



ANCAMAN PERANG KOGNITIF PADA PENYELENGGARAAN PEMILIHAN KEPALA DAERAH DI INDONESIA (STUDI KASUS: PILKADA DKI JAKARTA 2017)

Dede Anggy Reynaldi, Susaningtyas Nefo H. K, Suhirwan

Prodi Peperangan Asimetris, Fakultas Strategi Pertahanan,

Universitas Pertahanan Republik Indonesia

Abstrak

Ancaman perang kognitif yang terjadi pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta 2017 telah mengancam sistem demokrasi di Indonesia. Perang kognitif menjadi suatu ancaman yang menempatkan manusia sebagai medan perangnya dengan menyerang opini dan kognisi publik sehingga mengakibatkan polarisasi dan perpecahan di tatanan masyarakat dan berpotensi menjadi sebuah konflik sosial di masa penyelenggaraan pilkada. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis perang kognitif yang terjadi di Indonesia dengan studi kasus pilkada DKI Jakarta 2017. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang berfokus pada perang kognitif yang terjadi pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta 2017 dan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penyelenggaraan pilkada di Indonesia di masa yang akan datang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perang kognitif terjadi karena adanya upaya memanipulasi persepsi publik dengan cara mendistribusikan pesan-pesan politik yang dikemas menjadi informasi dan isu publik sehingga dapat mempengaruhi opini dan kognisi publik. Terdapat empat faktor yang mempengaruhi terjadinya perang kognitif yaitu kemampuan siber, informasi, psikologis dan rekayasa sosial. Berdasarkan penelitian ini, faktor perang kognitif yang dapat diterapkan kembali di pilkada mendatang, adalah faktor kemampuan siber, dan persebaran informasinya. Hal itu sesuai dengan kemajuan teknologi informasi dan prediksi pemanfaatan informasinya khususnya di bidang politik di masa mendatang.

Kata Kunci: Ancaman, Kognitif, Kualitatif, Pilkada, Politik.

PENDAHULUAN

Era globalisasi yang terjadi saat ini menjadikan dunia dihadapkan pada ancaman yang begitu kompleks. Perkembangan lingkungan strategis yang terjadi mengarah pada perubahan paradigma tentang perang itu sendiri. Saat ini seluruh dunia tengah menghadapi berbagai tantangan dalam domain konflik yang muncul. Dengan memanfaatkan perkembangan teknologi, termasuk dengan meningkatnya pengguna media sosial, memunculkan ancaman yang menasar pada kognisi para penggunanya, atau istilahnya yaitu perang kognitif. *Cognitive warfare* adalah perang yang mengarahkan serangannya pada cara manusia dalam menginterpretasi suatu hal dan mengarah pada kognisi atau tingkat pemahaman seseorang. Perang kognitif menjadi salah satu ancaman yang bersifat asimetris, dimana pendekatan asimetris dilakukan untuk menghindari atau mengelak dari konfrontasi langsung dengan mengeksploitasi kelemahan (*weakness*) dan kerentanan (*vulnerability*) pihak lawan yang lebih kuat.

Dalam Nato Review (2021) perang kognitif, pikiran manusia menjadi medan perangnya. Tujuannya adalah untuk dapat merubah tentang apa yang orang lain pikirkan, sehingga berpengaruh terhadap cara berfikir mereka dan cara bertindak. Bila sukses dilancarkan, itu akan membentuk dan mempengaruhi keyakinan atau perilaku individu dan kelompok untuk mendukung tujuan taktis atau strategis agresor. Karakteristik perang kognitif yaitu berupaya melakukan perekayasa pola pikir, dimana masyarakat digiring opininya untuk dapat melakukan atau mengambil keputusan yang sebenarnya tidak dikehendakinya. Hal tersebut menurut Rosner dan Siman Tov (2018) adalah upaya manipulasi wacana publik oleh elemen eskternal yang berusaha merusak kesatuan sosial atau merusak

kepercayaan publik terhadap sistem politik.

Ancaman perang kognitif di Indonesia khususnya pada penyelenggaraan pemilihan umum terlihat pasca penyelenggaraan pilpres tahun 2014. Dilihat dari pola dan karakteristiknya, ancaman perang kognitif ini ditandai dengan semakin meningkatnya penggunaan media sosial sebagai alat berbagi informasi mengenai perkembangan kondisi politik yang terjadi pasca pilpres tahun 2014. Penggunaan media sosial ini dijadikan sebagai alat propaganda politik. Propaganda ini juga sejalan dengan maraknya *Hoax / Post Truth*, di mana fakta diabaikan dalam membentuk opini publik, yang dikedepankan adalah faktor emosional dan keyakinan personal seseorang (kognisi).

Fenomena yang terjadi berlanjut pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta pada tahun 2017. Penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta tahun 2017 mendapatkan perhatian yang luar biasa dari seluruh masyarakat Indonesia. Mengingat ajang pemilihan kepala daerah ini sarat dengan opini-opini dan isu-isu yang dikembangkan masing-masing pendukung terhadap rival mereka. Media sosial digunakan sebagai ruang dalam menyampaikan opini sehingga dapat membangun suatu kelompok yang memiliki kesamaan cara berfikir. Kelompok yang terbentuk atas dasar kesamaan cara berfikir ini harus dilengkapi dengan pesan yang relevan sehingga dapat mengilhami harapan di antara mereka yang termasuk di dalamnya dan menuntun mereka untuk mengubah pendapat. Hal tersebut ditunjukkan dengan munculnya kelompok-kelompok pendukung yang terbentuk dari aktivitas di media sosial seperti halnya fenomena munculnya kelompok Teman Ahok yang dibentuk untuk memberikan dukungan terhadap Basuki Tjahatja Purnama dalam kontestasi pilkada di DKI Jakarta tahun

2017. Kampanye yang disampaikan oleh kelompok ini adalah tentang keberhasilan Ahok dalam memimpin DKI Jakarta, dan pesan itu disampaikan secara efektif di media sosial dan menggerakkan masyarakat untuk dapat mengumpulkan KTP sebagai bentuk dukungan atas gerakan yang dilakukan. Struktur atau organisasi sosial yang terbentuk di internet berdasarkan jaringan informasi yang pada dasarnya beroperasi berdasarkan teknologi informasi dalam mikro elektronik. Jaringan yang terbentuk antar pengguna merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi (Castells, 2002).

