

STRATEGI KEBIJAKAN “X” DALAM MENGHADAPI ISU POLITIK DAN HATE SPEECH: TINJAUAN TERHADAP PASANGAN CALON NOMOR URUT 02 DALAM PILPRES 2024”

Aisyah Shafa Ramita¹, Evan Azalia Ibnu Arianto², Muhamad Arif Fahmi Jayaputra³, Pia Khoirotun Nisa⁴
shafa8343@gmail.com¹, azliaevan04@gmail.com², arief130205@gmail.com³,
pia.khoirotun@uinjkt.ac.id⁴
UIN Jakarta

ABSTRAK

Kebijakan dan implementasi Twitter dalam menangani isu politik dan ujaran kebencian selama Pemilu 2024 di Indonesia menjadi penting untuk menjaga demokrasi yang sehat. Penelitian menunjukkan lonjakan ujaran kebencian di media sosial, mencapai 51,2% dari total pelanggaran yang terdeteksi. Untuk mengatasi hal ini, KPU dan Kominfo bekerja sama memantau serta mengurangi penyebaran hoaks dan ujaran kebencian dengan regulasi ketat. Prinsip Good Governance diterapkan untuk menjaga transparansi dan akuntabilitas, serta meningkatkan literasi digital masyarakat. Meskipun media sosial dapat memperluas partisipasi politik, ia juga berpotensi memperburuk polarisasi yang mengganggu stabilitas politik. Oleh karena itu, penting untuk mendorong dialog konstruktif di platform media sosial. Dalam konteks Pemilu 2024, pasangan calon nomor urut 02 perlu mengimplementasikan strategi komunikasi yang bijak, meningkatkan kesadaran etika berkomunikasi, serta memantau konten negatif. Mereka juga harus menekankan pesan positif, mendorong dialog terbuka, dan menunjukkan komitmen terhadap keberagaman untuk menjaga citra positif mereka.

Kata Kunci: Ujaran Kebencian, Media Sosial, Kampanye Politik, Good Governance, Polarisasi.

ABSTRACT

The policies and implementation of Twitter in addressing political issues and hate speech during the 2024 Indonesian Presidential Election are crucial for maintaining a healthy democracy. Research shows a significant increase in hate speech on social media, accounting for 51.2% of total violations detected. To address this, the General Election Commission (KPU) and the Ministry of Communication and Information (Kominfo) have collaborated to monitor and reduce the spread of hoaxes and hate speech through stricter regulations. The principles of Good Governance are applied to ensure transparency and accountability, as well as to enhance digital literacy among the public. While social media can expand political participation, it also has the potential to worsen polarization, disrupting political stability. Therefore, fostering constructive dialogue on these platforms is essential. In the context of the 2024 election, the candidate pair number 02 needs to implement effective communication strategies, raise awareness about communication ethics, and monitor negative content. They should also emphasize positive messages, promote open dialogue, and show commitment to diversity to maintain a positive public image.

Keywords: Hate Speech, Social Media, Political Campaign, Good Governance, Polarization.

PENDAHULUAN

Kebijakan dan implementasi Twitter dalam menangani isu politik serta ujaran kebencian selama Pemilu 2024 menjadi sangat penting untuk menjaga integritas dan kesehatan demokrasi di Indonesia. Penelitian terbaru menunjukkan adanya lonjakan signifikan dalam ujaran kebencian di media sosial, dengan angka mencapai 51,2% dari total pelanggaran yang terdeteksi di platform tersebut. Ujaran kebencian yang meningkat ini tidak hanya mengganggu suasana politik, tetapi juga berpotensi memecah belah masyarakat.¹

Untuk menghadapi tantangan ini, Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) telah berkolaborasi untuk memantau dan mengurangi penyebaran hoaks serta ujaran kebencian. Kerjasama ini melibatkan penerapan regulasi yang lebih ketat untuk mengatur kampanye di media sosial, yang bertujuan menciptakan lingkungan yang lebih aman dan informatif bagi pengguna. Dalam upaya ini, KPU dan Kominfo telah membentuk tim pemantau yang secara aktif menganalisis konten di berbagai platform media sosial, termasuk Twitter dan Facebook, untuk mendeteksi dan menanggapi konten berbahaya secara cepat.²

Penerapan prinsip Good Governance dalam konteks ini menjadi sangat penting. Hal ini tidak hanya bertujuan untuk menjaga transparansi, tetapi juga untuk meningkatkan akuntabilitas dalam proses pemilihan umum. Mengedukasi masyarakat tentang cara mengenali informasi yang salah dan meningkatkan literasi digital di kalangan pemilih menjadi salah satu fokus utama. Program-program edukasi ini diharapkan dapat memberdayakan pemilih untuk lebih kritis terhadap informasi yang mereka terima.³

Penelitian menunjukkan bahwa media sosial, meskipun dapat menjadi sarana untuk memperluas partisipasi politik, juga dapat berkontribusi pada polarisasi masyarakat. Polarisasi ini dapat berdampak negatif pada stabilitas politik dan memperburuk ketegangan sosial. Oleh karena itu, inisiatif yang berfokus pada dialog konstruktif dan inklusif di platform-platform ini menjadi sangat penting untuk mengurangi ketegangan dan meningkatkan partisipasi publik dalam proses demokrasi.⁴

