

URGENSI LITERASI MEDIA DIGITAL BAGI PEMILIH PEMULA DALAM MENGHADAPI PEMILU 2019

Tri Wahyuti, M. Si.

Universitas Paramadina

tri.wahyuti@paramadina.ac.id

Abstrak

Penggunaan media internet di era digital saat ini telah menjadi suatu hal yang populer di kalangan anak muda. Melalui perangkat komputer maupun ponsel pribadi anak muda dapat berselancar di dunia maya untuk memenuhi kebutuhannya seperti mencari informasi maupun hiburan. Dalam konteks media baru, pengguna berperan aktif baik dalam menerima informasi maupun menyampaikan informasi. Menghadapi era pemilu 2019 mendatang, anak muda terutama pemilih pemula akan dihadapkan pada informasi-informasi yang diterimanya melalui internet terutama pada masa kampanye yang akan berlangsung pada 13 Oktober 2018 hingga 13 April 2019. Kemampuan anak muda atau pemilih pemula dalam menyaring berita dan atau menjadikannya sebuah rujukan pada masa kampanye 2019, membutuhkan suatu kompetensi literasi media yang dikenal sebagai kemampuan individu atau *individual competence*, yakni suatu kemampuan seseorang dalam menggunakan dan memanfaatkan media, dilihat dari kemampuan personal dan kemampuan sosial. Tulisan ini memaparkan sejauhmana urgensi kemampuan literasi media digital anak muda terutama pemilih pemula dalam menghadapi pemilu 2019.

Kata Kunci: literasi media, digital, politik, pemilu 2019, pemilih pemula, *individual competence*, *personal competence*, *social competence*.

Abstract

The use of internet media in the digital era has become a popular thing among young people. Through personal computer devices and cellphones young people can surf in cyberspace to meet their needs such as seeking information and entertainment. In the context of new media, users play an active role both in receiving information and conveying information. Facing the upcoming 2019 election era, young people, especially beginner voters, will be confronted with the information they receive through the internet, especially during the campaign period which will take place on 13 October 2018 to 13 April 2019. The ability of young people or beginners to filter news and or make it a referral during the 2019 campaign period, requires a media literacy competency known as individual or individual competence, which is a person's ability to use and utilize the media, viewed from personal abilities and social abilities. This paper describes the extent to which the urgency of digital media literacy skills of young people,

especially first-time voters, faces the 2019 election.

Keywords: *media literacy, digital, politics, 2019 elections, beginner voters, individual competence, personal competence, social competence.*

Pendahuluan

Pemilihan Umum (Pemilu) 2019 akan menjadi sejarah baru bagi negara Indonesia. Pemilu 2019 yang akan diselenggarakan pada 17 April 2019 dilakukan secara serentak, dimana nantinya masyarakat dapat mengaspirasikan suaranya dengan memilih Presiden dan Wakil Presiden dan juga anggota legislatif. Sejumlah persiapan telah dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) dalam menghadapi pesta demokrasi tersebut, diantaranya adalah pemutakhiran data pemilih, regulasi, anggaran, dan lain-lain. Bicara tentang pemutakhiran data pemilih, artinya jumlah pemilih yang akan menyuarkan hak pilihnya akan diisi oleh sejumlah pemilih pemula yang jumlahnya mencapai 5 juta jiwa. Seperti dikutip dari liputan6.com, “Dirjen Dukcapil Kemendagri Zudan A Farkhulloh menyampaikan tentang angka [pemilih pemula](#) yang akan berumur 17 tahun pada 1 Januari 2018 sampai 17 April 2019 berjumlah 5.035.887 jiwa” (<https://www.liputan6.com/news/read/3645747/kemendagri-usul-kpu-izinkan-5-juta-pemilih-pemula-gunakan-suket>).