Penggunaan teknologi pada masa pilkada memiliki dampak lainnya. KPUD DKI Jakarta mengkonfirmasi bahwa adanya upaya peretasan yang mengarah pada situs resmi KPUD DKI Jakarta sehingga menyebabkan *down server* yang menyebabkan sulitnya pengaksesan oleh masyarakat. Serangan tersebut mengarah pada pengacakan konten dan tidak berdampak pada hasil suara pemilu. Namun upaya peretasan *website* resmi KPUD DKI Jakarta mampu ditangani oleh tim IT di internal KPUD DKI Jakarta. Informasi terkait adanya upaya peretasan *website* KPUD DKI Jakarta ini dimanfaatkan oleh beberapa kelompok untuk dijadikan berita *hoax* yang menyebutkan bahwa peretasan tersebut dilakukan oleh kubu ahok agar dapat mengubah hasil suara pemilu agar menjadi dua putaran. Banyak anggapan bahwa berita palsu dianggap efektif untuk mendapatkan perhatian publik dan mempengaruhi pemilih dalam Pilkada DKI Jakarta 2017. Berita palsu dan *hoax* terus menjamur di berbagai jejaring sosial media, atau aplikasi pesan *instan/chat* dan mengakibatkan polarisasi di masyarakat (Agung, 2021).

Selain itu pilkada DKI Jakarta sarat akan isu-isu SARA, ujaran kebencian dan kampanye hitam yang terjadi di media sosial. Menurut

pengamat militer dan intelijen, Susaningtyas menjelaskan bahwa konflik SARA yang terjadi di tengah-tengah masyarakat, bahkan di media sosial, harus dikendalikan, dampaknya sangat besar bagi kerukunan dan keutuhan bangsa (Hidayatullah, 2021). Saling serang antar kelompok pendukung tidak terhindarkan, salah satu fenomena yang paling menjadi perhatian publik yaitu terbangunnya dugaan politik identitas, dimana isu SARA menjadi salah satu isu yang banyak muncul di *platform* media sosial. Munculnya gerakan berbasis agama sebagai respon atas kasus penistaan agama yang terjadi, semakin menguatkan dugaan telah terjadinya politik identitas yang timbul di pilkada DKI Jakarta 2017. Hal tersebut ditunjukkan melalui beberapa aksi demonstrasi yang dilakukan dan melibatkan bukan hanya warga Jakarta, tetapi melibatkan seluruh umat muslim yang ada di Indonesia. Tentunya hal tersebut dapat mempengaruhi pemilih di Jakarta, terbukti dengan adanya penolakan kampanye ahok di beberapa tempat karena dianggap sebagai penista agama.

Serangan juga diarahkan kepada pasangan calon Anies-Sandi melalui berita-berita *hoax* dengan menganggap pasangan ini telah memanfaatkan isu agama sebagai sarana untuk mendapatkan kekuasaan. hal tersebut terlihat dari adanya gambar yang disebar di media sosial terkait sebuah surat pernyataan atau akad kontrak bertandatangan palsu yang menyatakan Anies-Sandi akan menggunakan syariat Islam di Jakarta (Rahayu, 2021). Gambar tersebut di dalamnya terdapat akad kontrak yang ditandatangani oleh anies dan sandi. Berita tersebut menjadi perbincangan di media sosial karena gambar itu memberikan pesan jika anies-sandi yang memenangi pilkada DKI Jakarta 2017, maka mereka akan memimpin dengan dasar nilai-nilai syariat islam.

Fenomena di atas menjelaskan bahwa adanya upaya operasi pengaruh yang terjadi pada penyelenggaraan Pilkada DKI Jakarta 2017 silam dengan cara mempengaruhi topik wacana politik dengan berbagai macam cara. Hal tersebut menjelaskan bahwa kekuatan komunikasi melalui pesan-pesan yang disajikan dapat memberikan pengaruh terhadap kognisi publik dalam melakukan tindakan, sehingga hal tersebut dapat mengganggu kestabilan sosial dan dapat memicu konflik di masyarakat serta mengancam kedaulatan bangsa dan keamanan negara.

Berdasarkan latar belakang yang diatas, maka peneliti melakukan perumusan masalah dan menjadikan pertanyaan penelitian yaitu Bagaimana perang kognitif yang terjadi pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta tahun 2017? dan Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya perang kognitif pada penyelenggaraan pilkada di Indonesia di masa yang akan datang?

Untuk menjawab kedua rumusan masalah diatas, peneliti menggunakan beberapa teori yang berkaitan dengan ancaman perang kognitif pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta 2017 dan faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya perang kognitif pada penyelenggaraan pilkada di Indonesia di masa yang akan datang.