Selain itu, perhatian harus diberikan pada peran algoritma media sosial yang dapat memperkuat echo chamber, di mana pengguna hanya terpapar pada informasi yang sejalan dengan pandangan mereka. Hal ini dapat memperburuk polarisasi dan menghambat dialog yang sehat antar kelompok. Dengan memahami dinamika ini, KPU dan Kominfo dapat merumuskan strategi yang lebih efektif dalam mengatasi penyebaran konten negatif.⁵

Melalui aradig-langkah kolaboratif ini, diharapkan Pemilu 2024 dapat berlangsung lebih transparan dan adil, tanpa gangguan dari konten berbahaya yang dapat merusak kepercayaan aradi. Keberhasilan pemilu yang bebas dan adil sangat bergantung pada upaya bersama antara pemerintah, platform media sosial, dan masyarakat sipil untuk menciptakan ruang aradi yang sehat dan informatif.

METODE PENELITIAN

Subjek penelitian ini adalah pasangan calon nomor urut 02 dalam Pemilu 2024, yang melibatkan tim kampanye, calon presiden dan wakil presiden, serta anggota partai politik yang terkait. Penelitian juga mencakup pemangku kepentingan lain seperti pendukung, analis politik, dan masyarakat umum yang terdampak kebijakan yang diambil. Objek penelitian ini adalah kebijakan "X" yang diterapkan oleh pasangan calon nomor urut 02 dalam merespons isu politik dan ujaran kebencian, termasuk strategi komunikasi, kebijakan yang diusulkan, serta respons masyarakat terhadap kebijakan tersebut. Data yang digunakan bersumber dari data primer melalui wawancara mendalam dengan anggota tim kampanye, ahli politik, serta masyarakat yang terlibat dalam pemilu, dan data sekunder yang berasal dari dokumen resmi, manifesto kebijakan, laporan media, dan publikasi terkait isu politik dan ujaran kebencian. Teknik pengumpulan data mencakup wawancara mendalam, diskusi kelompok, dan analisis dokumen untuk memahami konteks kebijakan. Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis tematik, serta memperhatikan konteks sosial dan politik yang ada. Verifikasi data dilakukan dengan triangulasi dan member checking untuk memastikan validitas informasi. Penelitian ini dijadwalkan berlangsung selama 3 minggu, dengan 2 minggu untuk pengumpulan data (19 September–3 Oktober 2024) dan 1 minggu untuk pengolahan data serta penyusunan makalah (4–11 Oktober 2024), dengan wawancara dilakukan baik secara daring maupun luring di kampus UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan Penelitian

1. Bagaimana Strategi yang diterapkan Oleh Pasangan Calon Nomor Urut 02 untuk Mengatasi Hate Speech dan Menjaga Citra Positif Selama Kampanye?

Dalam pemilihan presiden 2024, pasangan calon nomor urut 02 mengalami tantangan yang signifikan terkait dengan banyaknya ujaran kebencian yang ditujukan kepada mereka. Data yang diperoleh menunjukkan bahwa pasangan calon 02 menerima jumlah hate speech yang jauh lebih tinggi dibandingkan pasangan calon lainnya. Mayoritas dari ujaran kebencian ini disebarkan melalui media sosial, dengan konten yang menyentuh isu-isu sensitif seperti hoaks, SARA (suku, agama, ras, dan antargolongan), dan menyerang karakter serta kebijakan politik pasangan calon 02. Hal ini mengharuskan tim kampanye atau tim sukses pasangan 02 untuk lebih aktif dalam mengatasi masalah ini.

Dalam wawancara dengan beberapa tim sukses, pengamat media, dan netizen, ditemukan bahwa penanganan ujaran kebencian oleh pasangan calon 02 menunjukkan keseriusan mereka dalam menjaga reputasi. Menurut pengamat media sosial, "Tim Paslon 02 secara aktif melaporkan konten hate speech atau ujaran kebencian kepada bawaslu dan Kominfo untuk dihapus, guna mencegah dampak negatif yang lebih luas"⁶

Sudut pandang tim sukses menambahkan, "Pasangan calon nomor urut 02 menghadapi intensitas hate speech yang tinggi, terutama di media twiter. Untuk mengatasinya, mereka tidak hanya melaporkan konten bermasalah ke Kominfo tetapi juga mengalihkan perhatian dengan kampanye kreatif seperti "Goyang Gemoy" yang menyasar generasi muda, termasuk Gen Z dan milenial. Dukungan dari relawan dan tim sukses juga dipertahankan untuk memperbaiki citra dan memperkuat keterhubungan dengan anak muda, sehingga kampanye menjadi lebih inklusif dan positif."⁷

Di samping upaya-upaya tersebut, pasangan calon nomor urut 02 juga menerapkan strategi komunikasi yang lebih responsif dengan memanfaatkan platform digital untuk memberikan klarifikasi terhadap isu-isu yang beredar. Mereka secara aktif menyampaikan informasi yang akurat dan meredakan hoaks, guna meluruskan narasi yang menyudutkan mereka. Selain itu, kampanye "Goyang Gemoy" tidak hanya difokuskan untuk menarik perhatian anak muda tetapi juga sebagai simbol bahwa pasangan calon 02 terbuka terhadap aspirasi generasi muda dan siap mendengarkan mereka.

