

Meninjau Etika Masyarakat Indonesia Dalam Bermedia Sosial Di Masa Pemilu Menggunakan Etika Media Sosial

Sesilia Cinta Insani, Nur Alisya Zahwa Khuzaimah, Vera Zia Devita Maryadi, Tiara Alya Hafizha. Fakultas Hukum Universitas Pasundan, alyatiara210@gmail.com

ABSTRACT: Approaching the 2024 election period, it cannot be denied that there are still many problems and challenges that need to be faced, one of which is the ethics of Indonesian society in using social media which can have an impact on the election process and overall social stability. This article tries to review the ethics of Indonesian society in using social media during the election period. The method used is descriptive analytical, and the data processed is secondary data using library research. The results of this study provide an in-depth understanding of the challenges faced by Indonesian people in maintaining social media ethics during the election period. Implications include the need for awareness, and stronger law enforcement in promoting social media ethics and maintaining information integrity during elections. By implementing good ethics in using social media, Indonesian people can help create a healthier environment, contribute to a fair election process, and maintain social stability.

KEYWORDS: Ethics, Elections, Social Media.

ABSTRAK: Menjelang masa pemilu tahun 2024, tidak dapat dipungkiri bahwa masih banyak persoalan dan tantangan yang perlu dihadapi salah satunya ialah etika masyarakat Indonesia dalam bermedia sosial yang dapat berdampak pada proses pemilu dan stabilitas sosial secara keseluruhan. Tulisan ini, mencoba untuk meninjau etika masyarakat Indonesia dalam bermedia sosial di masa pemilu. Metode yang digunakan adalah deskriptif analitis, dan data yang diolah yaitu data sekunder dengan menggunakan studi kepustakaan. Hasil studi ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang tantangan yang dihadapi masyarakat Indonesia dalam menjaga etika bermedia sosial selama masa pemilu. Implikasinya mencakup perlunya kesadaran, dan penegakan hukum yang lebih kuat dalam mempromosikan etika bermedia sosial dan menjaga integritas informasi selama pemilu.

Dengan menjalankan etika yang baik dalam bermedia sosial, masyarakat Indonesia dapat membantu menciptakan lingkungan yang lebih sehat, berkontribusi pada proses pemilu yang adil, dan menjaga stabilitas sosial.

KATA KUNCI: Etika, Pemilu, Media Sosial.

I. PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang menganut sistem demokrasi. Demokrasi memberikan pemahaman bahwa sebuah kekuasaan berasal dari rakyat (J. Asshiddiqie, 2007). Dengan kata lain, Indonesia merupakan negara yang menjunjung tinggi adanya sebuah kedaulatan rakyat. Adapun yang menjadi pegangan dalam menjalankan sistem demokrasi atau kedaulatan rakyat tersebut adalah Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD 1945). Jika dicermati, UUD 1945 mengatur kedaulatan rakyat dua kali, pertama pada pembukaan alinea keempat, “maka disusunlah kemerdekaan kebangsaan Indonesia itu dalam suatu Undang-Undang Dasar Negara Indonesia yang berkedaulatan rakyat...” Kedua, pada Pasal 1 ayat (2) UUD 1945 hasil perubahan yang berbunyi, “kedaulatan berada di tangan rakyat dan dilaksanakan menurut Undang-Undang Dasar” (J. Asshiddiqie, 2012). Dengan demikian, UUD 1945 secara tegas mendasar pada pemerintahan demokrasi karena berkedaulatan rakyat. Indonesia dalam menjalankan sistem demokrasi, menginterpretasikannya pada proses penyaluran pendapat rakyat melalui pemilihan umum yang diadakan secara berkala. Pada tahun 2024 mendatang, Indonesia memiliki 2 agenda politik besar diantaranya pemilu legislatif, pemilu presiden dan wakil presiden pada bulan Februari serta pemilu kepala daerah pada bulan November. Untuk agenda pemilu presiden dan wakil presiden, telah ada 3 pasangan calon presiden dan wakil presiden yang mendaftar ke Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai peserta pemilu presiden 2024. Adapun 3 pasangan calon presiden dan wakil presiden itu diantaranya ialah Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar, Ganjar Pranowo dan Mahfud MD, serta Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka.

Selama dalam proses penetapan hingga pendaftaran pasangan calon presiden dan wakil presiden tahun 2024 ke KPU, terdapat beberapa berita palsu atau hoax yang beredar. Beberapa diantaranya yaitu pada tanggal 16 September 2023 sempat beredar sebuah video di platform media sosial facebook yang mana dalam video tersebut terdapat Megawati yang secara resmi memasang Ganjar Pranowo dengan

Mahfud MD. Video itu berdurasi 11 menit 5 detik dan menampilkan gambar thumbnail beberapa tokoh politik, diantaranya ketua umum PDIP Megawati Soekarnoputri, ketua umum Partai Perindo Hary Tanoesoedibjo, Ganjar Pranowo, dan Mahfud MD. Pada gambar thumbnail itu Ganjar Pranowo mengenakan kemeja PDIP sedangkan Mahfud MD memakai setelan jas berwarna hitam dan keduanya mengenakan kalung bunga, seakan-akan telah diresmikan sebagai pasangan capres-cawapres. Selain itu, dalam video tersebut terdapat narasi, “Breaking News!! Tidak Mau Jadi Tumbal Politik PDIP Resmikan Pasangan Ganjar-Mahfud MD Di Pilpres 2024.” Sementara pada akun facebook yang menyebarkan video tersebut tertulis narasi, “Sah PDIP Tidak Mau Jadi Tumbal Politik, Megawati Resmi Pasangkan Ganjar-Mahfud MD” (Pebrianto Eko Wicaksono, 2023). Padahal apa yang dinarasikan dalam video tersebut tidak benar adanya. Adapun gambar Ganjar Pranowo yang mengenakan kalungan bunga pada thumbnail yang ada pada video tersebut identik dengan gambar yang dimuat artikel berjudul “Hadiri Acara Konsolidasi PDIP-P DKI, Ganjar Pranowo Diteriaki “Presiden” oleh Kader Partai”, yang dimuat di situs kompas.com pada 4 Juni 2023. Sementara itu gambar Mahfud MD, Megawati, dan Hary Tanoesoedibjo pada thumbnail, masing-masing identik dengan video berjudul “Datang ke Kemenkopolkum, mahfud MD Disambut dan Diberi Kalung Bunga”, yang diunggah oleh channel youtube Tribunnews pada 24 Oktober 2019 dan video yang berjudul “Breaking News : Rapat Perdana Pendukung Capres Ganjar, Megawati Hadir Hingga Boyong Arsjad-Andika”, yang diunggah oleh channel youtube Tribunnews pada 13 September 2023 (Pebrianto Eko Wicaksono, 2023). Sehingga pada kenyataannya dapat dikatakan bahwa video hoax tersebut merupakan hasil editan dengan menambahkan narasi seakan-akan Megawati dan partai koalisi telah resmi mendeklarasikan ganjar dengan Mahfud MD sebagai pasangan calon presiden dan wakil presiden. Padahal hingga video hoax itu diunggah, PDI-P dan partai koalisi lainnya belum menyeleksi tokoh-tokoh yang akan mendampingi Ganjar Pranowo pada pemilu presiden 2024. Selain video hoax tersebut, ada juga beberapa foto yang diunggah di salah satu akun facebook yang menampilkan Anies Baswedan mengenakan benda

