



Penguatan Literasi Digital Pada Generasi Millennial Dalam Menyongsong Pemilihan Umum 2024

Novy Setia Yunas , Muchammad Fauzi Said, Abdul Aziz SR

Universitas Brawijaya

Jl. Veteran No.10-11, Ketawanggede, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65145, Indonesia

| novysetiayunas@ub.ac.id  | DOI: <https://doi.org/10.37729/abdimas.v7i4.3432> |

Abstrak

Pemilihan Umum tahun 2024 segera digelar. Hiruk pikuk kontestasi pemilu tersebut tentunya telah bergema baik disekitar kita maupun di dunia maya. Media sosial saat ini juga menjadi wahana dan sarana bagi penyebarluasan informasi yang berkaitan dengan pemilihan umum. Tak hanya itu, di tengah arus teknologi dan informasi yang semakin dinamis, media sosial pun digunakan sebagai salah satu instrumen politik kandidat maupun partai politik yang akan berkontestasi dalam pemilihan umum tahun 2024. Keberadaan media sosial tentunya berjalan beriringan dengan demografi politik Indonesia saat ini, dimana hampir 40-60% pemilih didominasi oleh generasi muda yang sangat aktif dan dekat dengan penggunaan media sosial. Sehingga tak heran, di media sosial seringkali muncul disinformasi, hoax dan lain-lain. Terlebih menghasilkan Polarisasi yang cukup signifikan di media sosial. Kondisi ini tentunya sudah pernah kita lihat dan rasakan dalam kontestasi-kontestasi politik di masa lampau. Sehingga tujuan program Penguatan Literasi Digital pada Generasi Millennial di Kabupaten Jombang dalam menyongsong Pemilihan Umum tahun 2024 dengan mitra yakni Komunitas Ruang Inovasi Kabupaten Jombang dilakukan dengan: Pertama, Memberikan workshop terhadap komunitas generasi muda dalam upaya meningkatkan pengetahuan terhadap politik dan demokratisasi di Indonesia. Kedua, mendorong generasi muda untuk lebih memahami kondisi ruang digitalnya pada tahun-tahun politik menjelang Pemilu 2024. Untuk meningkatkan literasi digital ini memerlukan sistematika pemberantasan konten terkait penyebaran informasi sifatnya hoax maupun tidak tepat, khususnya pada generasi muda. Agar kedepannya, penyelenggaraan Pemilihan Umum tahun 2024 bisa berjalan dengan demokratis, adil, jujur serta dapat mendorong tingkat partisipasi politik pada generasi muda.

Kata Kunci: Disinformasi, Hoax, Literasi digital, Pemuda, Pemilihan umum



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

1. Pendahuluan

Saat ini masyarakat Indonesia telah memasuki tahun-tahun politik menjelang penyelenggaraan Pesta Demokrasi, Pemilihan Umum tahun 2024. Penyelenggaraan Pemilu tahun 2024 merupakan kegiatan yang dihelat dalam rangka menjaga proses demokratisasi dan terbentuknya pemerintahan yang berdasar kedaulatan rakyat sesuai dengan amanah konstitusi Undang-Undang 1945. Pemilu 2024 mendatang menjadi salah satu momentum untuk melakukan banyak perbaikan dalam rangka menciptakan pemilihan umum yang berkualitas. Apalagi Pemilu 2024 nanti akan menjadi pemilu yang sangat menarik dan cukup dinamis, pasalnya Pemilu 2024 diprediksi akan menandai banyak perubahan penting dalam lanskap politik negara ini ke depan.

Salah satunya, Pemilu nanti akan strategis karena pemerintahan baru yang terpilih akan mempersiapkan Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) periode 2025-2045 atau untuk 20 tahun ke depan (Fernandes *et al.*, 2023).

Dinamika dalam Pemilu 2024 yang paling kentara, dimana petahana Presiden Jokowi yang sudah berkuasa selama dua periode tentunya tidak akan bisa lagi mencalonkan diri sehingga membuat kompetisi antar calon presiden semakin ketat dan dinamis. Kompetisi diantara partai politik juga kian dinamis. Tidak hanya itu, perubahan pada Pemilu 2024 mendatang akan didorong oleh karakteristik pemilih muda (generasi millennial) yang sangat dinamis, adaptif dan responsif, terutama pergeseran minat mereka pada isu-isu politik dan karakteristik kepemimpinan nasional (Fernandes *et al.*, 2023). Karena yang perlu diketahui adalah berdasarkan data dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) akan ada 52 persen pemilih muda (kategori generasi millennial) dari total 204.807.222 jiwa yang masuk dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT) Nasional untuk Pemilu 2024.

Memasuki tahun politik menjelang penyelenggaraan Pemilu, media sosial telah disuguhi aneka macam berita terkait pencalonan, kampanye hingga munculnya isu penundaan Pemilu. Maraknya berbagai berita soal politik tetap saja menjadikan sebagian besar masyarakat belum paham esensi Pemilu dan bagaimana mencapai proses demokrasi yang ideal (UGM, 2023). Kehadiran platform media sosial sebagai sumber informasi terkait Pemilu tidak menutup kemungkinan munculnya kesimpangsiuran (disinformasi), *hoax* dan sebagainya. Polarisasi melalui media sosial dinilai akan menjadi tantangan terbesar Indonesia di era Pemilu. Oleh karena itu, diperlukan solusi mengikat untuk mendorong adanya ekosistem digital yang demokratis, berupa literasi digital. Untuk meningkatkan literasi digital ini memerlukan sistematisa pemberantasan konten terkait penyebaran informasi yang sifatnya *hoax* maupun tidak tepat (UGM, 2023).

