

ELECTORAL MALPRACTICE MELALUI PSIKODINAMIK AKTOR BERITA BOHONG PADA MEDIA SOSIAL ERA POST-COVID19

Surya Yudha Regif¹, Samsul Ode², Faisal Fadilla Noorikhshan³, Andre Pattipeilohy⁴

¹ Universitas Timor, Kefamenanu, Indonesia

² Universitas 17 Agustus 1945, Jakarta, Indonesia

³ Universitas Siliwangi, Tasikmalaya, Indonesia

⁴ Universitas Timor, Kefamenanu, Indonesia

E-mail: suryaregif@unimor.ac.id

ABSTRACT

Abstract: *This article uses library research. To get the data in this article, it is done through data collection, analysis, organization through previous research sources in the form of scientific articles, journals, books, websites about Electoral Malpractice Through Fake News in the POST-COVID19 Era Ahead of the 2024 Election. The findings in this article show the mobilization of Electoral Malpractice through fake news can easily get into the hands of the public for consumption as in the definition by Sarah Birch that manipulation of voter choices to control or change voter decisions. This is done in various ways (manipulative of choice), including spreading false news (hoax) through digital devices. Then it is concluded that there is a relationship between the development of information technology and the content of fake news or lies that are used as Electoral Malpractice. This phenomenon will form anxiety in the polarization of followers on social networks that change voting decisions. Although this method can have the impact of social conflict, this method is seen as more effective and efficient in covert campaigns. Apart from that, to tackle the spread of POST-COVID19 at the 2024 election, regulations and forms of assistance for health workers are needed at each location for democratic events.*

Keywords: *Electoral Malpractice, Fake News, POST-COVID19, Election 2024*

ABSTRAK

Abstrak: Artikel ini menggunakan studi kepustakaan (*library research*). Untuk mendapatkan data dalam artikel ini dilakukan melalui pengumpulan data, penganalisisan, pengorganisasian melalui sumber penelitian terdahulu berupa artikel ilmiah, jurnal, buku, *website* tentang *Electoral Malpractice* Melalui Berita Bohong Di Era POST-COVID19 Menjelang Pemilu 2024. Temuan dalam artikel ini menunjukkan mobilisasi *Electoral Malpractice* melalui berita bohong dapat dengan mudah sampai ke tangan publik untuk dikonsumsi seperti dalam pendefinisian oleh Sarah Birch bahwa manipulasi pilihan pemilih untuk mengontrol atau mengubah keputusan pemilih. Ini dilakukan dengan berbagai cara (*manipulatif of choice*) termasuk didalamnya adalah menyebarkan berita bohong (*hoax*) melalui perangkat digital. Maka ditarik simpulan bahwa terdapat keterkaitan hubungan antara perkembangan teknologi informasi dengan konten berita palsu atau bohong yang dimanfaatkan sebagai *Electoral Malpractice*. Fenomena ini akan membentuk kecemasan dalam polarisasi pengikut di jejaring sosial yang mengubah keputusan memilih. Meskipun cara ini dapat memberikan dampak konflik sosial namun cara ini dipandang lebih efektif dan efisien dalam kampanye terselubung. Selain daripada itu, untuk menanggulangi sebaran POST-COVID19 pada perhelatan pemilu 2024 diperlukan regulasi dan bentuk pendampingan tenaga kesehatan di setiap lokasi perhelatan demokrasi.