Dalam proses aktivitas komunikasi politik sangat penting untuk mengetahui dan memahami keterlibatan unsur-unsur komunikasi politik agar aktivitas politik dapat dikelola dan dikembangkan dengan baik. Menurut Nimmo (1993) Unsur-unsur komunikasi politik yaitu:

a. Komunikator Politik

Komunikator politik pada dasarnya adalah semua orang yang berkomunikasi tentang politik. Dalam politik, para pemimpin dan pejabat politik menjadi komunikator utama karena mereka secara aktif mampu

menciptakan pesan politik sesuai dengan kepentingan politiknya. Lalu komunikator utama ini masuk pada kategori pols yang memiliki arti bahwa mereka dalam hidup dengan cara memanipulasi komunikasi. Selanjutnya ada kategori Vols yang merepresentasikan bahwa mereka adalah masyarakat yang secara sukarela, aktif di berbagai aktifitas politik. Komunikator politik memainkan peran utama dalam aktifitas sosial dan politik, terutama dalam pembentukan opini publik.

b. Pesan Komunikasi Politik

Dalam komunikasi politik, pesan politik adalah hal terpenting, dimana dalam pesan politik yang dikemas menjadi suatu informasi yang didistribusikan oleh komunikator politik memiliki tujuan yang mengarah pada upaya pencarian persamaan persepsi dengan penerima informasi atau komunikan. Upaya itu dilakukan dengan cara mengemukakan ide dan gagasan ke publik agar dapat menjadi perbincangan di tataran publik.

c. Media Komunikasi Politik

Media dalam komunikasi politik memiliki peranan yang sangat penting karena menjadi publisitas politik terhadap masyarakat luas. Siapapun komunikator atau aktivis politik akan berusaha menguasai media. Dimensi dari saluran komunikasi politik terdiri atas lambang-lambang pembicaraan politik, seperti kata, gambar, dan tindakan. Kombinasi dari ketiganya akan menghasilkan cerita, foto, dan drama yang bermuatan politik (Nimmo, 2000). Artinya, setiap proses politik memerlukan saluran dan media komunikasi untuk lebih mudah menyampaikan pesan-pesan politik kepada khalayak dengan beragam bentuk dan tujuan komunikator politik (Wahid, 2016).

d. **Khalayak Komunikasi Politik**

Dalam pembahasan ini, pembicaraan mengenai khalayak akan difokuskan pada khalayak dalam arti masyarakat luas atau sering kita sebut publik. sebagai suatu istilah, publik atau khalayak menunjuk pada pengelompokan dan pengorganisasian orang-orang dengan kepentingan yang sama. Publik atau khalayak adalah suatu kelompok orang-orang yang sedang dihadapkan pada isu (permasalahan) yang sulit serta saling berbeda pendirian dan pendapat serta pemecahannya, karena itu terlibat dalam suatu diskusi (Wahid, 2016).

e. **Efek Komunikasi Politik**

Pesan politik yang disebarkan dalam berbagai saluran media komunikasi politik tentunya memiliki dampak komunikasi politik, dimana dampak tersebut dapat menjadi suatu penilaian terhadap tingkat kesuksesan dari pesan politik yang disampaikan dengan berdasarkan pada seberapa kuat efek dalam mempengaruhi opini publik, sehingga indikator nya adalah opini publik yang muncul secara positif dapat sesuai dengan keinginan komunikator, yaitu terciptanya perbincangan positif terhadap mereka, dan opini negatif akan berpengaruh pada pembentukan sikap dan tindakan yang negatif juga.

Teori unsur-unsur komunikasi politik erat kaitannya dengan penggunaan saluran media baru sebagai ruangnya. Hadirnya media baru yang didukung oleh kemajuan teknologi komunikasi menunjukkan sifat media komunikasi yang dinamis. Penjelasan tersebut senada dengan apa yang dijelaskan oleh McQuail yang melihat permasalahan utama dalam teori tentang media baru dan media lama yang selama ini berkuat pada 3 hal yaitu (Wahid, 2016):

1. **Power and inequality**

Tidak mudah menempatkan media baru dalam hubungannya dengan kepemilikan dan kekuasaan, dimana isi serta arus informasi harus dikontrol.

2. **Social integration and Identity**

Media baru dianggap sebagai kekuatan yang mampu melakukan disintegrasi terhadap kohesivitas sosial di dalam masyarakat karena dianggap terlalu individualistis dan bisa menembus batas ruang, waktu, serta budaya.

3. **Social Change**

Media baru dianggap sebagai agen perubahan sosial sekaligus agen perubahan ekonomi yang terencana, dimana tidak adanya control pesan, baik dari pemberi maupun penerima pesan, sangat mungkin terjadi. Masyarakat informasi memiliki ketergantungan yang sangat tinggi kepada media. Terjadi perubahan pola saluran komunikasi politik dengan adanya media baru, sehingga menyebabkan pola komunikasi memiliki perubahan yang sangat signifikan.

Selanjutnya untuk membahas mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya perang kognitif pada pilkada di Indonesia di masa yang akan datang, peneliti akan menggunakan indikator dari konsep perang kognitif yang melihat dari elemen-elemen terjadinya perang kognitif. Hal tersebut dikemukakan dalam NATO review (2021), yang menjelaskan bahwa perang kognitif mengintegrasikan (1) kemampuan cyber, (2) informasi, (3) psikologis, (4) dan rekayasa sosial untuk mencapai tujuannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif. Menurut Sugiyono, penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk

menemukan, menganalisis dan mengelola kejadian langsung di lapangan dengan memahami interaksi sosial dengan wawancara dan dokumentasi (Sugiyono, 2018). Metode penelitian kualitatif dirasa cocok untuk penelitian ini, karena peneliti berusaha untuk menemukan, menganalisa dan mengelola kejadian langsung yang ada dilapangan, terutama terkait ancaman kognitif pada penyelenggaraan Pemilihan Kepala Daerah di Indonesia dengan studi kasus pilkada di DKI Jakarta tahun 2017.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perang Kognitif yang Terjadi pada Penyelenggaraan Pilkada DKI Jakarta tahun 2017

Pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta, terdapat kubu-kubu politik yang mendukung masing-masing calon kepala daerah nya, sehingga terjadi polarisasi di tatanan masyarakat secara umum yang disebabkan oleh perbedaan pendapat dan cara pandang memilih di kontestasi pilkada. Perbedaan pendapat dan pandangan ini diwujudkan melalui opini-opini politik yang disalurkan melalui berbagai media. Opini publik muncul karena adanya informasi dan isu-isu politik yang terjadi selama penyelenggaraan pilkada berlangsung. Komunikasi politik memiliki peranan penting dalam membentuk opini publik sehingga perlu memahami unsur-unsur komunikasi politik dalam aktivitas politik agar dapat dikelola dan dikembangkan dengan baik. Unsur-unsur komunikasi politik dijelaskan Menurut Nimmo (1993) yaitu:

a) Komunikator Politik

Pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta tahun 2017, komunikator politik memiliki peranan penting dalam mempengaruhi opini publik. Para calon kepala daerah dan tim suksesnya menjadi komunikator utama, dimana mereka memaparkan pesan kampanye mereka dalam kontestasi pilkada. Upaya

tersebut dimaksudkan untuk mendapatkan perhatian dan dukungan dari publik agar memilih kandidat dari kubu mereka dalam pemilihan gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta. Fenomena kemunculan *cyber army*, *buzzer* dan *influencer* politik di pilkada DKI Jakarta 2017 juga menambah daftar komunikator politik. Cara kerja *buzzer*, *cyber army* dan *influencer* ini adalah melakukan aktifitas pemasaran bagi calon yang mereka dukung sekaligus mendistribusikan kampanye gelap dan kampanye negatif yang menyerang pasangan lawan. Kedua fungsi ini kemudian di aplikasikan melalui pesan dengan didukung oleh akun bot sehingga informasi yang mereka munculkan dapat viral dan menjadi perbincangan publik. Tujuan utamanya yaitu untuk mempengaruhi opini publik di media sosial, sehingga tidak jarang terjadi perdebatan dalam media sosial khususnya terkait isu-isu yang berhubungan dengan kontestasi pilkada DKI Jakarta.

b) Pesan Politik

Pada pilkada DKI 2017, komunikator politik memainkan perannya dalam mendistribusikan pesan politik yang dikemas menjadi sebuah berita, informasi dan isu publik. Isu publik yang muncul di permukaan adalah isu-isu terkait SARA, ujaran kebencian, informasi hoax, kampanye hitam dan kampanye negatif. Isu-isu tersebut kemudian dimanfaatkan oleh aggregator sebagai topik utama dalam pesan politik yang dirancang untuk di distribusikan ke publik. KPUD DKI Jakarta selaku penyelenggara hanya dapat melakukan counter informasi melalui sosialisasi-sosialisasi dan edukasi terkait kepemiluan. KPUD DKI Jakarta sempat mengalami serangan informasi hoax dalam penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta, hal tersebut terlihat dari adanya upaya melaporkan pemilik akun twitter @do_ra_dong oleh ketua KPUD DKI

Jakarta karena telah membuat informasi hoax dengan menyebarkan twitt dengan judul “Rencana Kecurangan KPU Memenangkan Ahok (Nailufar, 2022). Hal tersebut dilaporkan oleh Ketua KPUD DKI Jakarta ke mabes polri, karena akun tersebut telah membuat pesan yang berpotensi mendeligitimasi penyelenggaraan pemilu di DKI Jakarta. Pesan politik dapat memberikan pengaruh terhadap cara komunikasi dalam menginterpretasikan makna dari informasi tersebut. Hal tersebut dibuktikan dengan tergiringnya opini publik yang dipengaruhi oleh informasi yang didapatkan di masa pilkada DKI Jakarta. Informasi yang di dapatkan bisa berupa gambar maupun text, karena yang terpenting adalah pesan yang terkandung di dalamnya. Penggiringan opini yang terjadi menyebabkan terpolarisasinya opini masyarakat di media sosial, dan di kehidupan sehari-hari. Pada penyelenggaraan pilkada telah terjadi berbagai upaya yang akhirnya mendorong masyarakat untuk bersikap dalam menanggapi isu yang terjadi selama pilkada DKI Jakarta berlangsung. Seperti halnya dalam penyebaran propaganda melalui spanduk-spanduk seperti di bawah ini.



Gambar 1: Spanduk yang disebar ke masyarakat terkait penolakan mensolatkan jenazah dari pendukung dan pembela penista agama

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

Propaganda diatas menunjukan ada upaya yang dilakukan oleh beberapa pihak untuk memecah belah masyarakat karena perbedaan pilihan. Pesan yang

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



Gambar 2: Kontrak syariat islam yang bertanda tangan palsu Anies-Sandi

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

Dalam kontrak palsu tersebut terdapat kalimat “Saya Anies Baswedan dan Saya Sandiaga Uno menyatakan siap memimpin DKI Jakarta dengan nilai-nilai Syariat Islam dan mendengarkan nasihat para Mufassir dan Ulama” serta dibubuhi tanda tangan palsu (Rahayu, 2021). Anies menegaskan bahwa hal tersebut bukan tanda tangan dirinya dan pasangannya, dan ini merupakan sebuah fitnah melalui informasi palsu yang disebar. Tentunya dalam kasus ini adalah informasi telah di produksi dalam melakukan kampanye hitam. Masyarakat semakin terpolarisasi dengan pemberitaan-pemberitaan yang seperti ini ketika pilkada DKI berlangsung, sehingga masyarakat kesulitan dalam memaknai pesan yang beredar di media,

baik media online maupun media sosial seperti yang terjadi diatas.