Literasi digital menjadi salah satu aktivitas yang sangat mendesak dilakukan saat ini, khususnya menyongsong Pemilu 2024. Masyarakat kita, terutama generasi muda membutuhkan perhatian, bimbingan dan pendampingan dari orang tua, pendidik juga pemerintah, karena mereka sangat rentan dalam memperoleh konten-konten atau informasi negatif terutama dari media sosial, yang akan berpengaruh pada cara berperilaku mereka. Hal ini menjadikan literasi digital semakin dibutuhkan sebagai salah satu program utama untuk memberikan edukasi dan juga advokasi bagi para pengguna internet, khususnya pengguna media sosial. Untuk berinteraksi di jaman sekarang ini dibutuhkan pemahaman literasi digital, yang sama pentingnya dengan pemahaman ilmu lainnya. Generasi millennial yang tumbuh dengan akses tidak terbatas terhadap teknologi memiliki gaya berpikir yang tidak sama dengan generasi sebelumnya. Setiap orang harus memiliki tanggung jawab atas penggunaan teknologi untuk berinteraksi atau berkomunikasi dalam kehidupannya sehari-hari.

Konten di media yang berisi berita bohong, bertipu daya, mengandung ujaran kebencian bahkan radikalisme dapat mengganggu ekosistem digital yang ada dengan menciptakan pemahaman dari tiap-tiap individu pengguna. Menangani beraneka informasi, kemampuan dalam menafsirkan pesan dan berkomunikasi secara efektif dengan orang lain merupakan berbagai kemampuan dalam literasi digital. Adanya proses menciptakan, mengkolaborasi, mengkomunikasikan berdasarkan etika, memahami kapan dan bagaimana menggunakan teknologi secara efektif merupakan kompetensi digital yang dibutuhkan saat ini. Pendidikan literasi digital perlu diupayakan seluruh lapisan pemangku kepentingan mulai dari orang tua, guru/pendidik, lembaga pendidikan, dan pemerintah dalam memberikan panduan, arahan dan petunjuk agar tercipta tatanan masyarakat dengan pola pikir dan cara pandang yang kritis dan kreatif sehingga membangun kehidupan sosial dan masyarakat yang kondusif (Restianty, 2018).

Terdapat 4 komponen yang membentuk pendekatan dengan basis keterampilan dalam literasi media menurut Livingstone; yang pertama adalah akses, merupakan proses dinamis dan sosial, tindakan yang terus menerus sehingga dapat dilihat kualitas berkelanjutan dari layanan penyediaan akses dan konten media. Dengan adanya media baru, penyediaan akses di bidang pendidikan, partisipasi dan juga budaya dibutuhkan untuk lebih terhubung dengan konteks sosial masyarakat (Livingstone, 2004). Kedua, analisis menjelaskan hubungan yang berkelanjutan dan memuaskan dengan teks-teks simbolik terdapat pada kompetensi analitis, dimana pengguna harus kompeten dan memiliki motivasi akan tradisi dan nilai-nilai budaya yang relevan. Sejalan dengan itu Bazalgette (Livingstone, 2004) menjelaskan skema analisis mulai dari agensi media, kategori media, teknologi media, bahasa media, khalayak media dan representasi media. Enam tahapan skema ini merupakan tahapan analisis awal yang efektif digunakan untuk media baru. Pendekatan ketiga yaitu evaluasi, merupakan kemampuan dalam mengevaluasi konten memerlukan keterampilan yang mumpuni karena melibatkan evaluasi kritis mengenai pengetahuan umum dan juga konteks politik, ekonomi, sosial juga budaya dari konten yang didapatkan. Pendekatan keempat adalah konten, merupakan materi hasil produksi berdasarkan pengalaman pembuatnya. Pembuatan konten yang profesional menyampaikan ide, gagasan, aspirasi dan kreatifitas sebagai bentuk kontribusi dan partisipasi budaya di masyarakat.

Seiring berkembangnya teknologi membuat konten menjadi lebih mudah karena didukung pula dengan tersedianya platform yang mudah digunakan, kamera *digital high definition* sehingga gambar yang dihasilkan jauh lebih berkualitas, namun dengan segala kemudahan yang ada, konsekuensinya ialah pembuat konten harus mampu membangun ikatan antara pembuat dan penerima konten dimana harus ada konteks kebermanfaatan untuk pembelajaran, manifestasi budaya dan kontribusi masyarakat. Jumlah informasi yang tersedia dalam berbagai bentuk konten di banyak media membuat masyarakat kita kewalahan dalam menerima informasi. Segala sesuatu yang digital sebetulnya hanya merupakan alat, hasil peradaban, teknologi yang dibuat oleh manusia. Maka meski bagaimanapun gempuran konten digital yang terjadi saat ini, kita masih bisa melakukan tindakan yang bermakna, salah satunya dengan menjadi cerdas, kreatif dan produktif dalam literasi media. Salah satunya ketika menggunakan media sosial, maka diperlukan etika berinternet yang menjunjung asas kehati-hatian serta selalu beritikad baik dalam kegiatannya.

Tim pengabdian masyarakat melihat urgensi kebutuhan akan menjaga stabilitas pemilihan umum 2024 khususnya di ruang media sosial. Pasalnya, sumber informasi terkait Pemilu tidak menutup kemungkinan munculnya kesimpangsiuran (disinformasi), *hoax*, dan sebagainya. Polarisasi melalui media sosial dinilai akan menjadi tantangan terbesar Indonesia di masa-masa Pemilu. Serta, rendahnya partisipasi politik generasi muda dalam setiap masa Pemilihan Umum.