seperti selendang putih berdiri sejajar di antara sejumlah orang, dengan layar belakang berbentuk salib. Pada foto yang lainnya menampilkan Anies Baswedan sedang menulis pada benda dengan latar belakang benda berbentuk salib. Foto tersebut diberi keterangan, “Pastor Gereja Menjadi Imam Mahdi, Namanya Anis Baswedan”. Padahal pada faktanya, foto tersebut adalah foto Anies Baswedan saat masih menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta pada saat meresmikan Gereja Bethel Indonesia (GBI) Jelambar Timur di Penjaringan dan Gereja Pantekosta di Indonesia (GDdi) Jemaat Yordan Gading Griya Lestari di Cilincing, Jakarta Utara (Pebrianto Eko Wicaksono, 2023).

Berdasarkan siaran pers nomor 422/HM/KOMINFO/10/2023 sepanjang 2022 hanya terhadap 10 hoax pemilu, namun sepanjang Januari 2023 hingga 26 Oktober 2023 terdapat 91 isu hoax pemilu. Fenomena seperti ini juga pernah terjadi menjelang pemilu pada tahun 2019. Berdasarkan data yang diperoleh oleh Kominfo, dari Agustus 2018 hingga 30 September 2019, Kominfo menemukan 3.356 hoax yang tersebar selama pemilihan umum 2019 lalu. Sebuah survei yang dilakukan oleh Kompas pada tahun 2019 di 16 kota menemukan bahwa sebanyak 24,5 persen responden mengatakan bahwa penghinaan terhadap seseorang, agama, suku, ras, dan golongan telah menjadi bagian dari kampanye, dan sebanyak 27,1 persen mengatakan bahwa penghinaan telah menjadi bagian dari kampanye (Dian Nita, 2023). Berdasarkan dua contoh kasus diatas dan juga data statistik yang menyatakan bahwa adanya peningkatan hoax setiap kali menjelang pemilu, menandakan bahwa pelaksanaan pemilu tahun 2024 ini masih terus saja dipengaruhi oleh hal-hal negatif. Maraknya kasus berita bohong (hoax) yang terjadi selama penyelenggaraan pemilu di Indonesia, menjadikan pemilu 2024 menghadapi tantangan khusus karena masyarakat semakin terhubung secara digital. Media sosial dan platform online telah menjadi sumber informasi penting bagi banyak orang, tetapi sayangnya, mereka juga sering menjadi tempat penyebaran hoax. Tingginya angka kasus berita bohong (hoax) dengan tema politik sangat berpotensi mengancam kualitas demokrasi di Indonesia, berita bohong (hoax) tidak hanya akan merusak akal sehat pemilih dalam pemilu, namun bisa jadi mendelegitimasi proses penyelenggaraan

pemilu, bahkan mampu untuk merusak nilai-nilai kerukunan masyarakat dan akan mengarah terjadinya disintegrasi bangsa (Siaran Pers No.422/HM/KOMINFO/10/2023). Dengan banyaknya penyebaran berita bohong (hoax) yang beredar di media sosial yang berkaitan dengan pemilu Indonesia tahun 2024, penulis termotivasi untuk meninjau fenomena tersebut dari sisi etika bermedia sosial. Tinjauan yang dilakukan dalam penelitian ini yakni dengan cara menganalisis beberapa hal yang terjadi di media sosial seperti hoax dan hate speech yang banyak terjadi di media sosial di masa pemilu seperti saat ini. Sehingga dapat diketahui kondisi etika masyarakat Indonesia dalam menggunakan media sosial selama masa pemilu.

Terdapat banyak penelitian sebelumnya terkait dengan etika masyarakat dalam bermedia sosial di masa pemilu. Pertama, penelitian yang dilakukan tentang pengaruh hoax, hate speech, dan post truth terhadap kepercayaan masyarakat dalam pemilu di Indonesia. Pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa penyebaran isu-isu berita bohong (hoax) dan ujaran kebencian (hate speech) pada zaman ini sangat mudah dan cepat. Hal ini disebabkan kemajuan teknologi yang sangat pesat. Sehingga hal tersebut mampu mempengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat Indonesia terhadap sistem pemilu di Indonesia. Salah satu contohnya yakni dapat berdampak dalam hal perolehan suara dalam pemilu. Lebih buruknya lagi, hal tersebut dapat mempengaruhi masyarakat Indonesia untuk bersikap apatis dengan cara memilih untuk tidak memilih saat pemilu. Dalam penelitian tersebut diperoleh bahwa budaya Indonesia memiliki peran yang penting. Budaya Indonesia yang terkenal dengan keramah-tamahan, sopan-santun, toleransi dan berbudi pekerti luhur diharapkan dapat berperan dalam memberantas penyebaran berita bohong (hoax) dan ujaran kebencian (hate speech) sehingga mampu untuk meningkatkan dan mengembalikan kepercayaan masyarakat terhadap sistem pemilu di Indonesia (Pangestu, 2022). Kedua, penelitian yang dilakukan tentang analisis sentimen pemilu Indonesia tahun 2024 dari media sosial twitter menggunakan bahasa pemrograman python. Dengan metode yang dilakukan tersebut, diperoleh hasil penelitian bahwa opini masyarakat tentang pemilu 2024 yaitu sebesar 40% positif, 52% netral, dan 8% negatif. Dengan kata lain,

opini masyarakat tentang pemilu Indonesia tahun 2024 yang akan mendatang opininya netral cenderung ke positif (Raditia V, Achmad Udin, 2023). Selanjutnya ada penelitian tentang etika media di era post truth. Dalam penelitian tersebut diperoleh bahwa dalam menangani permasalahan tersebut, berpegang pada ketentuan yang ada dalam Undang-Undang ITE. Penelitian tersebut menekankan pada peran pemerintah yang wajib untuk melakukan pencegahan penyebaran informasi yang memiliki muatan negatif.