Rata-rata usia pemilih pemula berada di usia 17 tahun, atau dapat kita sebut sebagai manusia generasi Z. Generasi Z merupakan generasi yang lahir antara tahun 1994 atau 1995 sampai tahun 2011 atau 2012. Sejak kelahirannya, generasi Z tidak hanya mengenal teknologi, tetapi mereka sudah akrab dengan teknologi dan gawai yang canggih. Mereka juga mampu melakukan berbagai kegiatan yang berhubungan dengan dunia maya dalam satu waktu. Misalnya mereka dapat berselancar di situs-situs, sambil melakukan aktivitas di media sosial, dan mendengarkan musik. (<https://beritagar.id/artikel/gaya-hidup/mengenal-generasi-z>). Dengan kata lain, generasi Z yang akan menjadi calon pemilih di Pemilu 2019 merupakan orang-orang yang sangat dekat dengan teknologi internet, termasuk di dalamnya informasi-informasi yang tersebar melalui internet dan media sosial.

Informasi yang tersebar melalui internet pada masa kampanye Pemilu yang sudah dimulai 13 Oktober 2018 kemarin dan masih berlangsung hingga 13 April 2019, tentunya berperan dalam memberikan wawasan, mengubah atau mempertahankan opini publik terutama para pemilih pemula. Media memegang peran penting dalam memotret isu-isu pemberitaan terkait Pemilu 2019 mendatang. Melalui pembingkai berita (*framing*) media

dapat mengarahkan sudut pandang masyarakat sesuai dengan sudut pandang yang diinginkan oleh si pembuat berita (media). Urgensi mengenai pemahaman literasi media digital sangat dibutuhkan bagi generasi muda terutama mereka yang akan melakukan partisipasi politiknya pada Pemilu 2019 mendatang. Kemampuan literasi media menurut pandangan Baran (2004) merupakan kemampuan individu dalam mengkonsumsi konten media. Namun Baran (2004) menekankan bahwa mengkonsumsi media yang dimaksud tidaklah hanya sekedar menekan tombol televisi atau mengklik berita yang muncul di internet, melainkan ada sejumlah keahlian khusus ketika seorang individu mengkonsumsi media. Menurut Uzunboylu (dalam Wahid & Dhinari, 2017), literasi digital diartikan sebagai pengetahuan dan kemampuan yang dibutuhkan tiap orang untuk pengembangan secara profesional dan partisipasi aktif dalam masyarakat berbasis teknologi. Literasi ini terkait bagaimana mengoperasikan teknologi tertentu, mengetahui bagaimana dan mengapa teknologi digunakan dan menyadari efek atau pengaruh dari penggunaannya.

Hasil penelitian Adiarsi, dkk (2015), tentang kemampuan literasi media internet di kalangan mahasiswa di DKI Jakarta menunjukkan bahwa mahasiswa yang mengakses Internet di bawah 5 jam per hari umumnya sudah sibuk dengan pekerjaannya dan tidak terlalu intens menggunakan media Internet baik melalui *smartphone* maupun komputer. Berbeda dengan mahasiswa yang mengakses Internet di atas 5 jam per hari, hampir setiap saat mereka menggunakan Internet untuk media sosial dan pesan instan (*instant messenger*) melalui ponsel pintarnya (*smartphone*). Sikap kritis terhadap pesan media yang dikonsumsi oleh para narasumber tergantung dari informasi yang menarik perhatian mereka. Hasil temuan ini menunjukkan bahwa anak muda hanya tertarik untuk bersikap kritis pada isi media yang menjadi pusat perhatiannya. Berita-berita seperti Pemilu terutama bagi para pemilih pemula akan menjadi salah satu berita yang dapat menarik perhatiannya dan diharapkan mereka dapat kritis pada pesan-pesan politik yang disampaikan oleh media, terutama pada masa kampanye Pemilu 13 Oktober 2018-13 April 2019 mendatang.