Kata Kunci: *Electoral Malpractice, Berita Bohong, POST-COVID19, Pemilu 2024*

PENDAHULUAN

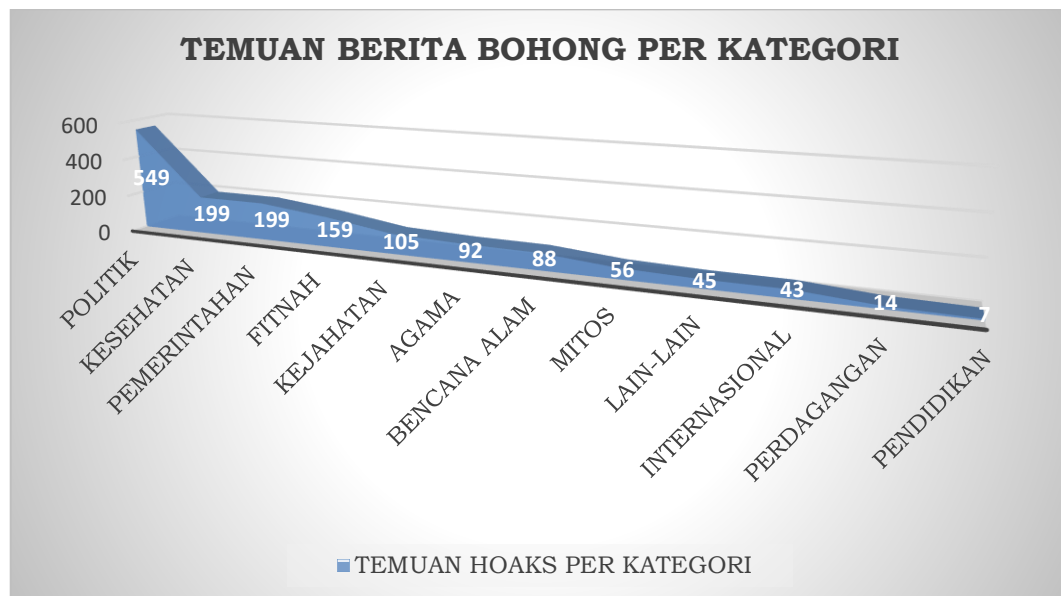
Pengungkapan oleh Sarah Birch (Pandapotan, & Fitriyah, 2017:6) yang mengelompokkan *Electoral Malpractice* dalam tiga kategori, antara lain: (1). Memanipulasi peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang pemilihan umum (*manipulation of election legal framework*). (2). Memanipulasi suara pemilih untuk mengontrol atau mengubah keputusan pemilih. Ini dilakukan dengan berbagai cara (*manipulatif of choice*). (3). Memanipulasi proses pemungutan suara hingga pengumuman hasil pemilihan umum (*manipulation of Election administration*). Pada poin kedua yang mengungkapkan berbagai cara untuk mengontrol atau mengubah keputusan pemilih. Salah satunya melalui kampanye hitam terselubung berupa berita bohong melalui akses digital informasi yang dapat mempengaruhi pilihan pemilih. Dalam beberapa studi menunjukkan bahwa media sosial digital *online* yang dihasilkan dari kemajuan teknologi memiliki pengaruh yang sangat signifikan sebagai sarana penyampaian kabar politik. Seperti studi mengenai kekuatan media sosial untuk mempengaruhi masyarakat didasarkan secara eksklusif pada aspek sosialnya dan itu dapat disampaikan melalui kampanye (Ardha, 2014:105), dari hasil tersebut menunjukkan bahwa media sosial sangat potensial sebagai sarana komunikasi politik (Budiyono, 2015:143), dengan kata lain bahwa media sosial telah mengganti peran pelaksana yang mendukung pelancaran komunikasi politik dalam bentuk kampanye kepada publik (Hayat et al., 2021:106).

Dalam perhelatan pesta demokrasi seperti pemilihan umum, akan selalu terjadi permasalahan klasik yang kerap hadir seperti kampanye hitam (*black campaign*) yang terselubung. Kampanye jenis ini memiliki arah dan tujuan menghilangkan karakter orang sebagai pesaing atau kompetitor pada pemilihan umum maupun pemilihan kepala daerah (Pamungkas & Arifin, 2019:25). Jika menggunakan akses digital, maka untuk menyerang lawan politik adalah dengan menggunakan perangkat informasi yang memuat isi pemberitaan berupa fitnah, hoax, atau tuduhan tanpa bukti sebagai amunisinya. Jenis kampanye hitam ini memiliki potensi konflik sosial horizontal atau bahkan disintegrasi bangsa (Rahmatunnisa, 2017:30).

Potensi itu tersedia dalam wujud penyebaran berita bohong mengenai keterpautan kondisi politik dengan kesehatan, politik dengan sosial, politik dengan ekonomi, politik dengan hukum, politik dengan keamanan, politik dengan agama, dan politik dengan adat ataupun dengan kebudayaan. Terbukanya celah kampanye hitam yang terselubung melalui penyesatan berita bohong sangat terbuka lebar. Terlebih, dimudahkannya dukungan perubahan pola komunikasi dari interaksi publik yang menggunakan aplikasi informasi dari media sosial berbasis ponsel pintar. Perubahan yang menghasilkan disrupsi teknologi digital merupakan fenomena yang menimbulkan perubahan pemahaman konvensional (Udayana, 2020:1). Secara keseluruhan telah memindahkan aktivitas publik kepada sistem digital, yang ditandai dengan lompatan perubahan kepada cara yang benar-benar baru, langsung, memiliki manfaat, dan efektif. Kondisi ini juga semakin diakselerasi oleh era POST-COVID19, yang membuat publik tidak begitu antusias mengakses fakta sebenarnya dilapangan akibat mudahnya akses kampanye hitam terselubung melalui media sosial digital *online* yang langsung diterima oleh publik dan diyakini menjadi suatu kebenaran. Antusias publik dalam perhelatan Pemilu di tengah pandemi POST-COVID19 cukup besar terlebih berita mengenai politik, yang dapat ditunjukkan pada ritme sebaran berita bohong yang dikonsumsi publik melalui media sosial digital *online*.

