jika para pengguna media sosial memperoleh literasi media, khususnya dalam hal menyatakan sikap politik.

Pada sisi lain, tingkat partisipasi pemilih pemula juga menjadi sorotan. Ajakan

dan tuduhan bahwa pemilu 2019 akan ada kecurangan membuat pemilih pemula berpotensi menjadi golput (*non voters*). Namun demikian, menurut Denny A.J., dari Lembaga survey Lingkaran Survey Indonesia, angka golput di 2019 justru yang paling rendah dibandingkan dengan pemilu-pemilu sebelumnya (bbc.com, 2019). Pada sisi lain sebuah penelitian lain menunjukkan bahwa generasi muda (di Indonesia) memiliki minat dan partisipasi yang tinggi terhadap politik (Morissan, 2014).

Menyikapi isu di atas, pada tahun 2018-2019, tim peneliti telah melakukan penelitian yang menghasilkan produk terapan. Penelitian yang didanai oleh Ristekdikti (Lembaga pemerintah) tersebut bertujuan untuk membuat media literasi yang berisi panduan menyatakan sikap politik melalui media sosial bagi pemilih pemula menjelang pemilu presiden 2019. Tahun pertama dari penelitian menghasilkan prototip produk web generaksi.org beserta gaya penyampaian konten yang menggunakan *style comic* (Pamungkas, Wardaningsih, Simorangkir, 2018). Tampilan portal web generaksi.org bisa dilihat pada gambar 1.1. di bawah ini.



Gambar 1.1. Tampilan web generaksi.org
Sumber : portal resmi generaksi, generaksi.org

Sebagai penelitian pada tahun ke dua, tim peneliti telah membuat konten-konten untuk portal web tersebut yang berisi literasi media, terhadap isu-isu yang relevan pernyataan sikap politik melalui media sosial khususnya bagi pemilih pemula. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran media sosial bagi pemilih pemula dalam menentukan dan mengekspresikan sikap politik terhadap Pilpres 2019 Indonesia. Survei dilakukan terhadap 100 siswa SMA Tanjung Pandan Belitung berusia 16-18 tahun yang berhak memilih pada 2019 pemilu Presiden. Ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada proses produksi konten yang diimplementasikan web generaksi.org sebagai sarana literasi media tentang pernyataan sikap politik di media sosial bagi calon pemilih pemula sebelum dan sesudah pilpres 2019. Menggunakan *mix methodology*,

termasuk observasi, produk prototip, dan survei untuk digunakan untuk memperoleh berbagai informasi yang akan dijadikan konten media literasi pada web generaksi.org.

B. TINJAUAN PUSTAKA DAN METODOLOGI

Di dalam *mix methodology*, data diperoleh dengan cara observasi, studi literatur dan survey. Observasi dilakukan dengan cara mengamati berbagai isu yang berkembang seputar berita pemilu president 2019 di media sosial. Studi literatur juga dilakukan dengan menggunakan penelitian lain sebagai rujukan. Pengumpulan data melalui survey dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan analisis data deskriptif. Sedangkan produk terapan diproduksi dengan cara membuat *product prototype*, yang pada saat laporan ini dibuat telah menjadi produk final yang bisa diakses secara *online*.

Analisis data deskriptif digunakan untuk menganalisis data statistik dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul (Muhson, 2016). Analisis data deskriptif hanya berupa akumulasi data dasar dalam bentuk deskripsi dan tidak mencari atau menerangkan keterhubungan atau menguji hipotesis. Metode yang digunakan adalah survey untuk mendapatkan pandangan umum atau pandangan masyarakat tentang isu-isu kontemporer tertentu. Dalam penelitian ini, survey dibutuhkan untuk mengetahui cara pemilih menyatakan sikap politik di media sosial, termasuk cara mereka merespon berita politik di linimasa media sosial mereka.

Menurut Soehartono, survey memiliki tujuan untuk memberikan gambaran atau penjelasan tentang sesuatu dan keperluan analisis. Survey yang memberikan gambaran atau penjelasan disebut survey deskriptif(Suhartono, 2000).

Survey yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan cara Cross Sectional Survey untuk mengetahui isu yang bersifat temporer dan pengambilan data hanya dilakukan satu kali saja (Widodo, 2008)

Temuan hasil survey tersebut selanjutnya akan dikaji dan dijadikan rujukan untuk membuat konten media literasi tentang panduan menyatakan sikap politik melalui media sosial bagi pemilih pemula menjelang pemilu presiden Republik Indonesia 2019. Konten tersebut akan diunggah pada portal web generaksi.org.