Apalagi saat ini demografi sosial-politik kita didominasi oleh generasi muda. Sehingga, pemilih muda diproyeksi masih menjadi kunci untuk kemenangan Pemilu 2024. Pasalnya, kalangan usia tersebut masih akan mendominasi jumlah pemilih dalam kontestasi politik dua tahun mendatang. Hal itu tergambar dari data proyeksi penduduk Indonesia 2015-2045. Berdasarkan data yang disusun oleh Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) tersebut, jumlah penduduk Indonesia diperkirakan mencapai 318,9 juta jiwa pada 2024. Dari jumlah itu, sebanyak 21,73 juta penduduk berusia 15-19 tahun. Sebanyak 21,94 juta penduduk berada di rentang usia 20-24 tahun. Kemudian, penduduk berusia 25-29 tahun dan 30-34 tahun masing-masing sebanyak 21,73 juta orang dan 21,46 juta orang. Sebanyak 21,04 juta orang berada di rentang umur 35-39 tahun.

Centre for Strategic and International Studies (CSIS) pun memperkirakan bahwa Pemilu 2024 akan didominasi oleh generasi Z dan milenial yang berada di rentang usia 17-39 tahun. Berdasarkan hasil survei CSIS, jumlah kedua generasi tersebut mendekati 60% dari total pemilih. Adapun, mayoritas atau 44,4% anak muda Indonesia dalam survei CSIS menilai kesejahteraan masyarakat menjadi isu yang strategis dalam Pemilu 2024. Ada pula 21,3% responden yang menganggap lapangan kerja jadi isu strategis. Kemudian, 15,9% responden menganggap masalah pemberantasan korupsi jadi isu strategis. Lalu, 8,8% responden menyatakan demokrasi dan kebebasan sipil menjadi isu strategis di Pemilu 2024 (Widi, 2022).

Persentase pemilih muda yang cukup besar tersebut tentunya menjadi kesempatan dan perhatian bagi peserta pemilu atau partai politik. Peserta pemilu maupun partai politik hendaknya tidak hanya berkompetisi untuk merebut perhatian dan suara, namun peserta pemilu juga harus memberikan literasi politik digital yang baik dan sehat. Dalam kontestasi-kontestasi politik sebelumnya, kita telah menyaksikan bagaimana politik elektoral telah menjadi arena ketika kebenaran dan kebohongan berkelindan, sehingga melahirkan kebingungan, konflik sosial, dan polarisasi di masyarakat. Pemilu di pelbagai negara di dunia termasuk Indonesia telah menjadi arena politik *post truth*, karena batas antara kebenaran dan kebohongan menjadi kabur (Rahmawati, 2022).

Mengacu pada analisis situasi tersebut, Tim Pengabdian Masyarakat bekerjasama dengan Komunitas Ruang Inovasi kabupaten Jombang menggelar kegiatan penguatan literasi digital bagi generasi millennial di Kabupaten Jombang dalam menyongsong Pemilihan Umum tahun 2024 bertujuan untuk, *pertama*, Memaksimalkan wadah/komunitas generasi muda yang mampu memperkuat literasi digital khususnya di masa Pemilihan Umum 2024; *kedua*, mengurangi potensi munculnya kesimpangsiuran (disinformasi), *hoax*, dan sebagainya; *ketiga*, mengurangi potensi Polarisasi melalui media sosial di masa-masa Pemilu dan yang terakhir adalah meningkatkan partisipasi politik generasi muda dalam Pemilihan Umum 2024.

2. Metode

Terdapat rincian tahap kegiatan workshop dengan tema penguatan literasi digital bagi generasi milenial di kabupaten Jombang dalam menyongsong Pemilihan Umum tahun 2024. Program ini terdiri dari beberapa tahapan, antara lain: (1) Tim pengabdian masyarakat bekerjasama dengan Komunitas Ruang Inovasi kabupaten Jombang akan melakukan pemetaan sasaran peserta dan pemateri kegiatan pengabdian masyarakat. Sasaran dari kegiatan ini adalah kelompok generasi muda yang telah memiliki hak pilih pada Pemilihan Umum tahun 2024 di Kabupaten Jombang sejumlah 100 orang terdiri dari perwakilan OSIS SMA/SMK Negeri sekabupaten Jombang, perwakilan fungsionaris Badan Eksekutif Mahasiswa PT di kabupaten Jombang, perwakilan komunitas-komunitas muda seperti Duta Wisata, Duta Genre, Duta Pemuda, Komunitas Musik dan lain sebagainya; (2) Pelaksanaan sosialisasi kegiatan workshop dengan tema penguatan literasi digital bagi generasi millennial di kabupaten Jombang dalam menyongsong Pemilihan Umum tahun 2024.

Proses pembukaan dan pendaftaran bagi peserta dibatasi maka diadakan seleksi langsung pada calon peserta ketika mendaftar kepada tim pelaksana. Beberapa peserta hasil seleksi, akan diumumkan melalui jejaring media komunitas Ruang Inovasi Kabupaten Jombang; (3) Kegiatan workshop dengan tema penguatan literasi digital bagi generasi millennial di Kabupaten Jombang dalam menyongsong Pemilihan Umum tahun 2024 bekerjasama dengan Komunitas Ruang Inovasi Kabupaten Jombang ini dilaksanakan tanggal 15 Juli 2023, dengan jumlah peserta sebanyak 50 orang dengan narasumber dari akademisi FISIP Universitas Brawijaya, Pegiat Media Sosial, Perwakilan KPU, dan Bawaslu; (4) Setelah dilakukan pelatihan maka tim pengabdian masyarakat akan melakukan *follow up* kepada peserta workshop.