Berdasarkan permasalahan yang ditemukan, maka penulis melakukan penelitian dengan mengangkat judul “Meninjau Etika Masyarakat Indonesia Dalam Bermedia Sosial Di Masa Pemilu Menggunakan Etika Media Sosial” Penelitian ini akan membahas bagaimana kondisi etika masyarakat Indonesia dalam menggunakan media sosial selama masa pemilu dengan menggunakan prinsip etika bermedia sosial.

II. METODE

Jenis metode penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat deskriptif analitis. Penelitian deskriptif analitis adalah salah satu jenis penelitian yang tujuannya untuk menyajikan gambaran lengkap atau eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial. Adapun metode pengumpulan data yang penulis lakukan dalam penelitian ini adalah metode studi pustaka. Studi pustaka yaitu berupa metode penelitian berupa kajian literatur yang sesuai dengan penelitian, baik berupa buku, jurnal, maupun sumber dari internet.

III. HASIL

A. Etika Bermedia Sosial

Apabila mengacu pada Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 sebagai Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), terdapat sejumlah Pasal yang mengatur etika dalam bermedia sosial, yakni

terdapat dalam Bab VII mulai dari Pasal 27 sampai Pasal 30. Adapun bunyi Pasal-Pasal tersebut diantaranya sebagai berikut:

Pasal 27

1. Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang melanggar kesusilaan.

2. Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan perjudian.

3. Setiap Orang dengan sengaja, dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik.

4. Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan pemerasan dan/atau pengancaman.

Pasal 28

1. Setiap Orang dengan sengaja, dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.

2. Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antar golongan (SARA).

Pasal 29

Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak mengirimkan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang berisi ancaman kekerasan atau menakut-nakuti yang ditujukan secara pribadi.

Pasal 30

1. Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum mengakses Komputer dan/atau Sistem Elektronik milik Orang lain dengan cara apapun.

2. Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum mengakses Komputer dan/atau Sistem Elektronik dengan cara apapun dengan tujuan untuk memperoleh Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik.

3. Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum mengakses Komputer dan/atau Sistem Elektronik dengan cara apapun dengan melanggar, menerobos, melampaui, atau menjebol sistem pengamanan.

Berdasarkan ketentuan Pasal-Pasal sebagaimana disebutkan diatas maka diperoleh bahwa etika dalam bermedia sosial diantaranya pertama adalah senantiasa menggunakan bahasa yang baik. Dalam beraktivitas di media sosial, hendaknya selalu menggunakan bahasa yang baik dan benar sehingga tidak menimbulkan resiko kesalahpahaman yang tinggi. Selain itu, lebih baik apabila sedang melakukan komunikasi pada jaringan internet menggunakan bahasa yang sopan dan layak serta menghindari penggunaan kata atau frasa multitafsir. Hal ini dikarenakan setiap orang memiliki preferensi bahasa yang berbeda dan dapat memaknai konten secara berbeda. Kedua, menghindari penyebaran SARA (Suku, Agama, dan Ras), pornografi, dan aksi kekerasan. Oleh karena itu, harus adanya pembiasaan diri untuk menyebarkan hal-hal yang berguna dan tidak menimbulkan konflik antar sesama.

Berdasarkan Pasal-Pasal tersebut juga, sebagai pengguna media sosial harus menghindari mengunggah foto kekerasan seperti foto korban kekerasan, foto kecelakaan lalu lintas maupun foto kekerasan dalam bentuk lainnya. Ketiga, memeriksa kembali kebenaran sebuah berita. Jangan mudah percaya dengan suatu informasi dari media sosial terutama yang berisi berita yang menjelekkan seseorang yang bertujuan untuk menjatuhkan nama baik seseorang itu. Keempat, menghargai hasil karya orang lain. Hal ini dapat dilakukan dengan cara membiasakan

untuk mencantumkan sumber informasi saat menyebarkan informasi baik dalam bentuk foto, tulisan maupun video milik orang lain sebagai salah satu bentuk penghargaan atas hasil karya seseorang. Kemudian yang terakhir, jangan terlalu mengumbar informasi pribadi. Bersikap bijak dalam menyebarkan informasi mengenai kehidupan pribadi (privasi) sangat diperlukan saat menggunakan media sosial. Salah satu caranya dengan tidak mengumbar informasi pribadi seperti nomor telepon atau alamat rumah. Karena hal tersebut bisa menjadi informasi bagi oknum-oknum yang hendak melakukan tindakan kejahatan (Kemenkeu.go.id).

B. Tinjauan Terhadap Etika Masyarakat Indonesia Dalam Bermedia Sosial di Masa Pemilu Menggunakan Etika Bermedia Sosial

Kasus-kasus hoax, hate speech dalam era post-truth di Indonesia mengalami peningkatan selama masa pemilu. Salah satu contoh kasusnya seperti yang disebutkan sebelumnya yakni video hoax yang menampilkan Megawati yang secara resmi memasang Ganjar Pranowo dengan Mahfud MD. Video tersebut telah ditonton 5.100 kali dan mendapat 25 komentar dari warganet. Padahal hingga video hoax itu diunggah, PDI-P dan partai koalisi lainnya belum menyeleksi tokoh-tokoh yang akan mendampingi Ganjar Pranowo pada pemilu presiden 2024. Maka jika ditinjau dari etika bermedia sosial yang merujuk pada ketentuan UU ITE, dapat diketahui bahwa kondisi etika masyarakat Indonesia dalam bermedia sosial di masa pemilu ini tidak sesuai dengan apa yang diatur dalam UU ITE. Dengan kata lain, masih banyak masyarakat Indonesia yang tidak mengindahkan ketentuan dalam UU ITE. Hal ini mencerminkan betapa pentingnya etika masyarakat dalam bermedia sosial, khususnya selama masa pemilu. Diseminasi informasi palsu, terutama yang berkaitan dengan pemilu, dapat mempengaruhi proses demokratis, menciptakan ketidakpastian, dan memicu konflik. Sehingga penting untuk mengingatkan masyarakat untuk selalu memverifikasi informasi sebelum membagikannya dan untuk menjauhi praktek-praktek yang merusak seperti penyebaran informasi palsu dan hate speech juga dalam era post-truth, di mana emosi dan keyakinan sering kali lebih mempengaruhi pandangan daripada fakta dan bukti

yang objektif, integritas dalam berbagi informasi menjadi lebih penting daripada sebelumnya. Di masa pemilu, ketika polarisasi politik cenderung meningkat, masyarakat perlu waspada terhadap pengaruh post-truth yang dapat mengaburkan garis antara fakta dan opini. Penggunaan disinformasi, hoax, dan retorika berdasarkan emosi dapat memicu ketegangan dan mempengaruhi hasil pemilu. Oleh karena itu, etika bermedia sosial dan integritas dalam berbagi informasi adalah bagian integral dari proses pemilu yang demokratis dan adil.