Berangkat dari penelitian sebelumnya, tulisan ini akan mengkaji sejauhmana urgensi literasi media bagi khalayak terutama pada masa kampanye Pemilu 2019. Literasi media yang dibutuhkan khalayak tidak hanya terbatas pada penggunaan isi media dalam konteks konvensional seperti media massa pada umumnya, namun juga literasi media dalam ranah internet. Dewasa ini berita di internet menjadi medium yang paling banyak dicari oleh

generasi muda saat ini, termasuk halnya pemberitaan mengenai kampanye Pemilu 2019 yang dapat menjadi landasannya sebelum mengambil keputusan pada pilihan calonnya di Pemilu mendatang. Tulisan ini akan menggambarkan bagaimana urgensi pemahaman literasi media digital pemilih pemula dalam menghadapi Pemilu 2019, serta mengkaji bagaimana penerapan edukasi pada pemahaman literasi digital ini dapat diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Isi Bahasan

Karakteristik Generasi Z sebagai Pemilih Pemula di Pemilu 2019. Mengutip dari detik.com, UU No. 7 tahun 2017 tentang Pemilu memberikan jaminan bagi pemilih pemula yang pada 17 April 2019 genap berusia 17 tahun guna menyalurkan hak pilihnya pada Pemilu 2019. Secara kuantitatif, jumlah pemilih pemula cukup besar dan berkontribusi signifikan bagi kemenangan Pasangan Calon Calon Presiden dan Wakil Presiden pada Pemilu Presiden dan Wakil Presiden (Pilpres) maupun Pemilihan Anggota DPR, DPD dan DPRD atau Pemilu Legislatif (Pileg). Persoalan yang dihadapi pada pemilih pemula, selain masalah administratif terkait belum adanya kepemilikan e-KTP, persoalan lainnya adalah pemilih pemula rawan dipolitisasi dan dijadikan komoditas politik untuk mendongkrak popularitas dan elektabilitas kontestan Pemilu, baik Pilpres maupun Pileg. Kedua, pemilih pemula rawan didekati, dipersuasi, dipengaruhi, dimobilisasi, dan sebagainya untuk bersedia mengikuti kampanye yang dilaksanakan (<https://news.detik.com/kolom/4240110/menyelamatkan-pemilih-pemula>).

Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa profil pemilih pemula pada Pemilu 2019 mendatang adalah generasi Z, yang memiliki karakteristik piawai dalam penggunaan teknologi, maka dapat dikatakan kecenderungan generasi ini adalah generasi yang tidak bisa lepas dari perangkat canggih seperti laptop, komputer, ponsel pintar dan sebagainya. Melalui perangkat canggih yang dimiliki, masyarakat generasi Z sudah dapat dipastikan informasi-informasi yang diterimanya lewat jaringan internet sebagai suatu hal yang lazim dalam kehidupan mereka sehari-hari. Perangkat canggih ini juga dapat menghubungkan pertemanan sosial mereka, seperti halnya aplikasi media sosial Facebook, WhatsApp, Instagram yang telah banyak dijadikan generasi Z sebagai medium untuk berinteraksi antara satu dengan teman lainnya.

Melalui perangkat berbasis teknologi canggih ini pula, informasi kampanye politik yang mereka terima dapat dijadikan rujukan mereka dalam menentukan hak suaranya pada

Pemilu 2019 mendatang. Media sebagai sumber pengirim pesan kampanye politik memiliki peran penting dalam mengubah perilaku calon pemilih termasuk juga opini publik. Menurut Hamad (2004), dalam kerangka pembentukan opini publik ini, media massa umumnya melakukan tiga kegiatan sekaligus. Pertama, menggunakan simbol-simbol politik (*language of politics*). Kedua, melaksanakan strategi pengemasan pesan (*framing strategies*). Ketiga, melakukan fungsi agenda media (*agenda setting function*). Tatkala melakukan tindakan itu, boleh jadi sebuah media dipengaruhi oleh beberapa faktor internal berupa kebijakan redaksional tertentu mengenai sesuatu kekuatan politik, kepentingan politik para pengelola media, relasi media dengan sebuah kekuatan politik tertentu, dan faktor eksternal seperti tekanan pasar pembaca atau pemirsa, sistem politik yang berlaku, dan kekuatan-kekuatan luar lainnya. Dapat disimpulkan bahwa satu peristiwa politik dapat menghasilkan opini politik yang berbeda tergantung bagaimana media memotret suatu peristiwa politik dengan melakukan tiga peran tersebut.