3. Hasil dan Pembahasan

Indonesia saat ini sedang berada dalam sebuah fenomena bonus demografi, sehingga terdapat perubahan yang signifikan pada struktur umur penduduk dimana terjadi penurunan rasio perbandingan antara jumlah penduduk non-produktif (usia kurang dari 15 tahun dan 65 tahun ke atas) terhadap jumlah penduduk produktif (usia 15-64 tahun). Sederhananya adalah terdapat prosentase yang cukup besar pada penduduk usia produktif dalam struktur piramida demografi kita. Hal ini terlihat secara jelas pada hasil sensus penduduk tahun 2020 dimana jumlah generasi Z mencapai 75,49 juta jiwa atau setara dengan 27,94 persen dari total seluruh populasi penduduk di Indonesia. Generasi Z sendiri merujuk pada penduduk yang lahir di periode kurun waktu tahun 1997-2012 atau berusia antara 8 sampai 23 tahun. Sementara itu, jumlah penduduk paling dominan kedua berasal dari generasi milenial sebanyak 69,38 juta jiwa penduduk atau sebesar 25,87 persen.

Generasi milenial adalah mereka yang lahir pada kurun waktu 1981-1996 atau berusia antara 24 sampai 39 tahun. Kemudian, disusul, generasi X atau mereka yang lahir antara 1965-1980 dengan populasi sebanyak 21,88 persen. Sementara jumlah generasi *Baby Boomer* mencapai 11,56 persen, generasi *Pre-Boomer* atau lahir sebelum 1945, mencapai 1,87 persen. Sedangkan, generasi *Post-Gen Z* atau lahir setelah 2013 mencapai 10,88 persen (Nurhanisah, 2021). Besarnya populasi penduduk muda atau yang saat ini sering disebut dengan Generasi Millennial, tentunya akan membawa peluang yang cukup besar jika mampu dimanfaatkan dan dikelola dengan baik dalam berbagai aspek tak terkecuali aspek politik maupun pemerintahan. Namun, sebaliknya jika potensi besar generasi muda ini tidak mampu dikelola dan termanfaatkan dengan baik, maka yang ada adalah timbul problem-problem baru di tengah masyarakat.

Generasi millennial ini bisa dibilang sebagai generasi yang unik. Mereka memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi-generasi sebelumnya. Dalam riset yang dilakukan oleh *Pew Research Center* tahun 2010 menyebutkan bahwa ada beberapa karakteristik yang dimiliki oleh generasi millennial antara lain, pertama, generasi millennial lebih percaya *user generated content* (UGC) daripada informasi searah. generasi millennial kini millennial tidak percaya lagi kepada distribusi informasi yang sifatnya satu arah. Mereka lebih percaya kepada *user generated content* (UGC) atau konten dan informasi yang dibuat oleh perorangan. Generasi millennial saat ini tidak terlalu percaya pada perusahaan besar maupun informasi yang bersumber dari iklan sebab lebih mementingkan pengalaman pribadi ketimbang iklan atau review konvensional (Kohut *et al.*, 2010). Kedua, generasi millennial lebih memilih ponsel dibanding menonton televisi karena generasi millennial ini lahir di era perkembangan teknologi yang begitu dinamis.

Keberadaan internet berperan besar dalam keberlangsungan hidup generasi millennial, informasi yang diperoleh berasal dari ponselnya dengan mencarinya ke Google atau perbincangan pada forum-forum yang mereka ikuti, supaya tetap *up-to-date* (Kohut *et al.*, 2010). Ketiga, hampir semua generasi millennial saat ini memiliki media sosial melalui *text messaging* atau juga *chatting* di dunia maya, dengan membuat akun yang berisikan profil dirinya, seperti WhatsApp, Twitter, Facebook, hingga Line. Selain untuk berkomunikasi, generasi millennial juga menggunakan akun media sosial sebagai tempat untuk aktualisasi diri dan ekspresi, seperti halnya Instagram, Tiktok dan media sosial lainnya. Jadi, hampir semua generasi millennial hari ini dipastikan memiliki akun media sosial sebagai tempat berkomunikasi dan berekspresi (Keiser & Tortora, 2022). Keempat, generasi millennial dinilai kurang suka membaca secara konvensional. Kelima, generasi millennial tentunya lebih tahu dan paham teknologi dibanding orangtua mereka. Di tengah kehidupan yang serba digital, kita melihat keberadaan generasi millennial saat ini lebih banyak menghabiskan hidupnya pada media *online*.

Generasi ini melihat dunia tidak secara langsung, namun dengan cara yang berbeda, yaitu dengan berselancar di dunia maya, mulai dari berkomunikasi, berbelanja, mendapatkan informasi dan kegiatan lainnya (Keiser & Tortora, 2022). Survey yang dilakukan oleh *Centre for Strategic and International Studies* (CSIS) menunjukkan bahwa anak muda kini menjadikan media sosial sebagai sumber referensi informasi utama. Pada tahun 2018, baru ada 39.5 persen anak muda yang mengakses informasi lewat media sosial, sementara mereka yang mengakses informasi lewat televisi angkanya lebih tinggi yakni 41.3 persen. Kondisi ini berubah drastis pada tahun 2022 di mana pemanfaatan media sosial sebagai sumber informasi meningkat menjadi 59 persen, sedangkan akses terhadap televisi kini ada di angka 32 persen saja. Sumber-sumber informasi lain seperti berita online hanya berkisar di 8.2 persen (2018) dan 6.3 persen (2022). Sementara surat kabar, radio, dan podcast menjadi kanal informasi yang sangat kecil audiensnya. Selain itu, penetrasi internet juga terlihat semakin baik. Pada 2018, terdapat 86 persen anak muda yang mengakses internet dalam tiga bulan terakhir. Angka ini meningkat menjadi sekitar 93,5 persen pada tahun 2022. Di sisi lain, kepemilikan akun media sosial juga cenderung meningkat secara signifikan. Aplikasi pengirim pesan yang sangat populer seperti Whatsapp mengalami peningkatan dari tahun 2017 (70.3 persen), 2018 (91.6 persen), dan 2022 (98.3 persen). Aplikasi media sosial seperti YouTube dan Instagram juga meningkat tajam dalam periode yang sama (Fernandes *et al.*, 2023; Zaman & Misnan, 2021).