IV. PEMBAHASAN

Hate Speech

Hate Speech dikenal sebagai salah satu bentuk ujaran kebencian. Serangkaian kata yang membentuk sebuah kalimat. Dilihat dari segi gramatikal, tuturan dianggap sebagai kepala (utama) dan kebencian sebagai pengubah (explainer). Dengan demikian, dapat dipahami bahwa yang ditekankan pada frasa ujaran kebencian adalah ujaran itu sendiri. Sedangkan tuturan seperti apa yang digambarkan dengan kata benci. Kebencian itu sendiri memiliki lapisan kata-kata. Jika kata benci diposisikan sebagai kata benda, artinya kebencian. Namun jika benci diposisikan sebagai kata kerja maka artinya benci. Dalam konteks ini, kebencian diposisikan sebagai kata benda, begitu pula kata (Musyaffa 2017). Segala bentuk ujaran kebencian yang tersebar di situs jejaring sosial baik disengaja maupun tidak dapat menimbulkan kerugian bagi diri sendiri dan orang lain. Ujaran kebencian ini bertentangan dengan konsep kesantunan berbahasa sebagai indikator kecerdasan linguistik, berkaitan dengan etika komunikasi. Etika adalah kesadaran dan pengetahuan tentang perilaku baik dan buruk atau tindakan yang dilakukan manusia (Surniandari, A. 2018). Etika tercermin dalam cara pengguna internet (pengguna aktif media sosial) berbicara. Minimnya layar atau filter untuk mempertimbangkan nilai baik dan buruk merupakan awal mula bencana penyalahgunaan media sosial di era gadget. Saat ini banyak terjadi kasus ujaran kebencian seperti penghinaan, pencemaran nama baik, penodaan agama, provokasi bahkan penyebaran berita palsu (hoax) di banyak aplikasi jejaring sosial.

Hal ini dikarenakan para netizen diberi kebebasan pribadi dalam mengeksplor medsos tersebut sehingga mereka bebas berujar di medsos tanpa berpikir akibat yang terjadi setelahnya apalagi rasa benci merupakan sifat alamiah manusia.

Penyebaran ujaran kebencian secara online merupakan masalah besar, terutama dengan kemajuan teknologi. Facebook, Twitter, dan platform media sosial lainnya telah banyak digunakan untuk mengirimkan pesan-pesan jahat, kasar, dan beracun. Ada kasus di mana konten semacam itu menimbulkan kemarahan publik dan bahkan sanksi pidana. Konvensi ini juga berupaya menghapus pembatasan sewenang-wenang yang menghalangi kebebasan berekspresi masyarakat dan membuat rekomendasi mengenai apa yang harus dipertimbangkan jika dan ketika ujaran kebencian diatur secara ketat (Anwar Sadat 2022). Ujaran kebencian perlu ditangani karena bertentangan dengan Pancasila, berdirinya negara Indonesia khususnya Pancasila, menekankan solidaritas dan kemanusiaan Indonesia yang adil dan beradab. Selain itu berbeda dengan Bhinneka Tunggal Ika, pada mulanya Indonesia dibangun Ujung Indonesia adalah Bhinneka Tunggal Ika, berbeda namun tetap sama. Perkataan kebencian di media sosial, khususnya dalam konteks pemilu, merupakan masalah etika yang utama (Dian Junita Ningrum 2018). Pemilu merupakan salah satu pilar utama demokrasi. Ujaran kebencian dapat mengganggu proses demokratis dengan menyebarkan misinformasi, memicu kebencian antarkelompok, dan merusak integritas pemilihan. Setiap individu berhak mengutarakan pendapat dan pikirannya. Namun hak tersebut harus diimbangi dengan tanggung jawab untuk tidak menimbulkan kerugian atau bahaya bagi orang lain. Perkataan yang mendorong kebencian dapat menimbulkan ketakutan, diskriminasi, dan bahkan kekerasan, sehingga membatasi kebebasan berekspresi. Dalam konteks pemilu, media sosial seringkali menjadi media untuk penyebaran informasi. Ujaran kebencian dapat menyebabkan distorsi informasi atau penyebaran berita bohong, yang bisa mempengaruhi hasil pemilihan. Platform media sosial memiliki tanggung jawab untuk memantau dan mengendalikan konten yang berpotensi merugikan. Mereka harus memastikan bahwa platform mereka tidak menjadi sarana penyebaran ujaran kebencian, khususnya

dalam konteks pemilu. Dalam konteks pemilu, jejaring sosial berperan penting dalam membentuk opini publik. Oleh karena itu, etika media sosial dalam memerangi ujaran kebencian penting untuk memastikan bahwa diskusi dan informasi yang dibagikan berlangsung adil, akurat, dan menghormati hak-hak individu.