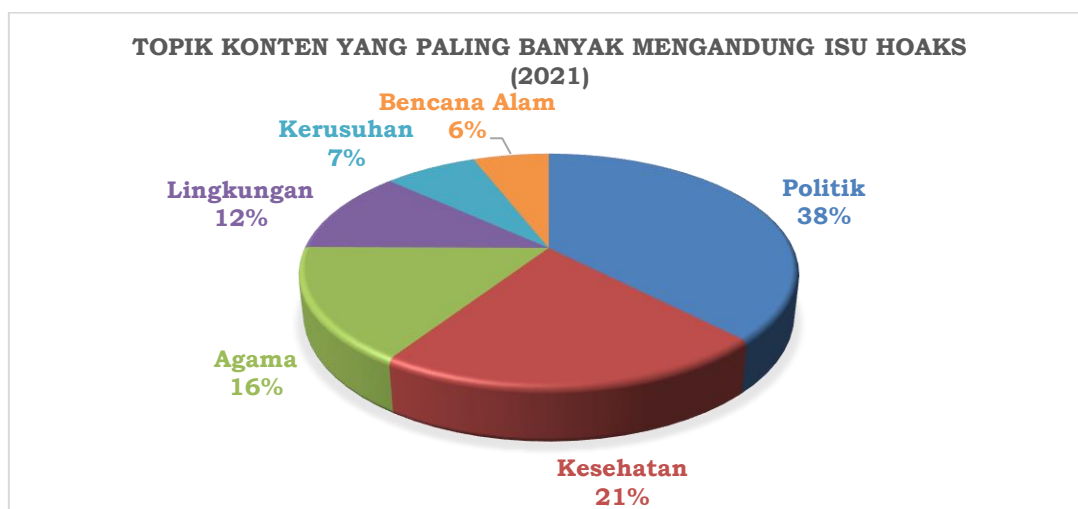
Ditahun 2020, bersumber dari Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (kominfo, 2022) telah merangkum berita bohong yang disebarakan melalui

media sosial digital *online* rentang waktu antara 2018-2019 yang menunjukkan peningkatan berita bohong menjelang Pemilu pada bulan April 2019. Berikut disajikan dalam diagram dibawah ini:



Gambar 2. Temuan Berita Bohong Per Kategori Rentang Tahun 2018-2019

Dari gambar ini dijelaskan bahwa Berita Bohong paling tinggi ada di kategori Politik sebesar 35%. Di tahun berikutnya data tersebut diperkuat oleh temuan Katadata pada periode 4-24 Oktober 2021 yang hampir tidak jauh berbeda dengan hasil ditahun yang lalu oleh Kemenkominfo, hal ini bisa dilihat melalui gambar dibawah ini berdasar dari survei *Katadata Insight Center* (KIC) yang berjudul “Status Literasi Digital Indonesia 2021”.



Gambar 2. Topik Konten yang Paling Banyak Mengandung Isu Hoaks (2021)

Dari Gambar diatas menunjukkan Politik masih menjadi topik yang paling dimanfaatkan untuk mendapatkan perhatian publik meski dalam situasi epidemi POST-COVID19. Hal ini dibuktikan sebesar 69,3% responden memberikan pernyataan politik sebagai topik yang paling banyak mengandung isu hoaks atau berita bohong pada 2021. Dari hasil

survei tersebut memberikan gambaran bahwa disrupsi teknologi digital pada era POST-COVID19 telah mengarahkan publik pada pengendalian sistem informasi digital ketimbang melakukan klarifikasi berita hoaks melalui keluarga terdekat atau mencari fakta sebenarnya dilapangan(databoks.katadata.co.id.,Rizaty,2022) Dari kajian mengenai *Electoral Malpractice* melalui Berita Bohong Di Era POST-COVID19 Menjelang Pemilu 2024 ditelaah melalui perspektif teori psikoanalisis (seu, 2013: 130) yang secara bersamaan disrupsi teknologi informasi terhadap psikodinamik memiliki dampak afektif (sikap dan nilai) dari publik terhadap proses penyampaian yang dinamis akan mengarahkan pada akses ke pikiran penerima informasi, analisis lebih lanjut akan menerjemahkan penerima informasi sebagai subyek konflik dan persepsi akan dipengaruhi oleh dinamika intra-psikis. Dampak psikoanalisis dalam artikel ini akan dikaitkan dalam pengelompokan *Electoral Malpractice* oleh sarah birch. Bahwa manipulasi suara pemilih dengan cara mengontrol atau mengubah keputusan pemilih dengan berbagai cara(*manipulatif of choice*) termasuk didalamnya dengan menggunakan berita bohong melalui media sosial digital *online*.