Dalam konteks Pemilu 2024 mendatang, pemilih muda diproyeksi masih menjadi kunci bagi kemenangan Pemilu 2024. Pasalnya, kalangan usia tersebut masih akan mendominasi jumlah pemilih dalam kontestasi politik dua tahun mendatang. Hal itu tergambar dari data proyeksi penduduk Indonesia 2015-2045. Berdasarkan data yang disusun oleh Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) tersebut, jumlah penduduk Indonesia diperkirakan mencapai 318,9 juta jiwa pada 2024. Dari jumlah itu, sebanyak 21,73 juta penduduk berusia 15-19 tahun. Sebanyak 21,94 juta penduduk berada di rentang usia 20-24 tahun. Kemudian, penduduk berusia 25-29 tahun dan 30-34 tahun masing-masing sebanyak 21,73 juta orang dan 21,46 juta orang. Sebanyak 21,04 juta orang berada di rentang umur 35-39 tahun. *Centre for Strategic and International Studies* (CSIS) pun memperkirakan bahwa Pemilu 2024 akan didominasi oleh generasi Z dan milenial yang berada di rentang usia 17-39 tahun. Berdasarkan hasil survei CSIS, jumlah kedua generasi tersebut mendekati 60% dari total pemilih. Adapun, mayoritas atau 44,4% anak muda Indonesia dalam survei CSIS menilai kesejahteraan masyarakat menjadi isu yang strategis dalam Pemilu 2024. Ada pula 21,3% responden yang menganggap lapangan kerja jadi isu strategis. Kemudian, 15,9% responden menganggap masalah pemberantasan korupsi jadi

isu strategis. Lalu, 8,8% responden menyatakan demokrasi dan kebebasan sipil menjadi isu strategis di Pemilu 2024 (Widi, 2022).

Persentase pemilih muda yang cukup besar tersebut tentunya menjadi kesempatan dan perhatian bagi peserta pemilu atau partai politik. Seyogyanya tidak hanya berkompetisi untuk merebut perhatian dan suara mereka, namun peserta pemilu juga harus memberikan literasi politik digital yang baik dan sehat. Dalam kontestasi-kontestasi politik sebelumnya, kita telah menyaksikan bagaimana politik elektoral telah menjadi arena ketika kebenaran dan kebohongan berkelindan, sehingga melahirkan kebingungan, konflik sosial, dan polarisasi di masyarakat. Pemilu di pelbagai negara di dunia termasuk Indonesia telah menjadi arena politik *post truth*, karena batas antara kebenaran dan kebohongan menjadi kabur (Rahmawati, 2021).

Tim Pengabdian Masyarakat telah memberikan setidaknya dua jenis kegiatan dalam rangka penguatan literasi digital bagi generasi millennial di kabupaten Jombang dalam menyongsong Pemilihan Umum tahun 2024, yaitu: (1) *Workshop* pengetahuan politik dan demokratisasi bagi generasi muda, dan (2) *Workshop* penguatan literasi digital bagi generasi muda di Kabupaten Jombang. Kedua kegiatan tersebut dilaksanakan pada hari Sabtu, 15 Juli 2023 di ruang warga kabupaten Jombang. *Workshop* ini dihadiri oleh 4 pemateri yaitu Novy Setia Yunas dari FISIP Universitas Brawijaya, Pegiat Media Sosial dan Perwakilan dari KPU serta Bawaslu kabupaten Jombang. Acara ini dipandu secara langsung oleh Moderator Bapak Andy Ilman Hakim, S.IP., M.IP. selaku Dosen Program Studi Ilmu Politik FISIP UB (Gambar 1).

Dari *workshop* sesi pertama yang diisi oleh materi tentang pengetahuan politik dan demokratisasi. Para peserta memiliki keprihatinan yang sama terkait dengan kondisi perpolitikan nasional saat dimana, politik kini tidak lagi mengutamakan wacana rasional melainkan argumentasi bersifat emosional yang berakar pada ketakutan, kekhawatiran, dan kebingungan masyarakat. Kondisi ini juga didorong oleh kehadiran teknologi komunikasi digital berbasis internet yang memungkinkan sumber informasi tidak lagi terpusat di satu titik saja, melainkan menyebar di mana-mana. Ruang terbuka siber diyakini oleh politisi sebagai ruang yang efektif untuk melakukan komunikasi politik, kampanye, dan meraih dukungan. Bagi publik, ruang siber digunakan untuk aktualisasi diri dan memberikan dukungan kepada kandidat yang didukungnya.

Di sisi lain dari hasil diskusi pada *workshop* sesi pertama dan kedua yang dihadiri langsung oleh Pegiat Media Sosial, perwakilan KPU dan Bawaslu memberikan *insight* pada peserta terkait dengan dinamika penyelenggaraan Pemilu. Dimana dinamika tersebut muncul sejak Pemilu 2019, dimana sebagian kalangan memprediksi Pemilu 2024 khususnya pada masa kampanye, sebaran berita bohong (*hoaks*) dan disinformasi akan semakin meningkat. Tentu kita berharap prediksi itu meleset. Karena kita semua tidak ingin masyarakat semakin terpolarisasi akibat ulah kepentingan politik tertentu yang tidak sehat dan kurang bertanggung jawab. Pengejawantahan literasi politik digital yang baik menjadi vital keberadaannya dalam kondisi masyarakat dan kaum muda Indonesia saat ini dan ke depan. Para elite politik, parpol, penyelenggara pemilu, dan stakeholder terkait tentu memiliki tanggung jawab dan harus selalu mengupayakannya.