c) Media Komunikasi Politik

Dominasi penggunaan media komunikasi politik pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta 2017 yaitu media sosial. karakteristik media sosial yang cepat dan tidak terbatas ini dimanfaatkan oleh komunikator dalam mendistribusikan pesan politiknya. Pada pilkada DKI Jakarta 2017, media sosial ini menjadi ruang bagi aggregator dalam melancarkan serangan. Pada masa pilkada DKI Jakarta 2017, senjata yang digunakan dalam peperangan di media sosial adalah informasi, dimana informasi yang disebarakan memiliki sensitifitas yang tinggi dan dapat mempengaruhi situasi dan kondisi di masa pilkada. Pesan-pesan yang dibangun merupakan pesan bersifat memicu perdebatan di publik, mengingat hal tersebut merupakan opini dan belum tentu berupa fakta, akan tetapi opini-opini kepentingan tertentu. Terlebih pesan politik itu di distirbusikan dengan media lainnya seperti media cetak. Dari laporan akhir hasil pilkada DKI Jakarta 2017 yang dirilis oleh bawaslu menunjukkan bahwa pesan-pesan politik yang dicetak melalui baligho dan spanduk yang bermuatan fitnah serta provokatif pada putaran kedua telah terjadi peningkatan yang signifikan, sehingga menyebabkan masyarakat disajikan dengan konten-konten yang memicu konflik di lapangan.

d) Khalayak Komunikasi Politik

Pilkada DKI Jakarta 2017 memunculkan kelompok-kelompok dan gerakan gerakan baru, hal tersebut diakibatkan oleh polarisasi yang terjadi di masyarakat. Penyebab terjadinya polarisasi adalah ketika para kubu pendukung satu sama lain saling menyerang dengan opini-opini yang disajikan ke publik. Menurut wahid

(2016) khalayak adalah suatu kelompok orang-orang yang sedang dihadapkan pada isu (permasalahan) yang sulit serta saling berbeda pendirian dan pendapat serta pemecahannya, karena itu terlibat dalam suatu diskusi. Pada pilkada DKI Jakarta 2017, media sosial dipenuhi dengan perdebatan diantara masyarakat dalam menghadapi isu, contohnya adalah isu penistaan agama yang dilakukan oleh salah satu calon, hal tersebut menimbulkan pro dan kontra. Para pendukung dari calon gubernur dan wakil gubernur pun ikut ambil peran dalam isu tersebut, sehingga mengakibatkan terpengaruhnya opini publik dengan isu yang sedang berlangsung. Tentunya ada dua perspektif, bagi para masyarakat yang berlatar agamis menjadikan setiap informasi yang menyudutkan kandidat tersebut diyakini kebenarannya, namun bagi para masyarakat pendukung calon tersebut melakukan *counter* informasi yang menyudutkan kandidat yang didukungnya, sehingga perdebatan tidak dapat dihindarkan. Artinya publik semakin terkotak-kotakan dengan isu yang beredar di masyarakat, informasi semakin sulit untuk dapat diuji kebenarannya, sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi kognisi publik. Media sosial juga membantu dalam mensegmentasi publik yang sesuai dengan kebutuhan informasinya. Masyarakat yang sudah terkotakan memudahkan agresor dalam melancarkan serangannya, hal tersebut dikarenakan informasi yang disiapkan sebagai senjata akan diarahkan sesuai dengan kategorisasi yang ada.

e) Efek Komunikasi Politik

Komunikasi politik yang terjadi selama pilkada DKI Jakarta berlangsung, memiliki efek dari berbagai aspek. Di tatanan masyarakat pola komunikasi yang terjadi berdampak pada kerukunan dan kesatuan dari masyarakat yang ada di DKI Jakarta, walaupun sebagian

masyarakat Jakarta sudah mengerti bahwa informasi seputar pilkada yang beredar di media permainan hanya politik. Akan tetapi tetap ada yang terpengaruh dengan isu yang terjadi, bahkan efeknya dirasakan sampai pilpres di tahun 2019. Isu yang diangkat tetap sama yaitu politik identitas, gerakan 212 yang tetap melancarkan aksi dan reuni menjadi salah satu contoh bahwa efek komunikasi politik yang terjadi di pilkada DKI Jakarta berbuntut Panjang. Di tatanan masyarakat, efek komunikasi politik yang terjadi memicu permusuhan berkepanjangan, rasa saling tidak percaya dan hilangnya rasa persatuan di masyarakat. Perang kognitif semakin berbahaya karena terjadinya perluasan saluran media untuk pendistribusian informasi. perang kognitif yang disertai dengan penggunaan teknologi dan perencanaan yang matang yang menyebabkan dampak yang dihasilkan begitu besar. Kepercayaan publik kepada pemerintah seakan-akan terpengaruhi oleh setiap opini yang ada di masa pilkada.

Media sosial sebagai media baru memiliki peran dalam membawa penggunaanya untuk dapat ikut berpartisipasi secara aktif dan memberikan timbal balik secara cepat, baik dalam merespon informasi yang ada, maupun memberikan informasi serta opini politiknya. Karakter media baru yang dalam hal ini adalah media sosial memiliki beberapa permasalahan utama dibandingkan dengan media lama. Hal tersebut dijelaskan oleh McQuill yang menjelaskan ada 3 permasalahan utama dalam teori media baru yaitu (Wahid, 2016):

a) *Power and Inequality*

Media sosial dijadikan sebagai sarana utama dalam menyampaikan aspirasi dan opini politik dari masyarakat di masa pilkada. Hal tersebut dilakukan karena karakter media sosial ini tidak terbatas, sehingga masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan

akses informasi dan mendistribusikan informasi. Banyaknya informasi yang terjadi di beberapa platform media sosial menjadi kerentanan sendiri. arus informasi yang tidak di kontrol menyebabkan kemungkinan munculnya informasi-informasi yang tidak berdasarkan fakta. Informasi tersebut disebarkan hanya untuk dapat mempengaruhi fikiran publik untuk dapat termanipulasi sehingga masyarakat dapat tergiring opininya atas informasi yang beredar. Media sosial mendukung hal itu dengan cara membantu mensegmentasi iklan-iklan politik tersebut diarahkan kepada masyarakat yang sesuai dengan minat politiknya, sehingga dalam pilkada DKI Jakarta tidak sedikit yang membawa informasi atas opini dan kepentingan politik pribadinya. Arus informasi yang tidak di kontrol ini menyebabkan terjadinya perpecahan dan perdebatan di media sosial dan berdampak pada kehidupan di dunia nyata. Pemerintah Indonesia sebenarnya memiliki UU ITE untuk dapat mengatur lalu lintas informasi yang ada di media sosial, akan tetapi pada pelaksanaannya hal tersebut belum efektif dalam mencegah perilaku komunikator politik dalam mendistribusikan informasi. Seperti yang diketahui bahwa UU ITE belum maksimal dalam mencegah informasi-informasi yang bersifat provokatif, SARA dan berbau fitnah, karena fokus UU ITE belum sampai pengimplementasiannya kepada mengatur arus informasi. Pokok pemikiran dari UU ITE belum mengacu kepada permasalahan-permasalahan seperti kognitif atau *social engineering*, Akan tetapi pada saat itu hanya melihat bahwa teknologi itu bisa dimanfaatkan untuk kejahatan seperti scamming dan lain sebagainya terutama fokusnya pada industri-industri seperti industri keuangan.

b) *Social Integration and Identity*

Penggunaan media sosial dalam di masa pilkada DKI Jakarta 2017 menyebabkan publik menjadi ketergantungan dalam mendapatkan informasi dan menyebarkan informasi di media sosial. Masyarakat semakin individualistik dalam menggunakan media sosial dengan cara memunculkan opini-opini pribadi sebagai respon atas suatu isu atau informasi politik tanpa memaknai informasinya terlebih dahulu. Hal tersebut membuktikan bahwa kemudahan yang ditawarkan dalam media sosial ini dimanfaatkan oleh sebagian orang untuk menyampaikan opini politiknya. Jika sudah dalam kondisi tersebut, aggregator sudah berhasil dalam memenangkan fikiran dan hati masyarakat sehingga masyarakat dengan mudah digiring opininya akibat informasi yang diberikan, hal ini bertujuan untuk dapat mengalihkan pola fikir publik untuk dapat mengikuti kepentingan politik aggregator dengan cara memproduksi opini pribadi dan mempengaruhi opini publik. Hal tersebut terlihat pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta, dimana masyarakat secara aktif memunculkan opini pribadinya sehingga menimbulkan perdebatan yang berpotensi memecah belah masyarakat itu sendiri. Dampaknya masyarakat terpolarisasi karena suatu informasi, bahkan sampai ketinggian yang paling terkecil yaitu keluarga.

c) *Social Change*

Perubahan mendasar yang terjadi di masyarakat yaitu adalah semakin individualistiknya masyarakat dalam memberikan opini politiknya di media sosial, sehingga hal ini yang memicu perdebatan-perdebatan di media sosial. Opini politik yang berorientasi pada pandangan pribadi ini dapat secara langsung mengkotak-kotakan masyarakat, karena pada akhirnya masyarakat akan dipertemukan dengan opini yang sesuai

dengan apa yang mereka yakini kebenarannya, sehingga hal tersebut juga dapat mempengaruhi opini publik secara menyeluruh. Ketergantungan masyarakat akan informasi yang diedarkan di media sosial menjadi kerawanan tersendiri, mengingat informasi yang beredar di masa pilkada tidak sepenuhnya didasari dengan fakta yang sebenarnya. Ada kemungkinan komunikor yang memberikan informasi sebagai upaya dalam menggiring opini publik ke arah kepentingan politiknya. Hal tersebut bisa dilakukan oleh para tim sukses para calon, maupun oleh komunikator politik yang dibayar oleh kepentingan politik.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Terjadinya Perang Kognitif pada Penyelenggaraan Pilkada di Indonesia di Masa yang Akan Datang.

Pemanfaatan perang kognitif dalam pemilihan umum sudah dilakukan sejak lama, hal tersebut yang mendasari peneliti terkait kemungkinan perang kognitif akan mempengaruhi pada penyelenggaraan pilkada di masa yang akan datang. Terlebih pemerintah menetapkan ke depan pemilihan kepala daerah ini akan dilakukan secara serentak, sehingga ini memberikan peluang perang kognitif itu kembali terjadi. Tentunya ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya perang kognitif pada penyelenggaraan pilkada di Indonesia di masa yang akan datang. Dilihat dari elemen perang kognitif dalam NATO review (2021) yang menjelaskan bahwa perang kognitif mengintegrasikan kemampuan cyber, informasi, psikologis, dan rekayasa sosial untuk mencapai tujuannya.