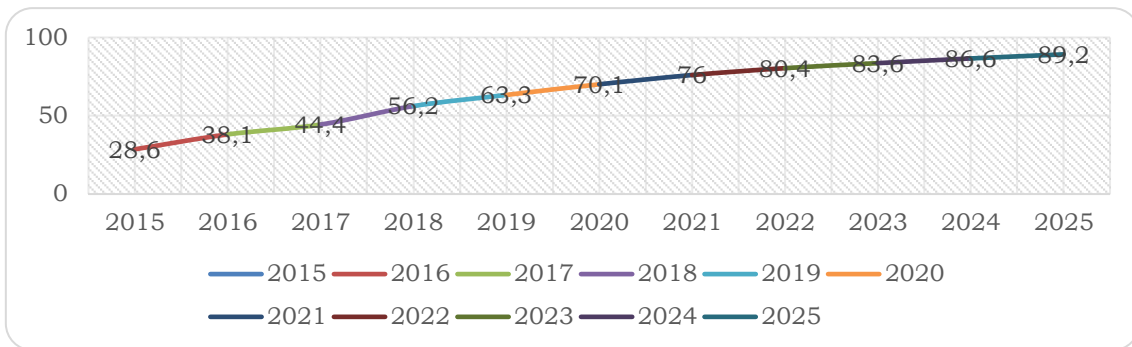
METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan studi kepustakaan (library research). Untuk mendapatkan data dalam artikel ini dilakukan melalui pengumpulan data, penganalisisan, pengorganisasian melalui sumber penelitian terdahulu berupa artikel ilmiah, jurnal, buku, *website* yang berkaitan dengan *Electoral Malpractice* Melalui Berita Bohong Di Era POST-COVID19 Menjelang Pemilu 2024. Peneliti akan menyajikan data-data melalui kajian pustaka dengan tujuan untuk menginformasikan kepada pembaca tentang hasil penelitian-penelitian lain yang memiliki keterkaitan erat dengan penelitian yang dilakukan pada momen itu, dengan menghubungkan penelitian-penelitian maupun literatur-literatur yang ada serta mengisi celah-celah yang terdapat pada penelitian-penelitian sebelumnya(Creswell, 2010).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Electoral Malpractice Melalui Psikodinamik Aktor Berita Bohong Pada Media Sosial Era Post-Covid19

Afektifnya masyarakat terhadap berita bohong pada media sosial merupakan permasalahan otoritas individu dalam membentuk moralitas yang mengatur budaya masyarakat dalam bermedia sosial digital *online*. Maka oleh Freud, otoritas individu tersebut dikatakan sebagai *Cyber-Superego*. Kehidupan psikis keseluruhan masyarakat pengguna teknologi informasi berasal dari sistem etika bawaan yang dianggap sebagai akal sehat yang diinvestasikan kedalam dunia demokrasi di ruang kapitalis yang memberikan tawaran-tawaran keinginan masing-masing individu. Perkembangan teknologi informasi memberikan efek disrupsi teknologi. Kemajuan teknologi yang dikemas dalam bentuk praktis telah memberikan jendela akses informasi dunia. Kemudahan tersebut telah mencakup kepada semua golongan umur, baik tua maupun muda. Potensi dukungan percepatan sistem informasi digital telah mengalami peningkatan. Hal ini berdasar pada penetrasi pengguna aplikasi *smartphone* hingga tahun 2025. Penetrasi tersebut terlihat pada grafik di bawah ini(Databooks.katadata, Pusparisa, 2022):