Gambar 1. Pemaparan Materi Workshop Tentang Pengetahuan Politik dan Demokratisasi

Berdasarkan diskusi dalam *workshop* tersebut, tim pengabdian masyarakat menyimpulkan bahwa kegiatan penguatan literasi digital ini sangat penting dan sesuai dengan analisa masalah yang dihadapi oleh kelompok sasaran, khususnya bagi generasi millennial dalam rangka menyongsong Pemilihan Umum 2024. Dimana kegiatan literasi politik digital menjadi salah satu instrument penting bagi sosialisasi informasi dan edukasi di dunia digital. Apalagi saat ini, di ruang digital terdapat ancaman tersendiri khususnya bagi Generasi Millennial yang saat ini menjadi konsumen media digital yang cukup besar di Indonesia, yakni adanya fenomena *filter bubble* dan *echo chamber* pada media sosial. Kedua fenomena tersebut sangat lazim terjadi pada ruang digital menjelang tahun-tahun politik seperti saat ini. *Filter bubble* merupakan sebuah algoritma sistem yang memungkinkan penggunaannya untuk mendapatkan konten serupa sesuai dengan perilakunya ketika menggunakan layanan internet dan web (Pariser, 2012).

Pendapat Hartono (2018) menyatakan bahwa *filter bubble* merupakan algoritma yang sebenarnya diciptakan untuk memudahkan pencarian di media sosial (khususnya *facebook*) dan membantu pengiklan menasar target pasarnya (Hartono, 2018). Pendapat tersebut didukung oleh Haim *et al.*, (2018), bahwa *filter bubble* menunjukkan bahwa algoritma ini sebenarnya bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan ekonomi dengan meningkatkan konsumsi media. Oleh karena itu, algoritma menyaring informasi yang dianggap kurang menarik bagi pengguna individu sambil menyajikan lebih banyak konten yang cenderung dikonsumsi oleh pengguna (Haim *et al.*, 2018). Menurut Geschke *et al.*, (2019), *filter bubble* didefinisikan sebagai hasil dari proses yang berbeda pada pencarian informasi, persepsi, seleksi, dan meluapnya informasi. Berbagai informasi yang muncul merupakan hasil relevansi dengan topik yang dicari dan konteks permasalahan yang dihadapi (Geschke *et al.*, 2019). *Filter bubble* dapat dikatakan sebagai jalan keluar untuk membatasi informasi yang melimpah. Hal ini sejalan dengan Pariser (2011b) yang menyatakan bahwa *filter bubble* ini adalah alat buatan yang sebenarnya memberikan kita lingkungan informasi yang sangat relevan dengan masalah apa pun yang sedang kita kerjakan (Pariser, 2012). Maka dalam segala aspek algoritma ini konsisten dengan tujuan dan fungsinya untuk menghubungkan pengguna dengan informasi yang diharapkan melalui penawaran beberapa item dengan aliran konten yang relevan (Rader & Gray, 2015).

Melalui algoritma ini pikiran akan asyik dengan konten favorit yang membuat kita nyaman, dan orang-orang dapat membutakan diri kita terhadap dunia di luar topik. Hal tersebut diakui oleh Sunstein (2007), bahwa berkat sistem internet yang seperti itu, orang-orang dapat bergabung kedalam kelompok yang memiliki pandangan dan nilai yang sama, serta secara tidak langsung memisahkan pengguna terhadap informasi yang bertentangan dengan kesukaan mereka. Pariser (2011b) juga menyatakan bahwa algoritma ini bisa

menyebabkan pengguna kehilangan *mental flexibility* (fleksibilitas mental) dan keterbukaan akan topik-topik yang berbeda (Pariser, 2012). Keterbukaan tersebut ibarat memberi kesempatan kepada otak untuk melihat segala sesuatu bukan hanya dari satu sisi saja, artinya otak tetap memberikan opsi lain untuk meninjau suatu permasalahan. Walaupun secara selektif menggunakan informasi yang sesuai dengan kepercayaan atau cara padangnya merupakan hal yang manusiawi (Zuiderveen Borgesius *et al.*, 2016). Fleksibilitas mental secara bertahap dapat berkurang jika pengguna tidak segera menyadarinya. Pada akhirnya pengguna hanya jadi konsumen yang disuapi, meskipun internet telah memberi kebebasan topik yang bisa ditelusur.

Algoritma *filter bubble* juga menyebabkan terjadinya fenomena *echo chamber*. *echo chamber* atau ruang bergema adalah lingkungan di mana seseorang hanya menemukan informasi atau pendapat yang mencerminkan dan memperkuat pendapat mereka sendiri. Ruang bergema ini dapat ditemukan baik di dunia nyata maupun dunia maya. Namun, kemajuan teknologi dan semakin populernya media sosial sebagai tempat untuk mengekspresikan pendapat secara bebas telah membuat fenomena *echo chamber* lebih mudah ditemukan di media sosial. Munculnya *echo chamber* di media sosial dan internet itu sendiri sebenarnya difasilitasi oleh kekuatan algoritma sistem internet, seperti yang dijelaskan pada poin sebelumnya. Penyebab munculnya *echo chamber* di media online adalah algoritma *filter bubble*.