Hoax

Hoax merupakan informasi, kabar, berita yang palsu atau bohong. Pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) hoax diartikan sebagai berita yang bohong. Hoax yaitu informasi yang dibuat-buat atau direkayasa untuk menutupi informasi yang sebenarnya. Dengan demikian Hoax adalah informasi palsu atau tipuan yang disebarkan dengan tujuan menyesatkan atau memanipulasi orang lain. David Harley dalam buku (*Common Hoaxes and Chain Letters* 2008), yang mengidentifikasi hoax secara umum. Pertama, informasi hoax biasanya memiliki karakteristik surat berantai dengan menyertakan kalimat seperti "Sebarkan ini ke semua orang yang Anda tahu, jika tidak, sesuatu yang tidak menyenangkan akan terjadi. Kedua, informasi hoax biasanya tidak menyertakan tanggal kejadian atau tidak memiliki tanggal yang realistis atau bisa diverifikasi, misalnya "kemarin" atau "dikeluarkan oleh..." pernyataan-pernyataan yang tidak menunjukkan sebuah kejelasan. Kemudian yang ketiga, informasi hoax biasanya tidak memiliki tanggal kadaluarsa pada peringatan informasi, meskipun sebenarnya kehadiran tanggal tersebut juga tidak akan membuktikan apa-apa, tetapi dapat menimbulkan efek keresahan yang berkepanjangan. Keempat, tidak ada organisasi yang dapat diidentifikasi yang dikutip sebagai sumber informasi atau menyertakan organisasi tetapi biasanya tidak terkait dengan informasi. Orang yang mempercayai hoax itu karena kurangnya literasi digital, malas untuk memeriksa atau memverifikasi informasi yang mereka temui dan juga Orang cenderung lebih mudah percaya pada informasi yang memicu emosi, terutama jika informasi tersebut mendukung pandangan mereka. Hoax bertujuan untuk mengganggu opini publik, mendapatkan keuntungan finansial, membangun sentiment anti pemerintah, dan hiburan atau sensasi. Penyebaran hoax dapat dilakukan dengan berbagai tujuan, tetapi

biasanya dilakukan sebagai bahan lelucon atau iseng, menjatuhkan pesaing, atau mempromosikan dengan penipuan. Hoax ini sebenarnya tidak memiliki bukti yang jelas. Namun, ini mendorong banyak penerima hoax untuk segera menyebarkannya kepada rekan, sehingga hoax ini akhirnya tersebar luas dengan cepat. Maraknya kasus berita bohong (hoax) yang terjadi selama penyelenggaraan Pemilu di Indonesia, Pemilu 2024 menghadapi tantangan khusus karena masyarakat semakin terhubung secara digital. Media sosial dan platform online telah menjadi sumber informasi penting bagi banyak orang, tetapi sayangnya, mereka juga sering menjadi tempat penyebaran hoax. Tingginya angka kasus berita bohong (hoax) dengan tema politik sangat berpotensi mengancam kualitas demokrasi di Indonesia, berita bohong (hoax) tidak hanya akan merusak akal sehat pemilih dalam Pemilu, namun bisa jadi mendelegitimasi proses penyelenggaraan Pemilu, bahkan mampu untuk merusak nilai nilai kerukunan masyarakat dan akan mengarah terjadinya disintegrasi bangsa (Rio Gustrinanda 2023).

Selain itu, dari Agustus 2018 hingga 30 September 2019, Kominfo menemukan 3.356 hoax yang tersebar selama Pemilihan Umum 2019 lalu. Sebuah survei yang dilakukan oleh Kompas pada tahun 2019 di 16 kota menemukan bahwa sebanyak 24,5 persen responden mengatakan bahwa penghinaan terhadap seseorang, agama, suku, ras, dan golongan telah menjadi bagian dari kampanye, dan sebanyak 27,1 persen mengatakan bahwa penghinaan telah menjadi bagian dari kampanye (kominfo.com, Maya). Selanjutnya kita akan mengambil contoh dari kasus Ratna Sarumpaet (RS), yang dianggap sebagai salah satu berita hoax selama kampanye Pemilu 2019, menunjukkan betapa sengitnya kontestasi antar kandidat. Apapun dapat digunakan sebagai alat atau senjata untuk meningkatkan elektabilitas paslon yang didukung sementara pada saat yang sama menurunkan elektabilitas lawan politiknya. Upaya kelompok tertentu untuk merusak reputasi kandidat tertentu dalam Pemilu dapat berfungsi sebagai taktik untuk kandidat lawannya, karena kandidat lawan akan mendorong pandangan publik yang telah dibentuk oleh kandidat tersebut. Hoax dan hate speech menjadi bagian dari strategi kampanye dalam keadaan seperti ini. Tujuannya bukan hanya menunjukkan penolakan, tetapi juga digunakan

sebagai strategi politik untuk salah satu kandidat untuk mempengaruhi opini publik tentang kandidat lawannya. Karena itu, hoax dan hate speech dibangun sebagai marketing politik salah satu kandidat untuk menghancurkan citra kandidat lawannya (Muh Iqbal Latief, 2023). Maka dari itu Untuk menghindari hoax politik, sangat penting untuk melakukan literasi digital tentang informasi yang dibuat oleh orang atau kampanye politik. Periksa sumber informasi yang relevan dan temukan bukti yang mendukung atau menentang keyakinan diri sendiri. Jangan bergantung pada satu sumber atau emosi diri sendiri untuk mendapatkan informasi. Mengembangkan kemampuan kritis untuk memahami pesan politik adalah penting dalam peran kita sebagai pemilih. Jangan mudah terpengaruh oleh hoaks atau kebencian, dan pertimbangkan kandidat dengan cara yang lebih objektif. Melakukan hal ini membantu menjaga demokrasi berfungsi dengan baik dan mendukung pemilihan yang lebih adil dan representatif.

Selain itu, efek post-truth yang disebabkan oleh penyebaran hoax dan ujaran kebencian, juga berdampak positif pada pelaksanaan Pemilu 2019. Ini tampaknya berdampak positif pada partisipasi pemilih dalam Pemilu 2019. Bahkan melampaui target, tingkat partisipasi pemilih meningkat pesat. Angka partisipasi pemilih dalam pemilihan presiden 2019 mencapai 81,97 persen, melampaui target KPU sebesar 77,5 persen. Ini adalah peningkatan hampir 7% dibandingkan dengan pemilihan legislatif tahun 2014, di mana partisipasi pemilih mencapai 75,11 persen. Peningkatan ini salah satunya disebabkan oleh banyaknya hoax dan ujaran kebencian. Tingkat partisipasi pemilih meningkat secara signifikan karena ketatnya persaingan antar kandidat pada Pemilu 2019 (Muh Iqbal Latief, 2023).