Lebih jauh, pasangan calon ini memperkuat kolaborasi dengan para influencer dan tokoh masyarakat untuk membantu menyebarkan pesan positif dan meningkatkan engagement. Langkah ini tidak hanya bertujuan untuk memperluas jangkauan audiens, tetapi juga untuk memperkuat dukungan akar rumput yang dapat memberikan dampak signifikan pada citra pasangan calon 02 dalam menghadapi isu politik dan hate speech selama kampanye. Strategi tersebut menunjukkan bahwa pasangan calon 02 tidak hanya bertahan dalam menghadapi ujaran kebencian, tetapi juga memanfaatkannya sebagai peluang untuk meningkatkan hubungan dengan publik secara lebih luas.

2. Apa Saja Bentuk Hate Speech yang dihadapi Oleh Pasangan Calon Nomor Urut 02 Selama Masa Kampanye Pilpres 2024?

Serangan Pribadi

Isu karakter dan integritas sering dijadikan sasaran serangan, dengan tuduhan yang tidak berdasar, seperti menuduh calon terlibat dalam korupsi. Tujuan dari serangan semacam ini adalah menciptakan keraguan di kalangan pemilih. Selain itu, serangan juga bisa diperluas ke keluarga calon. Anggota keluarga calon bisa dijadikan sasaran untuk disudutkan dengan menyebarkan rumor atau memanipulasi fakta, yang pada gilirannya merusak citra calon.

Stereotip Negatif

Stereotip sering digunakan untuk menggambarkan calon berdasarkan etnis atau agama mereka, menciptakan kesan bahwa calon tersebut tidak mewakili seluruh lapisan masyarakat. Selain itu, ada kecenderungan untuk mengeneralisasi calon berdasarkan tindakan atau perkataan individu lain dalam kelompok yang sama, yang mengarah pada penilaian yang tidak adil terhadap calon tersebut.

Hoaks dan Misinformasi

Penyebaran informasi palsu tentang kebijakan calon dapat merusak reputasi mereka. Misalnya, tuduhan bahwa calon akan menghapus subsidi untuk pendidikan atau kesehatan, yang sangat penting bagi masyarakat, bisa memicu ketidakpercayaan. Selain itu, data yang dipilih secara selektif dan diputarbalikkan untuk mendukung narasi negatif bisa menyesatkan publik mengenai kinerja atau visi calon.

Pelecehan di Media Sosial

Di media sosial, serangan verbal sering kali disertai dengan komentar kasar yang membuat diskusi semakin toksik. Selain itu, ancaman terhadap keselamatan calon atau pendukungnya sering kali muncul, menciptakan suasana yang penuh ketakutan dan ketegangan.

Intimidasi Berdasarkan Identitas

Serangan berbasis agama dan ras sering kali digunakan untuk merendahkan calon. Isu agama bisa digunakan untuk menuduh calon tidak religius atau bahkan anti-agama, sementara perbedaan rasial sering kali dijadikan alat untuk memecah belah pemilih, sehingga mempengaruhi pandangan publik terhadap calon.

Propaganda Negatif

Konten yang berisi informasi palsu atau menyesatkan, seperti video atau meme, sering disebar dengan tujuan mempermalukan calon. Ada pula kampanye terencana untuk merusak reputasi calon, yang bisa melibatkan penyebaran hoaks, dan sering kali dilakukan secara sistematis oleh pihak lawan.

Penyebaran Teori Konspirasi

Calon sering dikaitkan dengan teori konspirasi yang mengklaim mereka terlibat dalam rencana besar yang bisa membahayakan negara atau masyarakat. Upaya lain adalah menghubungkan calon dengan skandal besar, baik nasional maupun internasional, untuk menciptakan persepsi negatif yang lebih luas di kalangan publik.

Penggunaan Media Tradisional dan Digital

Penyebaran berita palsu di media massa yang tampaknya kredibel sering kali membuat informasi yang salah sulit dibantah oleh calon. Selain itu, kampanye di platform digital memanfaatkan algoritma media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas, sering kali menyasar kelompok pemilih muda dengan konten negatif.

Mobilisasi Pendukung Melalui Kebencian

Dalam beberapa kasus, ada pihak yang sengaja menghasut pendukung mereka untuk menyerang calon baik secara verbal maupun fisik, menciptakan suasana kekacauan. Retorika "kami vs. mereka" juga digunakan untuk memperkuat loyalitas di kalangan pendukung dan memecah belah masyarakat, dengan menciptakan garis pemisah yang tajam antara pendukung dan penentang.

Kekerasan Verbal dan Simbolik

Pelecehan simbolik digunakan untuk merendahkan calon dengan menyebarkan gambar atau simbol yang negatif terhadap mereka. Di acara-acara publik, serangan verbal juga sering terjadi, di mana calon menjadi sasaran penghinaan yang merendahkan martabat mereka. Bentuk-bentuk ujaran kebencian ini tidak hanya merusak reputasi calon, tetapi juga menciptakan atmosfer politik yang beracun, yang dapat mengurangi kualitas

demokrasi dan keterlibatan publik dalam proses pemilihan.