Anak Muda dan Media Sosial. Dari hasil survei yang dilakukan oleh sekelompok mahasiswa Universitas Bakrie di tahun 2017, mengungkap sebuah fakta dari 300 mahasiswa dari 30 kampus se-DKI Jakarta dengan metode *purposive sampling*, memperlihatkan hasil bahwa media sosial mendominasi jenis media yang dikonsumsi para mahasiswa dengan persentase 78%, disusul televisi sebesar 52%, radio dan portal berita 15%, serta koran, tabloid dan majalah sebesar 9% (Wisnuhardhana, 2018). Dari data ini dapat disimpulkan bahwa media sosial menjadi salah satu *platform* yang banyak dijadikan acuan pemilih pemula dalam menerima dan menyampaikan informasi terkait informasi politik, salah satunya informasi seputar kampanye Pemilu 2019. Menurut Haider (dalam Wahyuni, 2013), media sosial melalui internet mengalami perkembangan pesat. Media sosial ini berkontribusi terhadap akuntabilitas pemerintah, aktivitas Hak Asasi Manusia, pembangunan *civil society*, dan praktik-praktik kewarganegaraan (Haider dalam Wahyuni, 2013). Pada masa kini, penggunaan media sosial telah dimanfaatkan oleh sejumlah pihak untuk kepentingan berpolitik karena keunggulan dari media sosial yang mampu menyampaikan informasi secara serentak kepada banyak orang secara lebih mudah dan lebih murah. Lewat media sosial ini pula kemampuan berpolitik seseorang dapat diaktualisasikan. Menurut Wahyuni (2013), media sosial menjadi instrument dalam berpolitik. Peran masyarakat menjadi terbuka lebar dalam mengeluarkan pendapatnya pada media ini. Aliran komunikasinya pun tidak lagi linier, tetapi berada sepenuhnya di tangan

pengguna. Menurut pandangan penulis, dalam konteks ilmu komunikasi, dapat dikatakan bahwa para pengguna memiliki dua peran sekaligus, menjadi komunikator (penyampai pesan), maupun menjadi komunikan (penerima pesan). Pesan-pesan politik pada masa kampanye Pemilu 2019 dapat menjadi alat komunikasi yang efektif untuk memengaruhi maupun melakukan persuasi kepada anak muda.

Seperti dikutip oleh Stieglitz & DangXuan dalam (Anshari, 2013), sejumlah penelitian menunjukkan politisi di seluruh dunia telah mengadopsi media sosial untuk menjalin hubungan dengan konstituen, berdialog langsung dengan masyarakat dan membentuk diskusi politik. Kemampuan menciptakan ruang dialog antara politisi dengan publik serta menarik minat pemilih pemula/pemilih muda membuat media sosial semakin penting bagi politisi. Beberapa contoh kesuksesan penggunaan media sosial sebagai wadah berpolitik diantaranya adalah Barack Obama yang berhasil memenangi pemilhan presiden Amerika Serikat, dimana sekitar 30 persen pesan-pesan kampanyenya disampaikan melalui media baru (Anshari, 2013).

Kehadiran media sosial ini tentunya dapat pula menjadi bentuk baru dalam aktivitas politik. Media sosial dapat menjadi mekanisme penting dalam menghimpun aksi, protes, dan gerakan sosial. Masyarakat atau publik dapat berpartisipasi langsung dan *sharing* informasi dengan pihak-pihak yang mereka percaya, seperti teman atau keluarga. Adanya kepercayaan atau simpati ini selanjutnya berpotensi dalam mendorong lahirnya gerakan-gerakan sosial di dalam media sosial (Wahyuni, 2013).