Jika dibandingkan dengan pemilu tahun 2024 yang akan mendatang, Sebelumnya kominfo mencatat adanya peningkatan jumlah hoaks menjelang dari tahun lalu. hoax terkait pemilu meningkat 10 kali lipat dibanding tahun lalu (Menkominfo Budi Arie Setiadi). Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) telah mengidentifikasi sebanyak 425 isu hoax yang beredar di website dan platform digital naik dibandingkan jumlah hoax yang beredar pada

triwulan pertama tahun 2022 yang mencapai 393. Diperkirakan kasus hoax akan semakin meningkat. Sebagai contoh kita akan mengambil platform media Twitter, Menurut Hasil dari penelitian dari “analisis sentimen pemilu Indonesia tahun 2024 dari media Twitter menggunakan python” menunjukkan bahwa dari data yang dianalisis, 40% tweet memiliki sentimen positif, 52% memiliki sentimen netral, dan 8% memiliki sentimen negatif. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas tweet yang berkaitan dengan pemilu Indonesia 2024 memiliki sentimen netral (Raditia V, Achmad Udin, 2023).

Karena itu, untuk mencegah hoax kita perlu Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang etika berkomunikasi di media online. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), etika adalah bidang yang mempelajari hak dan kewajiban moral serta yang baik dan buruk. Komunikasi yang santun, jujur, dan tidak merugikan orang lain dapat dipengaruhi oleh etika. Hal ini dapat berfungsi sebagai perlindungan untuk mencegah penyebaran dan penyebaran informasi palsu, sehingga mereka dapat mencegah hoax saat menerima pesan. etika dalam hal menyebarkan informasi, harus sesuai dengan fakta, tidak dilebih-lebihkan, tidak dikurang-kurangkan dan tidak diputar balikkan dari fakta sebenarnya. Dalam bicara baik di media sosial upayakan agar pada saat mengirimkan pesan dengan khalayak dan penerima yang begitu beragam perlu dipertimbangkan bagaimana seseorang mengimplementasikan etika bicara baik di media sosial, yaitu sebagai berikut:

1. Hati-hati membagi informasi seperti bicara seputar kehidupan pribadi, terlebih sangat pribadi dan sensitif;
2. Tidak bicara dan membagi konten yang memiliki unsur SARA dan Pornografi;
3. Hindari bicara yang merendahkan harga diri atau melecehkan orang lain, kelompok, ras, atau bangsa lain;
4. Hindari bicara yang bersifat adu domba, memaki, menyalahkan, atau bersengketa;
5. Hindari bicara yang mendiskreditkan, memburuk-burukkan, mencela, atau yang menyinggung;

6. Dan lain-lain, yang dapat menimbulkan konflik sehingga dapat berakhir di meja hijau (Yulianita, 2016).

Jika masyarakat mengetahui dan mengikuti aturan-aturan yang disebutkan di atas, sangat mungkin bahwa berbagai informasi palsu akan dicegah. Karena, selain digunakan secara umum sebagai kebiasaan etika, menyuarakan pendapat kepada publik secara sengaja membawa setiap orang ke dalam tanggung jawab tertentu terhadap orang lain karena informasi dapat mengandung kesalahan. Sedangkan, hoax adalah hasil dari kesengajaan.

Post Truth

Pada tahun 2016, Oxford menjadikan kata post-truth sebagai "Word of the Year". Jumlah penggunaan istilah post-truth di tahun 2016 meningkat 2000 persen bila dibandingkan dengan tahun 2015. Ada alasan mengapa mengapa kurva penggunaan kata post-truth melambung tinggi di tahun 2016. Sebagian besar penggunaan kata ini, hampir selalu disematkan pada dua momen politik paling berpengaruh di tahun 2016; yakni keluarnya Inggris Raya dari Uni Eropa (Brexit) serta terpilihnya Donald Trump sebagai presiden Amerika Serikat (Syuhada, Kharisma Dhimas 2017). Penggunaan kata "post-truth" pada tahun 2016 mencerminkan keprihatinan tentang bagaimana perdebatan politik dan komunikasi semakin cenderung terdistorsi oleh narasi yang didasarkan pada emosi dan pandangan subjektif, daripada berdasar pada informasi yang kuat dan akurat. Ini juga menggarisbawahi pentingnya kritisisme dan literasi informasi di dunia modern di mana berita palsu dan informasi yang menyesatkan dapat dengan mudah menyebar melalui media sosial dan platform digital. Situasi pada era post-truth tersebut juga bisa terjadi pada masa pemilu tahun 2024 yang akan mendatang di Indonesia. Pada kondisi di mana perkembangan teknologi dan platform media sosial telah memungkinkan penyebaran informasi dengan cepat dan luas. Hal ini memungkinkan penyebaran berita palsu (hoaks) dan narasi yang bisa merusak proses pemilihan akan menurunkan kualitas demokrasi.

Dalam konteks praktek demokrasi, media sosial mempunyai 4 (empat) manfaat, yaitu; (1) sebagai akses informasi, yang menampung

aspirasi masyarakat dan mampu mengedepankan kepentingan umum; (2) akses interaksi, tingginya angka penggunaan media sosial di Indonesia menyebabkan terjadinya interaksi walaupun hanya sebatas dunia maya tetapi menjadi ajang memperkuat demokrasi; (3) akses partisipasi, sebab media sosial menjadi wadah baru untuk mendorong masyarakat ikut berpartisipasi di semua kehidupan, dan; (4) akses desentralisasi informasi, media sosial membawa pemerintah lebih dekat dengan warganya sehingga memudahkan masyarakat terlibat dalam praktek demokrasi. Selain manfaat media sosial dalam demokrasi, hasil penelitian Wright dan Hinson (Heryanto, 2018) juga menegaskan bahwa media sosial dapat; (1) menyediakan wadah untuk mengekspresikan lebih banyak ide, informasi dan opini; (2) membuka kesempatan baru untuk berkomunikasi langsung dengan khalayak, walaupun dapat menimbulkan risiko seperti berkembangnya informasi negatif; (3) meningkatkan komunikasi dan informasi secara cepat untuk berbagai isu; (4) membuka kesempatan untuk meraih khalayak dengan efektif dan efisien; (5) membuka kesempatan untuk memperoleh khalayak baru dari kelompok usia muda yang tidak tersentuh oleh media mainstream yang biasa digunakan organisasi; (6) blog dan media sosial membuka komunikasi secara global, dan; (7) memungkinkan organisasi untuk memperoleh data atau informasi dengan cepat. (Latief, M. I. 2019).