Ancaman perang kognitif merupakan tantangan ke depan bagi penyelenggaraan pilkada di Indonesia, dan ke-empat faktor tersebut berhasil memanipulasi dan menggiring opini publik seperti yang terjadi pada

penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta tahun 2017 yang lalu. Jika dilihat dari keempat faktor tersebut, target utama dalam penerapan perang kognitif terjadi dengan menasar serapan informasi yang diterima masyarakat. Hal tersebut mengindikasikan bahwa teknologi informasi dan persebaran informasinya, dapat menjadi wadah untuk perang kognitif.

a) Kemampuan Cyber

Salah satu faktor terjadinya perang kognitif karena menjadikan teknologi sebagai salah satu sarana dalam melancarkan serangannya. Pemanfaatan teknologi merubah cara kerja manusia dalam penyelenggaraan pilkada di Indonesia. Salah satunya adalah upaya penyelenggara dalam merekam data dan informasi menggunakan sistem komputerisasi. Data dan informasi yang dimiliki oleh penyelenggara pemilihan kepala daerah yaitu data-data pemilih dan data-data terkait kepemiluan, dimana hal tersebut dibagi menjadi dua bagian, ada data yang dapat dipublikasikan dan data yang tidak bisa dipublikasikan. Penggunaan teknologi dalam merekam data dan informasi yang dimiliki tidak sepenuhnya aman, terbukti dengan adanya serangan hacking yang terjadi di pilkada DKI Jakarta tahun 2017 yang menyebabkan sistem server KPU *down*, menunjukkan bahwa sistem keamanan informasi yang dimiliki belum kuat sepenuhnya. Walaupun pada dasarnya hal tersebut tidak mempengaruhi hasil suara dari pemilihan kepala daerah, akan tetapi ada pesan yang ingin disampaikan oleh pelaku serangan yang membuat masyarakat resah terkait data informasi pribadinya sehingga seringkali pertanyaan muncul terkait keamanan data pemilih dan kesesuaian data pemilih pasca serangan.

Saat ini, perkembangan teknologi informasi sudah semakin berkembang. Hal ini dibuktikan menurut

teori dari Irawan yang menyatakan bahwa teknologi informasi bidang politik ke depannya dapat berwujud *cyberpolitics*, yang dapat menjadi sarana utama ilmu politik untuk dapat berakselerasi di masa depan karena memiliki lingkup yang luas dan mampu mencakup *stakeholder* yang bermain didalam politik tersebut (Irawan, 2019). *Cyberpolitic* merupakan representasi dari kegiatan politik yang dilakukan di ruang siber. Dimasa yang akan datang, Aktivitas politik seperti Pendidikan politik, kampanye politik, komunikasi politik dilakukan di dunia siber dan tidak lagi secara konvensional, karena dirasa lebih praktis dan jangkauannya lebih luas. Perpaduan antara demokrasi dalam lingkup hak dan kebebasan berpendapat dengan *cyberpolitic* akan memperkuat terjadinya aktivitas komunikasi politik yang dilakukan di ruang siber. *Cyberpolitic* erat kaitannya dengan komunikasi politik yang diwujudkan dengan penggunaan media baru sebagai ruang dalam menyampaikan komunikasi politik yang dilakukan oleh masyarakat. Opini politik yang ada di media baru seperti media sosial dapat memperkuat pengaruh terhadap opini publik dengan melakukan propaganda politik, penyebaran informasi politik dan aktifitas komunikasi politik lainnya. Pada pilkada DKI Jakarta tahun 2017, penggunaan *cyberpolitics* sudah terjadi, hal tersebut digambarkan dengan banyaknya aktifitas politik yang dilakukan di ruang siber, dimana para kontestan politik membentuk website yang dikelola oleh tim sukses dengan tujuan untuk dijadikan sebagai ruang informasi yang bisa di akses oleh publik. Selain itu masing-masing para kontestan politik di pilkada DKI Jakarta juga memiliki akun media sosial yang dibuat dalam rangka pemberian informasi kepada masyarakat terkait aktifitas yang dilakukan oleh para calon di masa pilkada. Konten-konten kampanye menjadi bagian dari upaya para

kontestan dalam mempengaruhi pilihan publik dengan menggunakan ruang siber, terlebih lagi masing-masing kontestan atau pasangan calon gubernur dan wakil gubernur sangat aktif dalam menggunakan media sosial sebagai bagian upaya mendapatkan dukungan dari masyarakat.

Selain itu penyelenggara menggunakan ruang siber sebagai wadah dalam melakukan pendidikan politik di masa pilkada, seperti informasi-informasi terkait kepemiluan, update data pemilih, serta mekanisme pencoblosan di masa pemilu. Hal tersebut bertujuan agar masyarakat dapat mengetahui perkembangan dari sisi penyelenggaraan.

b) Informasi

Perkembangan dalam persebaran informasi yang terjadi di media sosial saat ini menjelma sebagai alat komunikasi politik karena dianggap cukup efektif. Menurut Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2018, pengguna internet di Indonesia akan mencapai 109 juta. Jumlah ini menjadi salah satu potensi bagi peserta Pemilu baik secara lembaga ataupun individu dalam menjangkau massanya melalui media baru. Ada sekitar 100 juta massa yang akan diperebutkan oleh calon-calon yang akan berlaga di kontestasi politik nasional baik dalam pemilihan legislatif dan pemilihan presiden di masa yang akan datang (Tosepu, 2022).

Dalam perang kognitif, informasi merupakan salah satu senjata dalam mempengaruhi opini publik. Pesan politik yang disampaikan harus dapat memenangkan hati dan pikiran dari yang menerima informasi, sehingga aggregator dapat menguasai pola pikir dan tindakan dari target sasaran sesuai keinginannya. Dalam perang kognitif, informasi dijadikan sebagai suatu sarana dalam menaburkan keraguan publik terhadap pemerintah dengan cara

mempengaruhi opini publik. Pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta 2017, komunikator politik memproduksi informasi-informasi berupa ujaran kebencian, hoax, fitnah, kampanye negatif dan kampanye hitam sebagai upaya dalam mempengaruhi opini publik. Hal tersebut memanfaatkan kelemahan masyarakat dalam memaknai dan menginterpretasikan pesan dalam informasi, sehingga menimbulkan multiinterpretasi di publik. Memang di era post truth saat ini masyarakat kesulitan membedakan informasi yang benar dan tidak benar. Penggiringan opini publik yang dilakukan oleh komunikator politik ini menyebabkan terjadinya polarisasi dan perpecahan di masyarakat, pada pilkada DKI Jakarta 2017 bisa kita lihat terjadinya polarisasi di masyarakat akibat adanya politik identitas. Politik identitas ini dihasilkan dari informasi-informasi yang didistribusikan secara masif di media sosial dan berdasarkan isu-isu yang berkembang di masa pilkada. Isu SARA yang menjadi topik utama dalam pembentukan politik identitas yang terjadi di pilkada DKI Jakarta 2017. Hal tersebut mempertegas bahwa Perang kognitif semakin berbahaya karna terjadinya perluasan saluran media untuk pendistribusian informasi yang disertai dengan penggunaan teknologi dan perencanaan yang matang.