Survey terhadap 100 siswa di SMAN Tanjung Pandan Belitung yang berusia antara 16-18 (calon pemilih pemula). Survey ini dilakukan tahun 2018, yang artinya pada tahun 2019, para responden akan memiliki hak pilih pada pemilu presiden. Responden diminta untuk mengisi instruksi dan pertanyaan tentang berbagai isu terkait penggunaan media sosial untuk menyatakan sikap politik, khususnya menjelang pemilu presiden Republik Indonesia 2019.

Seperti telah disebutkan di atas, temuan penelitian di atas telah dipresentasikan

forum ICA Regional Conference 2019 yang diadakan di Bali pada 16 – 18 Oktober 2019. Presentasi tersebut telah mendapat *letter of acceptance* sebagai prosiding, namun sampai artikel ini ditulis, prosiding tersebut masih belum dipublikasikan oleh pihak panitia, sehingga tidak bisa dicantumkan tautannya pada daftar pustaka.

Artikel tersebut secara umum membahas hasil penelitian atas survei yang dilakukan terhadap 100 siswa SMA Tanjung Pandan Belitung berusia 16-18 tahun yang berhak memilih pada 2019 pemilu Presiden. Hasil dari temuan tersebut akan dijadikan rujukan bagi pembuatan konten portal web generaksi.org. Sedangkan artikel ini akan membahas implementasi hasil survey tersebut menjadi konten portal web generaksi.org. Secara lebih umum, *progress* penelitian yang dipresentasikan pada forum ICA Reginal Conference 2019 adalah sebagai berikut:

1. Media sosial sebagai rujukan utama sumber informasi dan berita politik Tingkat Partisipasi dan Media sumber rujukan pemilih pemula.

Berdasarkan survey, responden menjawab bahwa dalam menentukan sikap politiknya melalui pemilu, para pemilih pemula menggunakan sumber informasi dan berita politik yang dijadikan rujukan bagi responden secara peringkat adalah sebagai berikut; 1. Media sosial, 2. Orang Tua(lingkungan keluarga), 3. Televisi, 4. Lingkungan Sekolah, dan 5. Lainnya(surat kabar, majalah). Dari survey tersebut diketahui juga bahwa 97% reseponden menunjukkan kesediaan mereka untuk mengikuti Pemilu Presiden 2019.

Untuk mengetahui jenis platform media sosial yang paling sering digunakan, responden diinstruksikan untuk memilih berbagai platform media sosial, lalu mengurutkannya berdasarkan ranking yang paling sering digunakan. Ditemukan bahwa Instagram(93 peringkat) dan Facebook(59) menjadi media sosial favorit yang menjadi rujukan responden. Berdasarkan temuan tersebut, Tim Peneliti telah membuat akun Instagram beralamat [instagram.com/komikgeneraksi](https://www.instagram.com/komikgeneraksi).

Selain media sosial, peringkat kedua dari sumber rujukan berita dan informasi politik bagi responden adalah faktor “Orang tua dan lingkungan keluarga”. Artinya opini dan pandangan politik orang tua menjadi rujukan yang kuat bagi responden kita menentukan sikap politiknya, baik di media sosial ataupun pada saat pemilu presiden 2019.

2. Peran media sosial bagi responden dalam menyatakan sikap politik di media sosial

Untuk mengetahui peran media sosial bagi responden ketika terpapar berita

politik, responden diminta untuk memberikan sikap terhadap pernyataan “Berita politik di media sosial mempengaruhi pandangan politik saya”. Untuk mengetahui sikap responden terhadap kebenaran berita politik yang diaksesnya, responden diberi pernyataan “Saya mengecek kebenaran berita di media sosial dari sumber lain”. Pilihan jawaban yang diberikan adalah “setuju”, “netral” dan “tidak setuju”. Hasilnya didapatkan bahwa 43% responden menjawab bahwa paparan berita politik di media sosial mempengaruhi pandangan politik mereka, 64% responden akan mengecek kebenaran berita-berita yang mereka peroleh di media sosial. 50% responden yang memilih bersikap netral, dan 7% responden yang tidak setuju menandakan bahwa mereka tidak selalu yang akan dijelaskan pada bagian pembahasan.