Jika ditinjau dari perspektif yang lebih luas, hubungan antara *filter bubble* dan *echo chamber* sebenarnya memanifestasikan dirinya sebagai sebuah efek domino. Algoritma memberi pengguna topik favorit mereka (menurut suka, klik, penelusuran, komentar, bagikan) pengguna sebelumnya, mengumpulkannya, dan dengan pengguna lain dengan pendapat dan topik favorit yang serupa. Jika mereka sudah berada di area yang sama, ini adalah awal dari fenomena *echo chamber*. Fenomena *echo chamber* menjadi kenyataan karena mereka terus mengungkapkan pendapat mereka, dan mereka percaya itu benar, meskipun apa yang mereka katakan hanya berputar-putar di wilayah mereka sendiri. Sayangnya, sistem juga membantu menghilangkan atau menyembunyikan topik yang tidak mereka sukai. Hal tersebut didukung oleh pendapat Wisnuhardana (2018) yang menyatakan bahwa fenomena *echo chamber* memungkinkan untuk bagi setiap individu untuk saling mengisi dengan individu lain yang memiliki pandangan, sikap, preferensi yang sama atas suatu topik dan objek. Jika suatu topik memiliki dua pilihan ekstrem, maka masing-masing individu akan cenderung untuk menegaskan, menguatkan, dan meneruskan, setiap informasi yang sesuai dengan pandangan mereka (Alois Wisnuhardana, 2018).

Hasil *workshop* penguatan literasi digital pada generasi millennial di kabupaten Jombang yang diselenggarakan oleh Tim Pengabdian Masyarakat FISIP Universitas Brawijaya dan Komunitas Ruang Inovasi mampu mengcapture persoalan dan tantangan di ruang digital generasi millennial menjelang Pemilihan Umum tahun 2024. Sehingga, hasil *workshop* dan diskusi tentang pelbagai persoalan yang berkaitan dengan politik untuk menciptakan pribadi yang melek politik, tidak mudah dipecah belah. Dengan begitu dapat warga negara yang cerdas, kritis, bersikap dewasa, sadar akan hak dan kewajiban serta konstruktif dalam memandang politik dan kekuasaan. Literasi politik digital dalam konteks pemilu dapat dipahami sebagai kemampuan masyarakat untuk mendefinisikan kebutuhan mereka akan substansi politik terutama terkait pemilu. Mengetahui strategi pencarian informasi apa, siapa, bagaimana, dan mengapa mereka harus memilih. Memiliki kemampuan untuk mengakses informasi seputar figur yang akan mewakili mereka nantinya. Kemudian mampu membandingkan dan mengevaluasi pelbagai tawaran politik yang mereka hadapi.

Selanjutnya, diharapkan mampu mengorganisasikan, membuat sintesis, serta membentuk jejaring pemilih rasional dalam proses transaksional dengan calon pemimpin yang akan diberi mandat kekuasaan oleh mereka. Dari sinilah medsos memiliki peran penting dan efektif dalam praktik literasi politik. Medsos adalah ruang publik baru dalam proses penguatan demokrasi di dunia siber. Internet dapat menjadi perantara terbentuknya struktur masyarakat emansipatif, bijak, dan bebas dari dominasi. Pemilih muda bisa berekspresi meluangkan pengetahuan, sikap, dan kemampuan mereka dengan bebas tanpa ada rasa canggung dengan meliputi pemahaman terkait politik dan demokrasi partisipatif. Di situ juga warga negara mengetahui bagaimana pemerintahan bekerja secara seharusnya, mengetahui dan berlaku kritis terkait isu-isu krusial yang berkembang. Kemudahan penggunaan medsos seharusnya sejalan dengan upaya memberikan informasi yang benar, tidak mengabaikan etika dan kebenaran informasi sebelum disampaikan kepada masyarakat dan pemilih muda sebagai pengguna medsos. Hal ini sebagai upaya untuk memberikan edukasi politik yang baik.

Dalam hal keluasan jangkauan, medsos seharusnya dimanfaatkan untuk membangun jaringan komunikasi politik yang memberikan wawasan dan edukasi positif tentang politik dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Ikatan stratifikasi politik yang melekat di antara pengguna medsos, selayaknya digunakan untuk membangun prinsip keterbukaan komunikasi demi mencapai masyarakat informasi yang cerdas dan demokratis.

4. Kesimpulan

Pemilihan Umum tahun 2024 segera digelar. Gema dan hiruk pikuk penyelenggaraan pesta demokrasi tersebut mulai terasa di tengah-tengah masyarakat, baik di dunia nyata maupun di dunia maya. Penyelenggaraan Pemilihan Umum tahun 2024 tentunya akan istimewa dan cukup menarik, karena ada sekitar 40% jumlah Pemilih Muda (Generasi Millennial) yang akan menjadi penentu terselenggaranya pesta demokrasi tersebut. Pemilih Muda memang memiliki karakteristik yang unik, apalagi saat ini mereka hidup dalam situasi sosial yang erat kaitannya dengan penggunaan teknologi maupun media sosial yang cukup kompleks. Teknologi dan media sosial memang sebuah keniscayaan yang harus dihadapi di tengah arus globalisasi yang berkembang sangat dinamis. Namun, keberadaan media sosial juga harus diwaspadai apalagi di tahun-tahun politik seperti saat ini.