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

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa perang kognitif yang terjadi pada penyelenggaraan pilkada DKI Jakarta tahun 2017 dipengaruhi oleh Komunikasi politik yang terbangun pada masa pilkada. Komunikasi politik yang dilakukan berisikan pesan politik yang dikemas menjadi suatu informasi dan isu publik sehingga secara efektif dapat mempengaruhi opini dan kognisi publik. Informasi politik yang didistribusikan pada masa pilkada DKI Jakarta ini menysasar pada persepsi publik agar terjadinya misinterpretasi makna dari pesan yang di sebarakan. Di masa pilkada DKI Jakarta, penggunaan media sosial menjadi sarana aktifitas komunikasi politik paling efektif karena karakteristik media sosial yang cepat dan tanpa batas dapat memudahkan publik dalam mengakses informasi dan menerima informasi

Dapat diketahui didalam penelitian ini, disimpulkan bahwa terdapat faktor-faktor yang memiliki potensi dalam menimbulkan perang kognitif pada penyelenggaraan pilkada di masa yang akan datang. Faktor-faktor tersebut didasari oleh perkembangan teknologi informasi dan pemanfaatan informasinya yang semakin berkembang pada setiap penyelenggaraan pemilihan umum di Indonesia. Adapun faktor yang menimbulkan perang kognitif pada penyelenggaraan pilkada sebelumnya antara lain kemampuan siber, persebaran informasi, serangan psikologis dan rekayasa sosial. Sedangkan faktor yang akan berkembang dan dapat digunakan kembali di masa pilkada yang akan datang, adalah kemampuan siber, dan persebaran informasi. Dengan kemajuan teknologi informasi, serta pemanfaatan persebaran informasinya yang akan semakin bergerak linier dalam setiap penyelenggaraan pemilu di masa depan. Hal itu sesuai dengan kemajuan

teknologi informasi dan prediksi pemanfaatan informasinya khususnya di bidang politik.

DAFTAR PUSTAKA

Agung, D. (2021, Juli 23). *Konflik Informasi, Keamanan Nasional & Bela Negara*. Retrieved from www.kemhan.go.id: <https://www.kemhan.go.id/wp-content/uploads/2018/08/WIRAMEIJUNIOK.pdf>

Castells, M. (2002). *The Internet and The Network Society*. In B. Wellman & C. Haythornthwaite (Eds) *The Internet in Everyday Life*. Malden, MA. *Blackwell Publishing Ltd*.

Hidayatullah, A. d. (2021, juli 17). *Pengamat Militer: Isu SARA di Pilkada DKI Sangat Berbahaya*. Retrieved from www.suara.com: <https://www.suara.com/news/2017/03/20/162353/pengamat-militer-isu-sara-di-pilkada-dki-sangat-berbahaya>

Irawan, J. (2019). *Cyberpolitics sebagai Perspektif Baru Memahami Politik di Era Siber*. *Politica Vol. 10 (1)*.

Johns Hopkins University & Imperial College London. (2021). *Countering cognitive warfare: awareness and resilience*. *Nato Review*.

Nailufar, N. (2022, Januari 15). *Dituding Menangkan Ahok, KPU DKI Polisikan Pemilik Akun Twitter Ini*. Retrieved from megapolitan.kompas.com: <https://megapolitan.kompas.com/read/2017/02/03/18570681/dituding.menangkan.ahok.kpu.dki.polisikan.pemilik.akun.twitter.ini>.

Nimmo, D. (1993). *Komunikasi Politik Komunikator Pesan Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya Shakti.

Nimmo, D. (2000). *Komunikasi Politik (Komunikator, Pesan, dan Media)*. Bandung: Remadja Posdakarya.

Rahayu, C. (2021, Juli 20). *Beredar Kontrak Palsu Syariat Islam, Anies-Sandi: Itu Fitnah Lagi*. Retrieved from news.detik.com: <https://news.detik.com/berita/d-3450723/beredar-kontrak-palsu-syariat-islam-anies-sandi-itu-fitnah-lagi>

Ridhoi, M. A. (2022, Januari 16). *Pakar LIPI: Pilgub DKI 2017 Terburuk dalam Sejarah*

Pilkada. Retrieved from tirto.id:
<https://tirto.id/cmqt>

Rosner, Y., & David Siman-Tov. (2018). Russian Intervention in the US Presidential Elections: The New Threat of Cognitive Subversion. *INSS Insight No. 1031*.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tosepu, Y. 2. (2022, Januari 17). *Media Baru Dalam Komunikasi Politik (Komunikasi Politik di Dunia Virtual)*. Retrieved from [issuu.com](https://issuu.com/yusrintosepugo/docs/media_baru_dalam_komunikasi_politik):
https://issuu.com/yusrintosepugo/docs/media_baru_dalam_komunikasi_politik

Wahid, U. (2016). *Komunikasi Politik, Teori, Konsep, Aplikasi Pada Era Media Baru*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.