Responden juga diberi survey tentang bagaimana cara mereka merespon paparan berita tersebut, Media sosial memungkinkan penggunaanya untuk merespon suatu berita politik menggunakan fitur “*response*” yang berisi berbagai emoticon yang merepresentasikan sikap mereka (*like, angry, sad*, dan sebagainya). dan juga fitur “comment” ataupun “update/caption post”. Dari hasil survey, didapat bahwa 49% responden bersikap netral dalam menggunakan fitur tersebut Ketika terpapar berita politik. 35% responden mengaktifkan fitur response, dan 16% tidak mengaktifkan fitur tersebut.

Temuan lain yaitu terdapat 18% responden yang memberi “*comment*” atau membuat “*status update*”, Ketika terpapar berita politik. 48% responden yang bersikap netral dan 34% mengaku tidak menggunakan fitur “*comment*” atas paparan berita tersebut.

Implementasi dari hasil penelitian ini adalah pembuatan konten literasi media yang diunggah di portal web generaksi yang akan dijelaskan lebih detail pada bagian pembahasan.

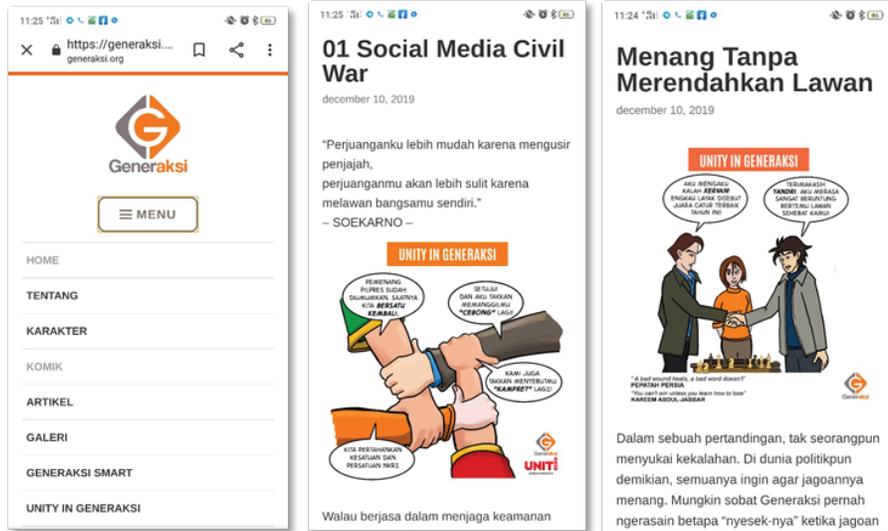
C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas implementasi hasil survey dan observasi di atas menjadi konten literasi media yang diunggah pada portal web generaksi.org.

1. Implementasi produksi portal web generaksi.org

Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, portal generaksi.org bertujuan dari membuat konten panduan bagi pemilih pemula untuk menghindari ujaran kebencian dalam menyatakan sikap politik di media sosial. Sebelumnya portal tersebut masih berupa prototip, namun kini sudah bisa diakses melalui computer maupun ponsel maupun melalui PC (*personal computer*). Konten tersebut berupa persuasi tentang etika bersikap politik melalui media sosial bagi pengaksesnya, dikemas dalam bentuk komik dengan karakter utama bernama “Geny”. Karakter Geny telah memperoleh

sertifikat dari Dirjen HKI sebagai nama karakter komik, sedangkan nama “Generaksi” telah memperoleh sertifikat dari Dirjen HKI sebagai nama *brand campaign*, seperti terlihat pada gambar 1.2. dan gambar 1.3. di bawah ini.



Gambar 1.2. Implementasi konten penelitian pada web generaksi.org
Sumber : portal resmi generaksi, generaksi.org diakses dari *mobile app*.