Media sosial memainkan peran penting dalam proses pemilu dan demokrasi, memberikan sejumlah manfaat yang signifikan, seperti akses informasi, interaksi, partisipasi, dan desentralisasi informasi. Namun, dalam konteks post-truth, media sosial juga menjadi tempat di mana tantangan besar muncul. Media sosial memungkinkan penyebaran informasi yang tidak benar atau berita palsu dengan cepat. Dalam hal ini terdapat 2 jenis berbeda yang termasuk ke dalam informasi tidak benar atau berita palsu yaitu fake news dan hoax. Ada perbedaan antara fake news dan hoax. Jika fake news adalah berita bohong, berita buatan atau berita palsu yang tidak berdasarkan kenyataan, hoax justru informasi palsu, berita yang bisa berisi fakta namun telah dipelintir atau direkayasa (Syuhada, Kharisma Dhimas 2017). Meskipun media sosial menyediakan akses informasi, tidak semua informasi di media sosial

dapat diandalkan, dan ini dapat memicu pembentukan opini yang tidak didasarkan pada fakta, yang merupakan ciri khas post-truth. Media sosial memungkinkan pembentukan narasi yang sangat emosional dan penggunaan retorika yang memanipulasi emosi pemilih tanpa memperhatikan kebenaran faktual. Selain itu, penelitian yang disebutkan dalam data tersebut menunjukkan bahwa media sosial memungkinkan wadah untuk mengekspresikan lebih banyak ide, informasi, dan opini. Ini dapat menjadi positif karena memperkaya diskusi demokratis dan memungkinkan berbagai pandangan diungkapkan. Namun, dalam konteks post-truth, ini juga berarti bahwa platform media sosial dapat digunakan untuk menyebarkan informasi yang tidak benar dan pandangan yang ekstrem, menciptakan lingkungan di mana opini pribadi dan emosi dapat menggantikan fakta dan argumen yang berbasis pada bukti. Terakhir, penelitian tersebut mencatat bahwa media sosial memungkinkan komunikasi yang cepat dan efisien untuk berbagai isu. Sementara hal ini dapat meningkatkan partisipasi dan kesadaran publik, itu juga dapat menciptakan lingkungan di mana berita palsu dan informasi tidak benar dapat menyebar dengan cepat dan sulit untuk diverifikasi.

Permasalahan demokrasi yang muncul di era post-truth adalah kompleks dan berpotensi mengancam integritas proses demokratis. Salah satu permasalahan utama adalah penyebaran berita palsu (hoax) dan informasi yang tidak benar (fake news) di media sosial, yang dapat mempengaruhi proses pemilu dan pembentukan opini publik. Dalam era post-truth, fakta seringkali dikesampingkan oleh narasi emosional, retorika berlebihan, dan pandangan pribadi yang tidak didukung oleh bukti kuat. Hal ini dapat mengarah pada pemilih yang kurang terinformasi dan keputusan yang didasarkan pada emosi daripada analisis rasional. Selain itu, media sosial memungkinkan pembentukan gelembung informasi (echo chambers) di mana individu hanya terpapar pada pandangan dan informasi yang sejalan dengan keyakinan mereka sendiri. Ini dapat menguatkan polarisasi politik dan membuat pemilih kurang terbuka terhadap pandangan yang berbeda. Dalam konteks post-truth, polarisasi ini dapat digunakan oleh aktor politik untuk memperkuat narasi mereka dan menciptakan konflik yang lebih dalam.

Ketergantungan yang semakin besar pada media sosial sebagai sumber informasi utama juga menghadirkan masalah lain. Media sosial sering kali kurang mengatur dan mengawasi konten yang disebar, yang berarti berita palsu dan informasi yang salah bisa berkembang dengan cepat. Hal ini menunjukkan peran penting literasi informasi dan pendidikan dalam membantu masyarakat memilah informasi yang benar dari yang salah. Dalam era post-truth, politisi dan aktor politik mungkin cenderung menggunakan taktik manipulatif, seperti memanipulasi opini publik dengan berita palsu atau retorika yang meragukan. Ini dapat merusak kepercayaan publik terhadap institusi demokratis dan menciptakan ketidakpercayaan terhadap pemilihan dan hasilnya. Dalam mengatasi permasalahan demokrasi di era post-truth, penting untuk meningkatkan literasi informasi masyarakat, mendorong transparansi dalam politik, dan menerapkan regulasi yang memadai untuk mengendalikan penyebaran berita palsu dan informasi yang tidak benar di media sosial. Demokrasi yang kuat memerlukan partisipasi yang berdasarkan fakta dan diskusi yang konstruktif, serta penegakan hukum yang tegas terhadap penyebaran berita palsu yang merusak proses demokratis.

Etika Bermedia Sosial

Bagaimana etika dan hukum harus meregulasi aktivitas kita di dunia maya? Masyarakat dan sebagian elit negeri masih gagap dalam menyikapi liarnya informasi di media sosial. Banyak pihak menganggap masyarakat masih mencoba menyesuaikan diri, entah berhati-hati atau jatuh bebas dalam euforia teknologi informasi. Publik masih mencari keseimbangan (ekuilibrium) baru terkait standar etis dan moralitas di dunia maya. Padahal sejatinya etika umum dan standar moralitas yang berlaku sehari-hari sudah bisa dibawa dan memandu laku interaksi di media sosial. (Syuhada, Kharisma Dhimas 2017). Pada masa pemilu, etika masyarakat Indonesia dalam bermedia sosial menjadi lebih penting daripada biasanya. Pemilihan umum adalah saat yang rentan terhadap penyebaran informasi palsu (hoax dan fake news), hate speech, polarisasi, dan ketegangan serta fenomena post-truth, sehingga penting untuk menjaga etika dan perilaku yang baik dalam bermedia sosial.

Masyarakat Indonesia, harus sangat berhati-hati dalam bermedia sosial selama periode pemilu. Dengan menghormati etika dalam bermedia sosial, kita dapat meminimalkan dampak negatif dari disinformasi, memperkuat dialog yang sehat, dan mempromosikan pemilu yang demokratis dan adil. Etika-etika yang bisa kita terapkan dalam bermedia sosial, khususnya selama masa pemilu yakni verifikasi informasi adalah langkah utama yang harus diikuti oleh semua pengguna media sosial. Memastikan keakuratan dan keandalan informasi sebelum berbagi berita atau konten adalah kunci untuk menghindari penyebaran hoaks yang bisa merusak proses pemilu. Selanjutnya, menghindari hate speech atau ujaran kebencian adalah prinsip yang sangat penting. Ini berarti kita harus menjauhi tindakan menghina atau memprovokasi kebencian terhadap kandidat atau kelompok lain. Dalam berdiskusi politik, kita harus menjaga agar dialog tetap sehat dan fokus pada argumen, bukan serangan pribadi.