Pembahasan

1. Strategi yang diterapkan Pasangan Calon Nomor Urut 02 Untuk Mengatasi Hate Speech Dan Menjaga Citra Positif

Dalam pemilihan presiden 2024, pasangan calon nomor urut 02 mengalami tantangan yang signifikan terkait dengan banyaknya ujaran kebencian yang ditujukan kepada mereka. Data yang diperoleh menunjukkan bahwa pasangan calon 02 menerima jumlah hate speech yang jauh lebih tinggi dibandingkan pasangan calon lainnya. Mayoritas dari ujaran kebencian ini disebarkan melalui media sosial, dengan konten yang menyentuh isu-isu sensitif seperti hoaks, SARA (suku, agama, ras, dan antargolongan), dan menyerang karakter serta kebijakan politik pasangan calon 02. Hal ini mengharuskan tim kampanye atau tim sukses pasangan 02 untuk lebih aktif dalam mengatasi masalah ini.

Tantangan yang dihadapi oleh calon pemimpin dalam era digital modern sangat beragam, terutama dalam menghadapi arus informasi yang bergerak cepat di media sosial. Twitter atau X, sebagai salah satu platform yang paling banyak digunakan, telah menjadi ruang publik virtual di mana masyarakat menyuarakan pendapat mereka, termasuk kritikan dan dukungan terhadap pasangan calon presiden dan wakil presiden. Pada masa kampanye Pemilu 2024, Twitter atau X dipenuhi oleh diskusi, baik yang konstruktif maupun destruktif, terkait kebijakan, kepribadian, dan kemampuan para kandidat. Banyak dari tweet-tweet tersebut berbentuk kritik keras yang tak jarang disertai hate speech, yang bertujuan untuk menjatuhkan kandidat tertentu dengan tuduhan yang berat, seperti merusak demokrasi, mengancam persatuan bangsa, atau bahkan mengancam masa depan generasi muda.

Dalam konteks ini, hate speech tidak hanya muncul sebagai bentuk kritik, tetapi sering kali disertai dengan narasi berbasis SARA dan hoaks yang dapat memicu konflik sosial yang lebih luas. Misalnya, beberapa tweet berisi tuduhan yang memojokkan kandidat tertentu berdasarkan latar belakang sosial atau afiliasi keluarga, yang secara langsung dapat mengarah pada sentimen negatif di kalangan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Twitter atau X, telah menjadi alat untuk menyebarkan narasi yang berpotensi mempengaruhi opini publik dengan cepat, sering kali tanpa dasar yang kuat atau verifikasi yang memadai. Akibatnya, kandidat harus bersiap menghadapi narasi yang berkembang di luar kendali mereka, yang dapat merusak citra dan popularitas mereka di mata pemilih.

Dalam wawancara dengan beberapa tim sukses, pengamat media, dan netizen, ditemukan bahwa penanganan ujaran kebencian oleh pasangan calon 02 menunjukkan keseriusan mereka dalam menjaga reputasi. Menurut pengamat media sosial, "Tim Paslon 02 secara aktif melaporkan konten hate speech atau ujaran kebencian kepada bawaslu dan Kominfo untuk dihapus, guna mencegah dampak negatif yang lebih luas"⁸

Sudut pandang tim sukses menambahkan, "Pasangan calon nomor urut 02 menghadapi intensitas hate speech yang tinggi, terutama di media twiter. Untuk mengatasinya, mereka tidak hanya melaporkan konten bermasalah ke Kominfo tetapi juga mengalihkan perhatian dengan kampanye kreatif seperti "Goyang Gemoy" yang menyasar generasi muda, termasuk Gen Z dan milenial. Dukungan dari relawan dan tim sukses juga dipertahankan untuk memperbaiki citra dan memperkuat keterhubungan dengan anak muda, sehingga kampanye menjadi lebih inklusif dan positif"⁹

Di samping upaya-upaya tersebut, pasangan calon nomor urut 02 juga menerapkan strategi komunikasi yang lebih responsif dengan memanfaatkan platform digital untuk memberikan klarifikasi terhadap isu-isu yang beredar. Mereka secara aktif menyampaikan informasi yang akurat dan meredakan hoaks, guna meluruskan narasi yang menyudutkan

mereka. Selain itu, kampanye "Goyang Gemoy" tidak hanya difokuskan untuk menarik perhatian anak muda tetapi juga sebagai simbol bahwa pasangan calon 02 terbuka terhadap aspirasi generasi muda dan siap mendengarkan mereka.

Lebih jauh, pasangan calon ini memperkuat kolaborasi dengan para influencer dan tokoh masyarakat untuk membantu menyebarkan pesan positif dan meningkatkan engagement. Langkah ini tidak hanya bertujuan untuk memperluas jangkauan audiens, tetapi juga untuk memperkuat dukungan akar rumput yang dapat memberikan dampak signifikan pada citra pasangan calon 02 dalam menghadapi isu politik dan hate speech selama kampanye. Strategi tersebut menunjukkan bahwa pasangan calon 02 tidak hanya bertahan dalam menghadapi ujaran kebencian, tetapi juga memanfaatkannya sebagai peluang untuk meningkatkan hubungan dengan publik secara lebih luas.

Dari temuan data yang telah dipaparkan, strategi yang diterapkan oleh pasangan calon nomor urut 02 dalam mengatasi hate speech dan menjaga citra positif selama kampanye sangat relevan dengan teori komunikasi politik. Menurut Brian McNair (2011), komunikasi politik mencakup upaya untuk memengaruhi opini publik melalui penyampaian informasi yang strategis dan terarah.¹⁰ Dalam konteks ini, pasangan calon 02 berusaha keras untuk mengelola komunikasi mereka, terutama dalam merespons serangan-serangan yang merugikan.