Kompetensi Literasi Media Digital bagi Pemilih Pemula. Media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter dan WhatsApp menjadi medium yang sangat populer di kalangan anak muda terutama pemilih pemula. Pesan politik dari situs berita tertentu dapat dengan mudah diteruskan kepada para pengguna lain melalui media sosial. Ironisnya, pesan politik yang belum tentu diketahui kebenarannya, menjadi viral dan tak jarang dianggap sebagai sebuah fakta yang patut dipercaya. Tak jarang pula kita menemukan berita yang tidak diketahui validitas sumbernya disebar dan menjadi ruang diskusi yang menjelek-jelekan salah satu orang/partai politik tertentu. Minimnya kemampuan literasi media menjadi salah satu penyebab mengapa sering ditemukannya berita hoaks yang dengan cepat viral dan menjadi *trending topic*, namun jika lihat dari sisi kredibilitas dan faktualitas, berita tersebut hanya bertujuan melakukan provokasi bagi para pembacanya (baca: masyarakat).

Karakteristik generasi Z yang sangat aktif dan melek teknologi, sudah sepatutnya

diimbangi dengan kemampuan literasi yang mumpuni. Literasi dalam hal ini tidak hanya bagaimana anak muda dapat memanfaatkan teknologi namun juga kompetensi anak muda dalam memahami informasi yang didapatnya melalui perangkat teknologi. Istilah literasi, menurut Hoechsmann dan Poyntz (dalam Wahid & Dhinar, 2017), tidak hanya digunakan secara khusus untuk media, tapi dapat digunakan secara luas pada beragam ranah yang berbeda. Beragam istilah seperti literasi komputer, literasi digital, literasi politik, sering ditemui di banyak literatur. Perkembangan teknologi komunikasi, terutama melalui internet memunculkan istilah baru dalam praktik literasi media yaitu literasi digital. Literasi digital hakikatnya sama dengan literasi media, yaitu praktik yang menawarkan kapasitas atau kompetensi memanfaatkan media, baik memahaminya, memproduksinya, atau mengetahui perannya dalam masyarakat.

Bicara mengenai kemampuan literasi media digital dalam wilayah politik dapat dilihat dari kompetensi individu (*individual competence*) terkait informasi-informasi yang diterima para pemilih pemula selama masa kampanye Pemilu 2019. Menurut Lutviah (dalam Kurniawati dan Barorah, 2016), *individual competence* adalah kemampuan seseorang dalam menggunakan dan memanfaatkan media. Diantaranya kemampuan untuk menggunakan, memproduksi, menganalisis, dan mengkomunikasikan pesan melalui media. *Individual competence* terbagi ke dalam dua kategori: Lutviah (dalam Kurniawati dan Barorah, 2016): (1) *Personal competence*, yaitu kemampuan seseorang dalam menggunakan media dan menganalisis konten-konten media. (2) *Social competence*, yaitu kemampuan seseorang dalam berkomunikasi dan membangun relasi sosial lewat media serta mampu memproduksi konten media.

Pada level kompetensi personal, seseorang dikatakan mampu menggunakan media ketika ia dapat menguasai fitur-fitur yang ada di media dan juga mampu menganalisis isi media yang diterimanya melalui internet maupun media sosial. Khalayak dianggap memiliki kompetensi personal ketika mampu membedakan isu terkait kampanye politik masuk dalam kategori fakta atau hoaks. Ada beberapa cara mudah untuk mengetahui apakah berita yang diterimanya masuk dalam kategori hoaks, seperti yang dikutip dari buku saku yang dikeluarkan oleh Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN), tahun 2018. Pertama, telusuri dari sumber berita atau domain situs. Jika menemukan situs yang tidak jelas bukan dari lembaga resmi sebaiknya jangan langsung percaya, karena situs berita seperti ini kredibilitas isi pemberitannya sangat

diragukan. Menurut catatan Dewan Pers, di Indonesia terdapat sekitar 43.000 situs di Indonesia yang mengklaim sebagai portal berita. Dari jumlah tersebut, yang sudah terverifikasi sebagai situs berita resmi tak sampai 300. Artinya terdapat setidaknya puluhan ribu situs yang berpotensi menyebarkan berita palsu di internet yang mesti diwaspadai. (<https://tekno.kompas.com/read/2017/01/09/12430037/begini.cara.mengidentifikasi.berita.hoax.di.internet>).