Telah banyak diketahui bahwa di media sosial seringkali muncul disinformasi, hoax dan lain-lain. Terlebih menghasilkan Polarisasi yang cukup signifikan di media sosial. Kondisi ini tentunya sudah pernah kita lihat dan rasakan dalam kontestasi-kontestasi politik di masa lampau. Sehingga tujuan program Penguatan Literasi Digital pada Generasi Millennial di Kabupaten Jombang dalam menyongsong Pemilihan Umum tahun 2024 dengan mitra yakni Komunitas Ruang Inovasi Kabupaten Jombang dilakukan dengan: Pertama, Memberikan workshop terhadap komunitas generasi muda dalam upaya meningkatkan pengetahuan terhadap politik dan demokratisasi di Indonesia. Kedua, mendorong generasi muda untuk lebih memahami kondisi ruang digitalnya pada tahun-tahun politik menjelang Pemilu 2024. Untuk meningkatkan literasi digital ini memerlukan sistematis pemberantasan konten terkait penyebaran informasi sifatnya hoax maupun tidak tepat, khususnya pada generasi muda. Agar kedepannya, penyelenggaraan Pemilihan Umum tahun 2024 bisa berjalan dengan demokratis, adil, jujur serta dapat mendorong tingkat partisipasi politik pada generasi muda.

Acknowledgement

Terima kasih kepada Badan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (BP2M) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Brawijaya atas skema hibah internal pengabdian kepada Masyarakat tahun 2023. Terima kasih kepada seluruh member Ruang Inovasi, Ruang Warga, KPU, Bawaslu kabupaten Jombang, Perwakilan OSIS SMA/SMK se kabupaten Jombang, Perwakilan fungsionaris Badan Eksekutif Mahasiswa di Kabupaten Jombang dan semua komunitas yang telah hadir serta support kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini.

Daftar Pustaka

- Alois Wisnuhardana, N. L. (2018). Alois Wisnuhardana & Nana Listyana, Anak Muda dan Medsos: memahami geliat anak muda, media sosial dan kepemimpinan Jokowi dalam ekosistem digital. *PT. Gramedia Pustaka Utama*.
- Fernandes, A., Suryahudaya, E. G., & Okhtariza, N. (2023). *Pemilih Muda Dalam Pemilihan Umum 2024: Dinamis, Adaptif dan Responsif*.
- Geschke, D., Lorenz, J., & Holtz, P. (2019). The triple-filter bubble: Using agent-based modelling to test a meta-theoretical framework for the emergence of filter bubbles and echo chambers. *British Journal of Social Psychology*, 58(1), 129–149. <https://doi.org/10.1111/bjso.12286>
- Haim, M., Graefe, A., & Brosius, H. B. (2018). Burst of the Filter Bubble?: Effects of personalization on the diversity of Google News. *Digital Journalism*, 6(3), 330–343. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1338145>
- Hartono, D. (2018). Era Post-Truth: Melawan Hoax dengan Fact Checking. *Prosiding Seminar Nasional Prodi Ilmu Pemerintahan 2018*, 70–82. <http://repository.fisip-untirta.ac.id/952/>
- Imron, A. A. (2022). *Pemilih Muda dan Literasi Politik Digital*. Media Indonesia. <https://mediaindonesia.com/opini/513375/pemilih-muda-dan-literasi-politik-digital>
- Keiser, S., & Tortora, P. G. (2022). Millennials. *The Fairchild Books Dictionary of Fashion*, February, 102–102. <https://doi.org/10.5040/9781501365287.1745>
- Kohut, A., Parker, K., Keeter, S., Doherty, C., & Dimock, M. (2010). How Young People View Their Lives, Futures and Politics A PORTRAIT OF “GENERATION NEXT. *Pew Internet American Life Project*, 202, 45.
- Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *Communication Review*, 7(1), 3–14. <https://doi.org/10.1080/10714420490280152>
- Nurhanisah, Y. (2021). *Usia Muda Dominasi Penduduk Indonesia*. Indonesia Baik. <https://indonesiabaik.id/infografis/usia-muda-dominasi-penduduk-indonesia#:~:text=Generasi di Sensus Penduduk 2020&text=Sementara itu%2C jumlah penduduk paling,atau sebesar 25%2C87 persen>
- Pariser, E. (2012). *The Filter Bubble: How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think*. Penguin Books.
- Rahmawati, R. (2021). *Literasi Digital dalam Menghadapi Hoaks Menjelang Pemilu kepada Generasi Millenial*. *BERDIKARI*, 4(1).

- Rader, E., & Gray, R. (2015). Understanding user beliefs about algorithmic curation in the facebook news feed. *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings, 2015-April*, 173–182. <https://doi.org/10.1145/2702123.2702174>
- Restianty, A. (2018). Literasi Digital, Sebuah Tantangan Baru Dalam Literasi Media. *Gunahumas, 1*(1), 72–87. <https://doi.org/10.17509/ghm.v1i1.28380>
- Sunstein, C. R. (2007). *Republic.com 2.0*. Princeton University Press.
- UGM, C. for D. S. (2023). CfDS dan Perludem Bahas Peranan Teknologi Digital dalam Pemilu 2024. UGM, Center for Digital Society. <https://ugm.ac.id/id/berita/23576-cfds-dan-perludem-bahas-peranan-teknologi-digital-dalam-pemilu-2024>
- Widi, S. (2022). Pemilih Muda Diproyeksi Mendominasi Pemilu 2024. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/pemilih-muda-diproyeksi-mendominasi-pemilu-2024>
- Zaman, R. K., & Misnan, M. (2021). Infrastruktur Politik Menuju Pilpres 2024 Dalam Konstruksi Media Sosial. *PETANDA: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Humaniora, 4*(1), 41–53.
- Zuiderveen Borgesius, F. J., Trilling, D., Möller, J., Bodó, B., De Vreese, C. H., & Helberger, N. (2016). Should we worry about filter bubbles? *Internet Policy Review, 5*(1), 1–16. <https://doi.org/10.14763/2016.1.401>