Media sosial, terutama platform seperti Twitter, telah menjadi arena utama dalam penyebaran informasi politik di Indonesia. McNair mencatat bahwa media sosial memungkinkan penyebaran pesan politik dengan cepat, tetapi juga membawa risiko tinggi, seperti penyebaran informasi negatif dan hate speech. Dalam kasus pasangan calon 02, mereka dihadapkan pada tantangan untuk mengelola reputasi mereka dalam lingkungan digital yang sangat dinamis.

Dari wawancara dengan netizen, terungkap bahwa banyak dari mereka merasakan dampak negatif dari ujaran kebencian terhadap citra pasangan calon 02. Seorang netizen berkomentar, "Sangat disayangkan bahwa media sosial bisa menjadi tempat yang kejam. Namun, saya mengamati bahwa pasangan calon 02 lebih cepat tanggap terhadap serangan yang mereka terima dibandingkan yang lain."¹¹

Dari sudut pandang teori komunikasi politik, media sosial berperan sebagai arena baru di mana informasi dan disinformasi bersaing untuk mendapatkan perhatian publik. Ahmad dan Al- Khateeb (2022) menunjukkan bahwa hate speech yang beredar di media sosial tidak hanya merusak reputasi kandidat tetapi juga memperburuk polarisasi politik.¹² Dalam konteks pemilu, hal ini menciptakan tantangan besar bagi pasangan calon 02, yang harus menemukan cara untuk mengelola narasi negatif sambil membangun dukungan positif. Fenomena hate speech dapat memperburuk polarisasi politik di kalangan pengguna media sosial. Hal ini berimplikasi bahwa tanpa strategi komunikasi yang efektif, pasangan calon bisa terjebak dalam diskusi yang lebih ekstrem dan merugikan.

Menyikapi fenomena ini, media sosial berfungsi ganda sebagai platform untuk penyebaran informasi dan sebagai arena di mana kepentingan politik bersaing. Pasangan calon 02, yang menghadapi arus informasi negatif yang lebih besar, harus mampu mengelola dan mengarahkan narasi publik melalui interaksi yang konstruktif di media sosial. Hal ini menuntut mereka untuk memiliki pemahaman yang mendalam tentang perilaku pengguna media sosial, yang sering kali dipengaruhi oleh konteks sosial dan politik yang lebih luas.

Pentingnya strategi digital yang cerdas, di mana komunikasi tidak hanya dilakukan melalui siaran publik, tetapi juga dengan cara membangun dialog langsung dengan pemilih. Melalui media sosial, pasangan calon 02 dapat menciptakan ruang untuk interaksi dua arah, mendengarkan keluhan dan aspirasi pemilih, serta merespons dengan cepat.

terhadap isu-isu yang muncul. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan publik tetapi juga memberikan kesempatan bagi pasangan calon untuk memperbaiki citra mereka.

Sebagai respons terhadap tantangan ini, pasangan calon 02 menerapkan beberapa strategi komunikasi politik yang terarah, antara lain:

1. Pelaporan Konten Negatif: Seperti yang telah disebutkan, Dalam menghadapi hate speech, pasangan calon 02 mengadopsi pendekatan yang lebih agresif dengan melaporkan konten negatif secara rutin. Hal ini terlihat dalam hasil wawancara dengan tim sukses yang menyatakan bahwa kecepatan dalam melaporkan dan menangani konten bermasalah merupakan kunci untuk menjaga citra positif mereka. Menurut Adnan (2019), dalam era digital, penting bagi komunikasi politik untuk adaptif dan responsif. Hal ini berarti bahwa pasangan calon harus cepat dalam mengidentifikasi dan menangani isu-isu negatif yang muncul di media sosial untuk menghindari dampak jangka panjang terhadap reputasi mereka.¹³
2. Klarifikasi dan Penjelasan Publik: Tim kampanye pasangan calon 02 juga berusaha untuk memberikan penjelasan yang jelas kepada publik mengenai isu-isu yang diangkat oleh lawan politik. Melalui pernyataan resmi, konferensi pers, dan penggunaan media sosial, mereka mencoba untuk menjelaskan posisi mereka dan mengoreksi misinformasi yang beredar.
3. Membangun Citra Positif: Dalam menghadapi serangan, strategi yang diambil pasangan calon 02 tidak hanya bersifat reaktif. Mereka juga harus proaktif dalam membangun citra positif yang dapat menarik perhatian pemilih. pasangan calon 02 juga berusaha untuk memperkuat pesan-pesan positif yang berhubungan dengan visi dan misi mereka. Upaya ini penting untuk menyeimbangkan narasi negatif yang berkembang di media sosial. Putra (2020) menyatakan bahwa terdapat hubungan erat antara citra positif kandidat dan tingkat kepercayaan publik.¹⁴ Dengan membangun narasi positif melalui kampanye media sosial yang informatif dan menginspirasi, pasangan calon dapat memperkuat posisi mereka di mata pemilih dan mengurangi dampak negatif dari ujaran kebencian.
4. Memanfaatkan Konten Positif: Dalam hal ini, pasangan calon 02 harus memperhatikan jenis konten yang mereka bagikan di media sosial twitter. Mereka perlu mengembangkan materi kampanye yang tidak hanya menjelaskan visi dan misi mereka, tetapi juga menyoroti prestasi dan komitmen terhadap masyarakat. Hal ini sejalan dengan pandangan Nugroho (2011) bahwa media sosial bukan hanya alat untuk penyebaran informasi, tetapi juga dapat digunakan sebagai sarana untuk membangun hubungan dan kepercayaan dengan pemilih.¹⁵
5. Kolaborasi dengan Influencer dan Netizen Positif: Dengan mengajak influencer atau tokoh masyarakat yang memiliki pengaruh positif untuk mendukung kampanye mereka, pasangan calon 02 bisa memperluas jangkauan pesan mereka dan membangun citra yang lebih baik di mata publik.