Kedua, bersikap kritis pada setiap berita yang diterima terutama terkait penyebar informasi untuk melakukan konfirmasi atas informasi yang dikirim. Kritis dalam hal ini dapat diartikan sebagai kemampuan individu dalam melihat sumber penulis berita, penyebar berita. Jika berasal dari sumber yang tidak menyebutkan nama penulis, atau sengaja mengatasnamakan lembaga resmi tertentu, hal itu perlu dicurigai. Tentu kita pernah ingat tentang informasi produk minuman yang harus dihentikan konsumsinya dengan mengatasnamakan Ikatan Dokter Indonesia. Berita ini seolah-olah benar, namun jika kita kritis dan kita cek informasi tersebut, tidak ada satu pun berita dari lembaga resmi yang memberikan informasi tersebut. Hal yang penting dilakukan adalah jangan *repost* informasi-informasi sebelum kita benar-benar yakin tentang keabsahan berita tersebut.

Ketiga, perhatikan informasi waktu, tempat, lokasi pemberitaan yang tidak jelas dan kutipan berita yang mencatut nama tokoh palsu. Berita yang sifatnya untuk mendapatkan simpati publik dan mengundang sebanyak-banyaknya orang untuk meng-klik berita tersebut biasanya sengaja memberikan informasi yang mirip dengan kejadian saat ini namun postingan berita yang disampaikan adalah berita yang sudah lama. Seperti berita tentang jatuhnya pesawat Lion Air pada 29 Oktober 2018 lalu, berita tentang gambar korban kecelakaan pesawat lain yang mengatasnamakan korban Lion Air justru viral kembali. Di sinilah kebutuhan literasi media digital sangat diperlukan. Masyarakat diminta untuk tidak ikut menyebarkan berita tersebut yang akan memperkeruh suasana duka bagi keluarga korban.

Keempat, masyarakat diminta untuk kritis pada isi berita apakah lebih banyak mengisahkan opini seseorang atau mengemukakan fakta. Untuk membedakan fakta dan opini, cara sederhana dapat kita lihat saat penyampaian opini biasanya informasi yang disajikan hanya cenderung menyampaikan pendapat dan tidak ditunjang dengan data serta kutipan narasumber yang kredibel. Dalam hal ini, masyarakat diminta untuk memperhatikan dengan teliti informasi yang dibacanya. Tidak adanya kejelasan informasi seperti kutipan berita narasumber yang relevan juga perlu dipertanyakan keabsahan berita tersebut. Seorang jurnalis yang baik pasti

akan menyebutkan sumber informasi yang didapatnya dengan mencantumkan narasumber sesuai yang mendukung isi berita. Berita-berita yang menyebutkan nama narasumber juga tidak serta merta bisa langsung dipercaya sebagai berita yang valid, karena masyarakat juga harus cerdas melihat narasumber yang dipilihnya, apakah narasumber tersebut berbentur dengan kepentingan partai politik tertentu dan media itu sendiri juga patut dikritisi.

Kelima, Masyarakat juga harus membedakan fakta dengan melihat apakah pemaparan yang disampaikan terdengar mustahil atau justru ditunjang dengan penelitian palsu untuk memperkuat argumen yang disampaikan. Untuk mengasah kemampuan literasi media seseorang juga diperlukan kemampuannya dalam membedakan berita yang murni fakta atau fakta hasil rekayasa. Pada kategori terakhir, yaitu fakta rekayasa kita dapat melihatnya dari pemberitaan yang sifatnya berlebih-lebihan dengan mencantumkan penelitian-penelitian palsu agar menunjang opini yang disampaikan sehingga orang dapat mempercayainya sebagai sebuah fakta. Ciri fakta rekayasa dengan penelitian palsu misalnya tidak ada penyebutan sumber peneliti, informasi lebih lanjut tentang penelitian tersebut seperti link, atau buku hasil penelitian tersebut. Hasil penelitian seolah mengada-ada, tidak realistis juga perlu menjadi perhatian kita dalam mengkritisi sebuah informasi. Hal yang paling mudah adalah masyarakat diminta juga untuk melakukan cek dan recheck pemberitaan yang diterimanya dengan media *mainstream* (populer). Biasanya media *mainstream* sangat menjaga citranya dengan menampilkan berita-berita yang sesuai dengan fakta yang terjadi,