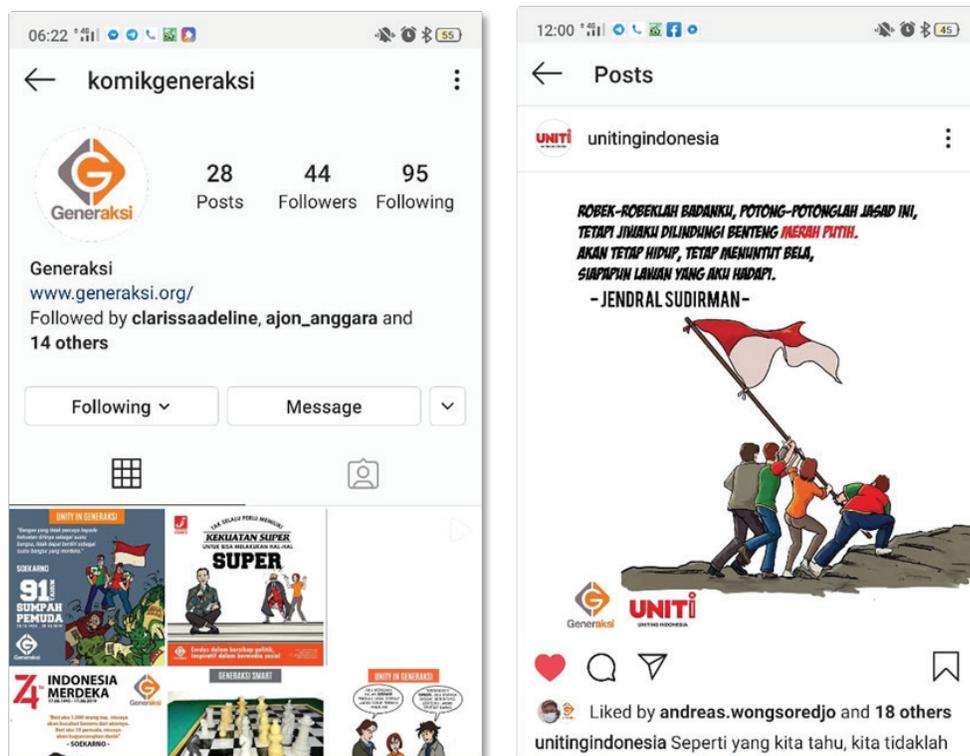


Gambar 1.3. Sertifikat nama Geny sebagai nama karakter komi

Sumber : dokumentasi pribadi

2. Implementasi hasil survey ditinjau dari “media sosial sebagai rujukan utama sumber informasi dan berita politik” ke dalam konten portal web generaksi.org.

Berdasar hasil survey, media sosial favorit yang diminati responden adalah Instagram, karena itu, tim peneliti juga membuat akun Instagram dengan konten yang relative sama. Selain dipublikasikan melalui akun pribadi komikgeneraksi, Tim Peneliti juga melakukan Kerjasama dengan mitra yang memiliki kesamaan misi. Salah satunya adalah dengan Yayasan Sosial Peduli Bangsa, di mana pada kesepakatan ini, Tim Peneliti dan Yayasan ini sepakat untuk membuat konten Bersama yang diunggah di akun Instagram masing-masing. Hal ini bisa dilihat pada gambar 1.4.



Gambar 1.4. tampilan screenshot Instagram literasi media dari generaksi dan mitra(UNITI)
Sumber : akun resmi Instagram generaksi @komikgeneraksi

Faktor “Orang tua dan lingkungan keluarga” menjadi pilihan kedua responden untuk memperoleh informasi dan berita politik. Implementasi dari temuan ini adalah memperlengkapi konten literasi media yang dikemas dalam bentuk buku cetak, khususnya bagi para orang tua yang tidak memiliki akses internet. Hal ini relevan dengan pernyataan Tifatul Sembiring (Menkominfo tahun 2013), bahwa akses internet sudah menjangkau seluruh wilayah Indonesia(Putra, E.P., Faqih, M, 2013). Namun demikian, masih banyak orang tua yang belum memiliki keterampilan untuk mengakses te-

knologi. Bahkan survei yang dilakukan Kapersky, menyebutkan bahwa 25% generasi milenial enggan mengajarkan teknologi tersebut kepada orang tua yang belum mahir (cnnindonesia.com, 2019). Tim peneliti telah menyusun dan mengembangkan buku berjudul “Generaksi Inspiratif”. Buku tersebut telah dicetak dan dibagikan kepada pihak-pihak yang membutuhkan, namun karena keterbatasan waktu, tema buku itu mengacu pada even setelah Pemilu Presiden 2019 usai. Pertimbangan lainnya adalah agar para pendukung bisa segera menyudahi perang opini selama sebelum pemilu (“residu politik”) supaya kesatuan dan persatuan bangsa bisa semakin kondusif. Salah satu komunitas yang memperoleh pembagian buku ini adalah HKBP Binong Permai, dan HKBP Perumnas Tangerang, seperti terlihat pada gambar 1.5. dan gambar 1.6.