Mengingat dampak yang ditimbulkan oleh hate speech dan disinformasi dalam bentuk tweet semacam ini, pasangan calon presiden perlu melakukan pemantauan secara intensif dan proaktif terhadap konten yang beredar di media sosial. Pemantauan yang efektif memungkinkan mereka untuk segera merespons isu-isu yang dapat merusak citra mereka dan mengontrol narasi negatif yang berkembang. Dalam konteks ini, respons cepat dari pihak kandidat, seperti klarifikasi atau pelaporan konten yang mengandung ujaran kebencian, menjadi penting untuk meminimalisir dampak buruk terhadap kampanye mereka.

Dalam menganalisis strategi komunikasi politik pasangan calon nomor urut 02 dalam mengatasi hate speech, penting untuk memperhatikan konteks sosial dan politik yang lebih luas di Indonesia. Fenomena hate speech, terutama yang berkembang pesat di media sosial, menunjukkan adanya ketegangan yang mendalam dalam masyarakat. Polarisasi yang terjadi tidak hanya memengaruhi hubungan antar individu, tetapi juga dapat mengganggu proses demokrasi itu sendiri. Perilaku individu dalam konteks politik sangat dipengaruhi oleh makna yang mereka ciptakan melalui interaksi sosial. Oleh karena itu, cara pasangan calon 02 berkomunikasi dan berinteraksi dengan pemilih menjadi sangat penting. Dalam hal ini, pasangan calon harus menciptakan makna yang positif dan menghindari asumsi negatif yang berkembang akibat hate speech. Jika mereka tidak berhasil menciptakan makna baru yang lebih konstruktif, maka reputasi mereka bisa semakin terpuruk.

Dari perspektif pengelolaan krisis, strategi yang diterapkan oleh pasangan calon 02 juga dapat dikaji. Situasi krisis yang disebabkan oleh hate speech menuntut respon yang cepat dan tepat. Pendekatan ini dapat dilihat dalam upaya pasangan calon 02 untuk memberikan klarifikasi dan penjelasan publik, serta pelaporan konten negatif yang cepat. Namun, perlu diingat bahwa transparansi dan akurasi juga harus disertai dengan empati. Mengabaikan aspek emosional dalam komunikasi dapat mengakibatkan respon negatif dari publik.

Lebih jauh lagi, dalam era digital, keterlibatan aktif dengan pemilih di media sosial twitter menjadi sangat penting. Keterlibatan tidak hanya berarti merespons isu-isu yang muncul, tetapi juga berusaha membangun hubungan yang lebih intim dan berkelanjutan dengan pemilih. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan bahwa media sosial harus dimanfaatkan sebagai platform dialogis, bukan sekadar alat untuk menyebarkan informasi satu arah. Hal ini mengharuskan pasangan calon 02 untuk lebih memahami audiens mereka, serta menciptakan konten yang relevan dan menarik.

Sebagai tambahan, strategi untuk kolaborasi dengan influencer dan netizen positif merupakan langkah yang cerdas. Penggunaan influencer dapat membantu pasangan calon 02 dalam membangun citra positif, karena orang-orang cenderung lebih mempercayai rekomendasi dari individu yang mereka kagumi. Namun, kolaborasi ini juga harus dilakukan dengan hati-hati. Penting bagi pasangan calon untuk memilih influencer yang memiliki nilai-nilai yang sejalan dengan visi dan misi mereka. Sebab, jika tidak, kolaborasi tersebut bisa berisiko merusak citra mereka lebih lanjut jika influencer yang dipilih terlibat dalam kontroversi.

Di sisi lain, kampanye positif dan edukasi publik juga harus diutamakan. Edukasi literasi digital di kalangan masyarakat sangat penting agar mereka mampu berpikir kritis dalam menerima informasi yang ada di media sosial. Dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya literasi digital, masyarakat diharapkan mampu menyaring informasi dengan lebih bijak dan tidak mudah terprovokasi oleh konten yang mengandung hoaks atau hate speech. Kandidat bisa berkolaborasi dengan komunitas atau organisasi untuk meningkatkan literasi digital di kalangan pendukung mereka, yang pada akhirnya bisa menciptakan suasana diskusi yang lebih sehat dan kondusif selama masa kampanye. Dengan demikian, mereka bukan hanya meredam dampak negatif dari ujaran kebencian, tetapi juga berperan aktif dalam membentuk ruang publik digital yang lebih sehat dan damai.

Dari semua strategi yang telah dibahas, kunci keberhasilan pasangan calon nomor urut 02 dalam menghadapi tantangan hate speech terletak pada konsistensi dan keberlanjutan. Mengelola citra positif dalam konteks yang penuh tantangan seperti ini memerlukan komitmen yang kuat untuk tidak hanya menjawab isu-isu negatif tetapi juga

membangun hubungan yang positif dengan pemilih. Dalam jangka panjang, strategi yang terarah dan responsif ini dapat memperkuat posisi pasangan calon di mata publik dan meningkatkan peluang mereka untuk meraih dukungan dalam pemilu.