Keenam, masyarakat juga harus kritis ketika melihat tampilan desain halaman yang aneh, misalnya menggunakan huruf besar dan tanda seru dimana di dalam isi pemberitaannya banyak menggunakan kata heboh dan cenderung provokatif karena berita palsu (hoaks) sengaja dibuat untuk menimbulkan kehebohan dan kekacauan publik. Penting bagi masyarakat untuk membaca ulang informasi secara utuh dan lebih detil, pelajari pula maksud isi pesan yang disampaikan, apakah ada muatan-muatan yang mengarahkan masyarakat pada satu pandangan tertentu. Pada karakteristik media *online* yang isi pemberitaannya singkat dan sepotong-potong, diperlukan juga kesadaran masyarakat untuk membaca tautan-tautan berita lainnya di media tersebut, sehingga dapat melihat secara keseluruhan tentang motif/tujuan pesan yang ingin disampaikan oleh media.

Pada level kompetensi sosial, masyarakat dikatakan memiliki literasi media yang baik ketika mampu membangun relasi sosial dan memproduksi konten media yang dapat

memperkaya pengetahuan bagi pengguna lainnya. Pada masa kampanye Pemilu 2019, pemberitaan yang berkembang di media sosial dapat menjadi salah satu ruang diskusi publik. Di sinilah peran kompetensi sosial dibutuhkan masyarakat misalnya dengan menjadikan wacana-wacana yang terjadi di media menjadi ruang diskusi yang positif seperti berkomentar yang positif dan membangun (konstruktif), tidak mencari kesalahan pihak lain. Salah satunya adalah etika dalam melakukan kritik, beriskap santun, kritik membangun, tidak mengikuti hawa nafsu atau cenderung memecah belah dengan berkomentar memasukkan unsur SARA. Kompetensi sosial juga ditandai dengan kemampuan seseorang untuk menciptakan konten berita yang bertujuan untuk mengklarifikasi berita dengan harapan para pembaca lain mendapatkan informasi baru yang mampu membuka ruang/pemahaman berpikir atas suatu peristiwa yang kebenarannya dapat dipertanggungjawabkan. Sehingga diharapkan tidak ada masyarakat yang meresahkan masyarakat lainnya karena menyebarkan isu yang memiliki muatan menyebar kebencian (*hate speech*).

Kesimpulan

Generasi muda yang akan menjadi pemilih pemula pada Pemilu 2019 mendatang merupakan generasi Z yang memiliki karakteristik melek teknologi namun dikenal sebagai pribadi yang memiliki emosi tidak stabil. Generasi ini meskipun dikenal sangat kritis dan cenderung ingin tahu pada isu di sekitarnya, namun sangat rentan untuk bisa dipengaruhi oleh media melalui isi pemberitaannya. Kemampuan literasi media digital menjadi syarat yang harus dimiliki generasi muda terutama pemilih pemula dalam menghadapi berita-berita politik yang diterimanya melalui perangkat teknologi seperti internet dan media sosial.