Selain itu, menjaga privasi orang lain dan tidak menyebarkan informasi pribadi tanpa izin adalah etika yang harus dipegang teguh. Toleransi adalah aspek lain yang sangat vital dalam memastikan demokrasi yang sehat. Ini berarti kita harus menghormati perbedaan pendapat dan keyakinan. Patuhi hukum pemilu dan peraturan media sosial yang berlaku adalah tindakan yang wajib diikuti oleh semua pengguna media sosial. Sebagai masyarakat Indonesia, kita juga perlu menghindari penyebaran propaganda politik yang tidak jujur karena hal tersebut sangatlah penting. Kita harus selalu mencoba untuk memahami sumber informasi sebelum membagikannya. Tidak lupa juga untuk menghormati hak suara setiap orang dan hindari tekanan atau intimidasi terhadap mereka. Selain itu, bijak dalam mengelola emosi selama pemilu adalah etika yang membantu menciptakan lingkungan yang lebih damai dan produktif selama masa pemilu. Semua etika ini bersama-sama membentuk kerangka kerja yang sehat untuk bermedia sosial selama pemilu dan mendukung demokrasi yang berfungsi.

Di Indonesia sendiri terdapat aturan yang mengatur etika dalam bermedia sosial yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 sebagai Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008

tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), terdapat sejumlah Pasal yang mengatur etika dalam bermedia sosial, yakni terdapat dalam Bab VII mulai dari Pasal 27 sampai Pasal 30.

V. KESIMPULAN

Dalam era digital dan masa pemilu, penting untuk mengutamakan etika dalam bermedia sosial sebagai fondasi penting dalam menjaga integritas proses demokratis. Etika bermedia sosial mencakup tindakan seperti verifikasi informasi, menjauhi ujaran kebencian, menjaga privasi, dan menghormati perbedaan pendapat. Penting juga untuk mematuhi hukum pemilu dan peraturan media sosial yang berlaku, serta menjaga sikap adil dan jujur dalam menyebarkan informasi. Dengan menerapkan etika ini, kita dapat menghindari penyebaran informasi palsu dan retorika yang merusak, serta memastikan bahwa diskusi politik berlangsung dengan sehat dan berkontribusi positif terhadap pemilu yang demokratis dan adil.

Selain itu, kita juga harus memahami pentingnya literasi digital dalam membantu masyarakat memilah informasi yang benar dari yang salah. Dalam konteks post-truth, di mana berita palsu dan informasi yang salah dapat menyebar dengan cepat, literasi digital adalah alat yang kuat untuk mengatasi tantangan ini. Dengan memahami bagaimana cara memverifikasi informasi, mengenali sumber informasi yang andal, dan berpikir kritis tentang informasi yang kita temui, kita dapat lebih cerdas dalam mengonsumsi dan menyebarkan informasi di media sosial. Dengan menjalankan etika bermedia sosial dan meningkatkan literasi digital, kita dapat berperan aktif dalam menjaga demokrasi yang kuat dan mendukung pemilihan yang lebih adil dan representatif di masa pemilu dan dalam era digital ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan artikel ini, kami ingin mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing kami bapak Mohammad Alvi Pratama, S.Fil., M.Phil. yang telah memberikan panduan dan bimbingan selama

penelitian ini. Dengan arahan yang baik, bapak Mohammad Alvi Pratama, S.Fil., M.Phil. telah membantu kami dalam menyelesaikan penelitian ini. Kontribusi dan wawasan beliau sangat berarti bagi kelancaran penulisan artikel ini. Terima kasih atas dedikasi dan kesabaran beliau dalam membimbing kami.

DAFTAR REFERENSI

- Surniandari, A. (2018). Hate Speech Sebagai Pelanggaran Etika Berinternet Dan Berkomunikasi Di Media Sosial. *Simnas Iptek 2017*, 137–142.
- Musyaffa. (2017). Hate Speech: Perspektif Dan Etika Di Media Siber. *Syi'ar Vol. 17 No. 2*. file:///C:/Users/ASUS/Downloads/891-1758-1-SM.pdf
- Dian Junita Ningrum. (2018). Kajian Ujaran Kebencian Di Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Korpus, Volume II*. file:///C:/Users/ASUS/Downloads/6779-Article%20Text-10143-13260-10-20190207.pdf
- Anwar Sadat. (2022). Analisis Sentimen Media Sosial: Hate Speech Kepada Pemerintah Di Twitter. *Praja, Volume 10*. file:///C:/Users/ASUS/Downloads/584-Article%20Text-2219-1-10-20220217%20(1).pdf
- Yulianita, Neni. (2016). Etika Bicara Baik Di Media Sosial. Dalam *Indonesia Bicara Baik; Bunga Rampai Komunikasi dan Humas*. Bandung: Pelangi Mitra Sukses.
- Syuhada, Kharisma Dhimas (2017) "Etika Media di Era "Post-Truth", *Jurnal Komunikasi Indonesia: Vol. 6: No. 1, Article 8*.
- Diniyanto, A., & Sutrisno, W. Pengawasan Pemilihan Umum di Era Post-Truth: Problem, Tantangan, dan Strategi. *Jurnal Adhyasta Pemilu, 5(1)*.'
- Latief, M. I. (2019). Efek Post Truth Pada Partisipasi Pemilih Pemilu 2019. *Kareba : Jurnal Ilmu Komunikasi, 8(2)*, 275-288.
- Vindua, R., & Zailani, Achmad Udin. (2023). Analisis Sentimen Pemilu Indonesia Tahun 2024 Dari Media Sosial Twitter Menggunakan Python. *Jurnal Riset Komputer : Vol.10 : No.2*, 479-487.
- Gustrinanda, R., & Tanjung, T. (2023). Pengaruh Berita Hoax Terhadap Kepercayaan Masyarakat Dalam Pemilu Di Indonesia. *Jurnal Multidisiplin Ilmu : Vol. 2 : No.1*, 158-163.

Noviati, Cora Elly . (2013). Demokrasi dan Sistem Pemerintahan. Jurnal Konstitusi, Volume 10, Nomor 2, 334-354.

Wicaksono, Febrianti Eko. (2023). Didominasi Politik, Simak Kumpulan 6 Hoaks yang Beredar Sepekan. Liputan6.com, <https://www.liputan6.com/cek-fakta/read/5400841/didominasi-politik-simak-kumpulan-6-hoaks-yang-beredar-sepekan>