2. Bentuk Hate Speech yang dihadapi Oleh Pasangan Calon Nomor Urut 02 Selama Masa Kampanye Pilpres 2024

Selama masa kampanye Pilpres 2024, pasangan calon nomor urut 02 kemungkinan besar menghadapi berbagai bentuk hate speech yang menciptakan ketegangan sosial dan merusak citra mereka. Hate speech dalam kampanye politik di Indonesia sering kali menggunakan taktik untuk menyerang integritas, pribadi, bahkan identitas kelompok calon, baik itu berdasarkan agama, etnis, maupun orientasi politik. Dengan perkembangan teknologi dan media sosial yang semakin pesat, hate speech ini dapat tersebar dengan sangat cepat, memperburuk polarisasi di masyarakat dan mempengaruhi persepsi pemilih.

Bentuk pertama yang sangat mungkin dihadapi pasangan calon nomor urut 02 adalah serangan pribadi. Dalam kampanye politik, serangan terhadap individu calon sering kali berupa tuduhan yang tidak terbukti, misalnya tuduhan terlibat dalam korupsi, penyalahgunaan wewenang, atau bahkan permasalahan pribadi yang bisa merusak reputasi mereka. Serangan ini biasanya dilakukan melalui penyebaran informasi yang tidak terverifikasi, baik melalui media sosial, situs web, ataupun platform digital lainnya. Serangan seperti ini bertujuan untuk menurunkan kepercayaan pemilih terhadap calon tersebut. Misalnya, foto atau video yang dimanipulasi, atau isu-isu terkait dengan masa lalu yang diangkat kembali untuk mendiskreditkan calon.

Selain serangan pribadi, stereotip etnis dan agama juga dapat menjadi bentuk hate speech yang dihadapi. Di Indonesia, isu agama dan etnis sangat sensitif, dan kampanye negatif sering kali memanfaatkan perbedaan tersebut untuk menghasut kebencian. Misalnya, pasangan calon nomor urut 02 bisa saja diserang dengan narasi yang menggambarkan mereka sebagai ancaman bagi mayoritas agama atau kelompok etnis tertentu, walaupun tidak ada dasar yang kuat untuk klaim tersebut. Stereotip ini bisa memicu ketegangan sosial, memperburuk polarisasi, dan mempengaruhi bagaimana pemilih memilih berdasarkan afiliasi agama atau etnis mereka, bukan berdasarkan visi dan misi politik.

Penyebaran hoaks dan disinformasi juga menjadi bentuk hate speech yang sangat mungkin dialami oleh pasangan calon nomor 02. Dalam era digital, hoaks sering kali digunakan untuk mengguncang kepercayaan publik terhadap calon yang bersangkutan. Hoaks bisa berbentuk video atau foto yang telah dimanipulasi untuk menunjukkan pasangan calon tersebut terlibat dalam aktivitas yang merugikan atau kontroversial. Penyebaran hoaks ini tidak hanya merusak citra calon, tetapi juga menyesatkan pemilih yang tidak memiliki akses ke sumber informasi yang valid. Hoaks semacam ini sering kali disebarluaskan melalui platform seperti WhatsApp, Twitter, atau Facebook, yang memiliki jangkauan yang luas dan dapat memengaruhi opini publik secara signifikan.¹⁶

Selain itu, fitnah atau tuduhan tidak berdasar juga sering digunakan dalam kampanye politik untuk menurunkan popularitas lawan. Dalam konteks Pilpres 2024, pasangan calon nomor urut 02 mungkin menghadapi tuduhan seperti ketidakmampuan dalam memimpin, atau bahkan lebih buruk, tuduhan tentang keterlibatan dalam konspirasi atau kegiatan ilegal tanpa bukti yang jelas. Ini bisa menyebabkan keresahan di kalangan pemilih, mempengaruhi citra calon, dan menyebabkan ketidakpercayaan terhadap integritas mereka.

Secara keseluruhan, hate speech yang dialami pasangan calon nomor urut 02 selama masa kampanye Pilpres 2024 berpotensi memperburuk situasi politik dengan meningkatkan polarisasi di masyarakat. Hate speech ini tidak hanya menyerang calon itu

sendiri tetapi juga dapat mengarah pada perpecahan sosial yang lebih luas, yang berbahaya bagi stabilitas politik Indonesia. Oleh karena itu, penting bagi semua pihak untuk mengedepankan kampanye yang berlandaskan pada informasi yang benar dan etika yang tinggi, serta menanggulangi penyebaran hoaks dan ujaran kebencian.

KESIMPULAN

Bahwa pasangan calon nomor urut 02 harus mengimplementasikan strategi komunikasi yang efektif, termasuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya etika berkomunikasi, memanfaatkan media sosial secara bijak, serta melibatkan tim kampanye untuk memantau dan menangkal konten negatif atau ujaran kebencian. Selain itu, pasangan calon juga perlu menekankan pesan positif yang membangun, mengedepankan dialog konstruktif, serta menunjukkan komitmen terhadap toleransi dan keberagaman untuk menjaga citra positif di mata publik selama masa kampanye.