Gambar 1.5. Penyerahan buku cetak literasi media “Generaksi Smart” kepada perwakilan komunitas Jemaat HKBP Binong Permai
Sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar 1.6. buku cetak “generaksi inspiratif”
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Implementasi dari temuan ini bagi pengembangan konten media literacy, pemilih pemula akan diberikan informasi tentang karakteristik berbagai platform media social, khususnya Instagram(photo & video sharing) dan whatsapp(instanr messenger). Agar konten media literacy memperoleh jangkauan audiens yang lebih banyak dan akurat, konten tersebut akan dipublikasikan juga pada platform Instagram.

3. Implementasi hasil survey ditinjau dari “media sosial sebagai rujukan utama sumber informasi dan berita politik” ke dalam konten portal web generaksi.org.

Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, bahwa dari hasil survey tentang peran paparan berita dan informasi politik di media sosial bagi responden. Hasilnya adalah sebagai berikut :

a. 43% responden menjawab bahwa paparan berita politik di media sosial mempengaruhi pandangan politik mereka, 50% bersikap netral, dan 7% tidak terpengaruh.

b. 64% responden memeriksa berita-berita yang mereka peroleh di media sosial, 31% responden yang menjawab netral, 7% menjawab tidak setuju. Artinya ada 7% responden yang tidak memeriksa kebenaran berita politik tersebut. Hal ini relevan dengan sebuah penelitian (Ilhami, Santoso, Setyabudi, 2014) yang menyatakan bahwa paparan kampanye partai politik di media online memberi pengaruh positif bagi mereka yang terpapar.

c. 35% responden merespon paparan berita politik di media sosial dengan fitur “response” terhadap berita politik yang muncul di media sosial. Fitur “response” seperti, emoticon “angry”, “sad”, “like”, “heart” dan sebagainya. bisa disimpulkan bahwa berita tersebut memang membuat marah pembacanya. 49% responden yang menjawab netral, dan 16% yang menjawab tidak setuju, alias tidak mengaktifkan fitur “response”.

Pada sisi lain, terdapat 18% responden merespon berita politik melalui fitur “comment” dan “update status”. 48% responden yang bersikap netral, dan 34% tidak merespon dengan menulis pada fitur “comments” ataupun “update status”.

Menurut Direktur Informasi dan Komunikasi Badan Intelijen Negara (BIN) Wawan Purwanto, konten-konten yang beredar di media sosial, 60% di antaranya adalah informasi hoax(Movanita, Meiliana , 2019)

d. 20% responden merepost berita politik di media sosial yang dianggap penting, 31% responden menjawab netral, dan 49% menjawab tidak setuju alias tidak merepostnya. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun sebagian besar responden

memilih untuk tidak me-repost berita di media sosial, namun ada Ada 20% responden yang merepost berita-berita politik tersebut, karena dianggapnya penting. Temuan ini relevan dengan hasil kesimpulan penelitian yang dilakukan oleh Dedi Rianto Rahadi(Rahadi, 2019) yang menyatakan bahwa pengguna media sosial yang terpapar berita hoax telah memiliki sikap yang kritis.

4. Implementasi hasil pembuatan konten portal web generaksi.org berdasarkan hasil survey.

Temuan pada poin 3 tentang “Peran media sosial bagi responden dalam menyatakan sikap politik di media sosial” diimplementasikan menjadi konten pada web generaksi.org, Instagram @komikgeneraksi, dan buku cetak “Generaksi Smart”. Konten tersebut secara umum berisi persuasi bagi calon pemilih pemula untuk bersikap lebih bijak, di antaranya adalah :

1. Tidak mudah mudah terpengaruh berita politik di media sosial seperti terlihat pada postingan Instagram pada gambar 1.7.