Pada level kompetensi personal, seseorang dikatakan mampu menggunakan media ketika ia dapat menguasai fitur-fitur yang ada di media dan juga mampu menganalisis isi media yang diterimanya melalui internet maupun media sosial. Khalayak dianggap memiliki kompetensi personal ketika mampu membedakan isu terkait kampanye politik masuk dalam kategori fakta atau hoaks. Pada level kompetensi sosial, masyarakat dikatakan memiliki literasi media yang baik ketika mampu membangun relasi sosial dan memproduksi konten media yang dapat memperkaya pengetahuan bagi pengguna lainnya. Pada masa kampanye Pemilu 2019, pemberitaan yang berkembang di media sosial dapat menjadi salah satu ruang diskusi publik. Kemampuan pemilih pemula untuk kritis pada isu yang diterimanya pada masa kampanye menjadi kemampuan penting yang perlu dimiliki. Generasi Z yang dikenal sebagai

generasi melek teknologi juga harus memiliki kemampuan dalam menganalisis isi media sehingga diharapkan dapat membantunya dalam menentukan pilihan yang sesuai dengan hatinuraninya pada masa Pemilu 2019 mendatang.

Kemampuan literasi media digital yang mumpuni dari masyarakat tidak akan berhasil jika tidak didukung oleh pihak-pihak yang terkait, terutama pada masa kampanye Pemilu 2019 mendatang. Dukungan dan kerjasama dari lembaga-lembaga terkait, seperti kerjasama antara Komisi Pemilihan Umum (KPU, Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu), Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) serta aparat penegak hukum seperti kepolisian dalam menanggulangi penyebaran *hoax*, berita yang bermuatan ujaran kebencian dan fitnah selama kampanye berlangsung.

Daftar Pustaka

Buku

- Baran, Stanley J. (2004). *Pengantar Komunikasi Massa: Literasi Media dan Budaya*. Jakarta; Salemba Humanika.
- BSSN (Badan Siber dan Sandi Negara). (2018). *Tip Singkat dan Praktis di Dunia Siber: dari BSSN untuk Masyarakat*. Jakarta: Badan Siber dan Sandi Negara.
- Hamad, Ibnu. (2004). *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa: Sebuah Studi Critical Discourse Analysis terhadap Berita-berita Politik*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Wahid, Abdul & Dhinar Aji Pratomo (2017). *Masyarakat dan Teks Media: Membangun Nalar Kritis Masyarakat pada Teks Media*. Malang: UBPress.
- Wahyuni, Hermin Indah (2013). *Kebijakan Media Baru di Indonesia: Harapan, Dinamika dan Capaian Kebijakan Media Baru di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Wisnuhardhana, Alois (2018). *Anak Muda & Medsos: Memahami Geliat Anak Muda, Media Sosial, dan Kepemimpinan Jokowi dalam Ekosistem Digital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Jurnal

- Adiarsi, Gracia Rahma, Yolanda Stellarossa, Martha Warta Silaban. Literasi Media Internet di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Humaniora*, 6(4), 470.
- Anshari, Faridian. (2013). Komunikasi Politik di Era Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 93-94
- Kurniawati, Juliana & Siti Baroroh. (2016). Literasi Media Digital Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *Jurnal Komunikator*, 8(2), 55.

Website

Ardina, Ika (07 Juli 2017). *Mengenal Generasi Z*. Diakses pada 25 Oktober 2018. <https://beritagar.id/artikel/gaya-hidup/mengenal-generasi-z>

Fachudin, Achmad (03 Oktober 2018). *Menyelamatkan Pemilih Pemula*. Diakses pada 25 Oktober 2018. <https://news.detik.com/kolom/4240110/menyelamatkan-pemilih-pemula>

Hutabarat, D,C (17 September 2018). *Kemendagri Usul KPU Izinkan 5 Juta Pemilih Pemula Gunakan Suket*. Diakses pada 25 Oktober 2018. <https://www.liputan6.com/news/read/3645747/kemendagri-usul-kpu-izinkan-5-juta-pemilih-pemula-gunakan-suket>

Yusuf, Oik (09 Januari 2017). *Begini Cara Mengidentifikasi Berita "Hoax" di Internet*. Diakses pada 5 November 2018. <https://tekno.kompas.com/read/2017/01/09/12430037/begini.cara.mengidentifikasi.berita.hoax.di.internet>