Selama masa kampanye pilpres, pasangan calon nomor urut 02 menghadapi berbagai bentuk hate speech yang dapat merusak reputasi dan citra mereka. Hate speech yang muncul sering kali berupa penyebaran informasi palsu atau hoaks yang bertujuan untuk mendiskreditkan calon, seperti tuduhan yang tidak berdasar terkait korupsi atau kesalahan kebijakan. Selain itu, terdapat pula serangan dengan menggunakan unsur diskriminasi, seperti menyerang etnis, agama, atau ras tertentu untuk menggambarkan pasangan calon secara negatif dan memicu ketegangan sosial.

Selain itu, pasangan calon nomor urut 02 juga dihadapkan pada serangan berupa stigma negatif yang mencoba mengaitkan mereka dengan kelompok atau ideologi yang tidak disukai oleh segmen tertentu dari masyarakat. Serangan pribadi yang menyoroti aspek kehidupan individu calon, seperti latar belakang keluarga atau pendidikan, juga sering digunakan untuk merendahkan kredibilitas dan integritas mereka.

Bentuk-bentuk hate speech ini berpotensi mempengaruhi opini publik dan mengganggu jalannya kampanye, sehingga perlu ditangani dengan cepat dan bijaksana untuk melindungi citra positif pasangan calon.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, M. (2019). *Komunikasi Politik: Teori dan Praktik di Era Digital*. Bandung: Remaja Rosdakarya. Hlm 85-95.
- Ahmad Aulia Rahman, pengamat media Fauzan Firdaus, Tim sukses 02
- Ahmad, A., & Al-Khateeb, S. (2022). Hate Speech and Political Polarization on Social Media: A Case Study of Twitter. *Journal of Communication and Media Studies*, 18(2).
- Amin, S. (2016). *Paradigma Penelitian Sosial: Teori, Metode, dan Praktik*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Darmawan, A. (2020). *Kekuasaan dan Ketidakadilan: Paradigma Kritis dalam Penelitian Sosial*.
- Bagus Prasetyo, Netizen
- Boulianne, S. (2019). Online Political Participation in Canada: The Role of Social Media. *Journal of Information Technology & Politics*, 16(1), 1-15.
- Brian McNair (2011) dalam *An Introduction to Political Communication* membahas strategi komunikasi politik dalam menghadapi tantangan media modern dan bagaimana hal ini mempengaruhi citra politik dan opini publik.
- Creswell, J. W. (2014). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset: Memilih Di Antara Lima Pendekatan*.
- Fitri, A. (2015). Dramaturgi: Pencitraan Prabowo Subianto di Media Sosial Twitter Menjelang Pemilihan Presiden 2014. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 101-108.
- Ilham Setiawan (2024). *JURNAL ASPIRSI Vol. 14 No. 2 Rangga Eka Sakti (2024)*. Jurnal Kompas.Id
- Jerman Welle. (2022). *Cara Milenial dan Gen Z Batasi Hate Speech di Pilpres 2024* . Fauzi

- Wirahyuda (2024). *ijhess article view 865*
Journal of Peace Studies.
Jurnal Pendidikan dan Media Sosial, 2024
Jurnal Penelitian Politik, 16(2), 112-130.
- Kalyango, Y. N., & Kessy, F. (2020). *Hate Speech and Its Implications for Peacebuilding in Africa*.
 Kuhn, Thomas S. *The Structure of Scientific Revolutions*. University of Chicago Press, 1962.
 Habermas, Jürgen. *The Theory of Communicative Action, Vol. 1: Reason and the Rationalization of*
- Kurniawan, A. (2020). *Persepsi Masyarakat Terhadap Ujaran Kebencian di Media Sosial*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(2), 99-110.
- Laporan Penelitian Media Sosial 2024, Universitas XYZ Rapat Koordinasi KPU dan Kominfo 2024
- Laporan Politisasi Media Sosial, 2024, Pusat Studi Sosial Artikel Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi, 2024
- Larsson, A. O., & Moe, H. (2012). *Studying Political Microblogging: An Introduction to the Special Issue on Twitter in the Political Sphere*. *New Media & Society*, 14(5), 683-691.
- Lenda Tri Hardianti (2024). *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, desain, seni budaya VOL.1 NO.4*
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. SAGE Publications.
- McNair, B. (2011). *An Introduction to Political Communication (5th ed.)*. Routledge: London, UK. Hlm. 78-90.
- Moleong, L. J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nisa, P. K. (2024). *Peran dan Pengaruh Media Sosial dan Kampanye Pemilihan Presiden 2024*.
- Nugroho, Y. (2011). *Media Sosial dan Demokrasi: Tantangan Baru dalam Perkembangan Politik Indonesia*. Jakarta: Kompas.
- Putra, S. (2020). *Hate Speech dan Dampaknya terhadap Demokrasi di Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Ombak. Hlm 99-110.
- Rani, R. (2022). *Digital Literacy and Its Role in Mitigating Hate Speech*. *Jurnal Komunikasi dan Media Society*. Beacon Press, 1984.
- VIRTU: *Jurnal Kajian Komunikasi, Budaya dan Islam*.
- Volcansek, M. (2015). *Hate Speech Regulation: A Comparative Perspective*. In *Journal of Law and Society*.
- Yogi A. Cahyadi (2024) *Kampanye Pemilu 2024, Ujaran Kebencian terhadap Kelompok Minoritas Meningkat*.
 Yogyakarta: Pustaka Pelajar.