Gambar 1.7. konten akun Instagram @komikgeneraksi tentang persepsi dan opini
Sumber : Dokumentasi Pribadi

2. Memeriksa terlebih dahulu kebenaran berita yang muncul di media sosial, seperti terlihat pada gambar 1.8.



Gambar 1.7. . konten akun Instagram @komikgeneraksi berisi persuasi mencegah hoaks
Sumber : Dokumentasi Pribadi

3. Menyatakan sikap politik di media sosial dengan cara yang lebih elegan(sopan, terhormat, beretika) tidak takut mengungkapkan pendapat namun dengan cara yang benar. Hal ini bisa dilihat pada gambar 1.9.



Gambar 1.9. konten akun Instagram @komikgeneraksi berisi persuasi untuk tetap beropini secara terhormat di media sosial tanpa membuat ujaran kebencian
 Sumber : Dokumentasi Pribadi

4. Tidak sembarang me-repost berita yang muncul di media sosial seperti terlihat pada gambar 1.10. di bawah ini.



Gambar 1.10. konten akun Instagram @komikgeneraksi berisi ajakan untuk tidak mengkritisi kebijakan politik tanpa menghina pribadi tokoh tertentu
 Sumber : Dokumentasi Pribadi

D. KESIMPULAN

Berikut adalah kesimpulan dari penelitian tentang implementasi pengembangan konten portal web generaksi.org sebagai portal web literasi media dan politik.

1. Portal web generaksi.org berisi konten yang dikembangkan dengan merujuk pada hasil survey yang dilakukan kepada 100 responden di SMAN 1 Tanjung Pandan dan dikemas menjadi konten pada portal tersebut.
2. Konten yang dikembangkan secara umum mempersuasi pengaksesnya agar bersikap lebih bijak dalam menyatakan sikap politiknya melalui media sosial.
3. Media sosial adalah sumber informasi utama yang dijadikan rujukan oleh pemilih pemula di SMAN 1 Tanjung Pandan dalam menentukan sikap politiknya. Platform media sosial favorit menurut pemilih pemula adalah Instagram.
4. Paparan berita politik di media sosial mempengaruhi pandangan politik bagi sebagian pemilih pemula(45%), namun jumlah pemilih pemula yang bersikap waspada ataupun tidak terpengaruh, jumlahnya masih lebih banyak.
5. Sebagian besar pemilih pemula(64%) yang terpapar berita politik di media sosial bersedia melakukan pengecekan kebenaran berita tersebut. Namun hal ini tetap perlu dipertahankan dan ditingkatkan dengan cara memberikan literasi media sosial, khususnya terkait isu politik.
6. Jumlah pemilih pemula yang menanggapi paparan berita politik melalui fitur “comment”, “response”, “status update”, “comment” ataupun “share” jumlahnya tidak terlalu banyak dibanding mereka yang bersikap netral. Hal ini menunjukkan bahwa pemilih pemula memiliki perilaku positif, bahwa mereka lebih cenderung memilih untuk bersikap netral terhadap suatu berita politik ketimbang langsung meresponnya dengan berbagai komentar.

E. SARAN

Sebagaimana dijelaskan pada sub bab sebelumnya, survei yang dilakukan pada penelitian ini sebatas hanya untuk memperoleh informasi kebutuhan literasi media bagi pemilih pemula. Hasil dari survei tersebut telah menjadi materi literasi media yang kontennya sudah diunggah di web generaksi.org, akun Instagram @komikgeneraksi, dan buku cetak “Generaksi Smart”. Bagi peneliti yang melakukan jenis penelitian selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian tentang efektivitas web generaksi.org bagi target audiensnya.

DAFTAR PUSTAKA

- bbc.com (2019) Lembaga survei: Jumlah golput di Pilpres 2019 paling rendah sejak 2004. Diakses pada 31 August 2019, dari <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-48130161>
- cnnindonesia.com. 25 Persen Milenial Hindari Bantu Orang Tua yang ‘Gaptek. Juni 14, 2019. Diakses pada 14 Nov 2019 dari : <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190613140920-185-402994/25-persen-milenial-hindari-bantu-orang-tua-yang-gaptek>.
- Cochrane, J. (2014, July 5). *After Barrage of Personal Attacks, Indonesian Presidential Election Tightens*. Diakses pada 31 Agustus 2019, dari <https://www.nytimes.com/2014/07/06/world/asia/after-barrage-of-personal-attacks-indonesian-presidential-election-tightens.html>
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset (Indonesia)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ilhami, F., Santoso, H.P., Setyabudi, D (2014). Pengaruh Terpaan Pemberitaan Politik di Media Online dan Terpaan Pesan Iklan Kampanye Politik di Media Televisi terhadap Elektabilitas Partai Hanura. *Interaksi Online: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 2(2), hal-10.
- Kholid, A., Husein, R., Mutiarin, D., & Septiyan Listiya E., R. (2015). *The Influence of Social Media Towards Student Political Participation During the 2014 Indonesian Presidential Election*. Diakses pada 14 Nov 2019 dari: <http://journal.umy.ac.id/index.php/jsp/article/view/395/541>.
- Morissan. (2014). *Media Sosial dan Partisipasi Sosial*. *Jurnal Visi Komunikasi* , 13, 50–68.2014. Diakses pada 14 Nov 2019 dari: <https://media.neliti.com/media/publications/142747-ID-media-sosial-dan-partisipasi-sosial-di-k.pdf>.
- Movanita, A.N.K., Meiliana, (2018) D. BIN: 60 Persen Konten Media Sosial adalah Informasi Hoaks.” Diakses pada 8 Des 2019 dari : <https://nasional.kompas.com/read/2018/03/15/06475551/bin-60-persen-konten-media-sosial-adalah-informasi-hoaks>
- Muhson, A. (2006). *Teknik Analisis Kuantitatif*. Diakses pada 31 Agustus 2019, dari [http://staffnew.uny.ac.id/upload/132232818/lainlain/Ali+Muhson+\(2006\)+Analisis+Kuantitatif.pdf](http://staffnew.uny.ac.id/upload/132232818/lainlain/Ali+Muhson+(2006)+Analisis+Kuantitatif.pdf)
- Pamungkas, S. Wardaningsih, D.A., Simorangkir, D.N. (2018). *Prosiding. Pelatihan Pembuatan Blog Politik Bagi SMAN 1 Tanjung Pandan Belitung Ditinjau Dari Aspek Komersial Dan Perannya Sebagai Media Pembelajaran*. Diakses pada 31 Agustus 2019, dari <https://asiapacificreport.nz/2019/02/17/indonesian-smear->

- campaigns-target-jokowi-ahead-of-presidential-election/
Putra, N.P, (2018, Sept 12). Waspada Hoax Media Sosial Jelang Pemilu 2019. Diakses pada 31 Agustus 2019, dari https://www.liputan6.com/news/read/3644854/waspada-hoax-media-sosial-jelang-pemilu-2019?related=dable&utm_expid=.9Z4i5ypGQeGiS7w9arwTvQ.1&utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F
- Putra, E.P., Faqih, M.(2013),Menkominfo: Seluruh Daerah di Indonesia Sudah Terjangkau Internet. Diakses pada 14 Nov 2019 dari : <https://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/13/05/04/mm9wxj-menkominfo-seluruh-daerah-di-indonesia-sudah-terjangkau-internet>,
- Rahadi,D.R,(2017),Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax di Media Sosial”. Jurnal Manajemen Kewirausahaan”. Volume 5(1),hal-68. Diakses pada 8 Des 2019 dari: <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jmdk/article/view/1342/933>
- Rohmah, A. (2019). *Indonesian smear campaigns target Jokowi ahead of presidential election*. Retrieved 31 August 2019, from <https://asiapacificreport.nz/2019/02/17/indonesian-smear-campaigns-target-jokowi-ahead-of-presidential-election/>
- Ronald (2018) Remaja S berani buat video hina Presiden Jokowi biar dianggap jago oleh teman-teman”.2018. Diakses pada 31 Agustus 2019 dari <https://www.merdeka.com/peristiwa/remaja-s-berani-buat-video-hina-presiden-jokowi-biar-dianggap-jago-oleh-teman-teman.html>.
- Soehartono, I.(2000).Metode Penelitian Sosial : Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial Dan Ilmu Sosial Lainnya. Hal-54. Bandung, Remaja Rosdakarya.
- Wahyuningrum, R. (2018).Breaking News: Ratna Sarumpaet Resmi Ditahan Mulai Malam Ini, Jumat 5 Oktober 2018. Diakses pada 31 Agustus 2019, dari : <https://www.tribunnews.com/nasional/2018/10/05/breaking-news-ratna-sarumpaet-resmi-ditahan-mulai-malam-ini-jumat-5-oktober-2018>
- Widodo.(2008). Metode Penelitian Kuantitatif”. hal-43. Solo, UNS Press.