Gambar 4. Penetrasi Smartphone di Indonesia

Penetrasi *smartphone* yang diprediksi akan meningkat setiap tahun disebabkan oleh kebutuhan masyarakat itu sendiri. Prediksi besaran tingkat penetrasi penggunaan *smartphone* memberikan besaran peluang sebaran berita bohong politik dan pemilu. Penghentian maupun penjarangan hingga pemblokiran oleh pihak berwenang terhadap berita bohong di media sosial digital *online* belum cukup. Perlu ada pemutusan mata rantai yang lebih efektif terhadap penyebaran berita bohong politik dan pemilu pada media sosial digital *online*. Pada awalnya penggunaan adalah menyoal kebutuhan namun ketersediaan hiburan dalam fitur aplikasi media sosial digital *online* telah menggeser kebiasaan masyarakat dalam mengakses informasi dari yang tradisional kepada sistem digital. Walaupun masyarakat pengguna akses digital dimudahkan akan layanan informasi dan hiburan dari perangkat media sosial. Namun, tak secara instan memberikan jaminan kebenaran atas informasi yang diterima dan dikonsumsi oleh publik secara utuh. Pada bagian inilah yang menjadi arena penggunaan *Electoral Malpractice* melalui berita bohong terkait politik dan pemilu.

Akses media sosial digital *online* yang merupakan sebagai disrupsi teknologi memberikan peralihan kehidupan yang baru sehingga menjadi kebiasaan manusia normal era kekinian. Wujud baru ini dianggap sebagai bentuk yang baru dalam afektifnya (nilai dan sikap) masyarakat. Kebaharuan ini merupakan langkah dari modernisasi produk-produk layanan khususnya informasi berupa berita khususnya politik dan pemilu. Pada tahapan revolusi industri pertama, manusia masih menggunakan surat kabar atau selebaran sebagai pengantar berita maupun penyampai pesan meski fenomena alat komunikasi tradisional ini juga digunakan sebagai alat propaganda politik di eranya.

Pada tahapan revolusi industri kedua, manusia telah menemukan alat berupa radio, alat komunikasi telepon kawat atau telegram sinyal sebagai penyampai pesan. Begitu pula dengan berita, penggunaan radio juga menjadi alat propaganda tren negara-negara ketiga untuk menyampaikan ide nasionalisme mereka dari penjajahan. Dalam perjalanan revolusi industri kedua juga menghadirkan televisi hitam putih yang dijadikan sebagai fasilitas alat hiburan dan menjadi kebutuhan tersier kelak dikemudian hari.

Lompatan penggunaan alat propaganda dan penyampai berita juga dirasakan pada revolusi industri ketiga, berbagai macam penemuan yang menyediakan fasilitas pendukung modernisasi kebutuhan manusia, yang pada fase ini kebutuhan teknologi tersebut masuk kedalam tahap kebutuhan sekunder. Dari mulai televisi berwarna, mesin *mini pager*, telepon seluler non kabel yang menyediakan berbagai fitur komunikasi dan hiburan generasi digital pertama. Pada fase ini perambatan berita bohong mulai dipakai pada layanan teknologi tersebut. Hal ini seperti menunjukkan gambaran afektif dari masyarakat yang menerima paparan berita bohong.

Seperti contoh di Indonesia tahun 1970-an tersampainya pesan hoax atau berita bohong mengenai janin yang dapat berbicara. Berita bohong ini juga menjadi perhatian jajaran pemerintahan kala itu, hingga pada stasiun berita luar negeri juga meliputnya.

Namun, kemudian dapat diklarifikasi berita tersebut adalah bentuk manipulasi. Kemudian tahun 2002 isu mengenai penemuan harta karun Prabu siliwangi yang dikatakan dapat melunasi hutang luar negeri Indonesia, dan pemerintah kala itu melakukan penggalian namun hasilnya nihil yang tidak lama kemudian pencarian dihentikan dan dianggap manipulasi. Kemudian ditahun 2008 tentang penemuan *Blue Energy* yang menggunakan air sebagai bahan bakar yang kemudian di respon oleh pemerintah. Namun, pada akhirnya itu juga merupakan bentuk manipulasi hingga kerugian mencapai 10 milyar rupiah. Kemudian di tahun 2016 mengenai masuknya tenaga asing sebagai pekerja di Indonesia yang mencapai 75 ribu orang namun setelah di cari kebenarannya hanya 21 ribu orang yang bekerja sebagai tenaga kerja asing yang berasal dari Tiongkok.

Dimasa penggunaan telepon seluler pertama, masyarakat penggunaanya telah menggunakan *short message service* atau dikenal sebagai SMS. Pada layanan ini juga tidak luput dari sasaran berita bohong, seperti penyampaian pesan untuk kesemua pengguna yang wajib disebar dan apabila tidak disebar maka ada konsekuensi yang memberi ruang kekhawatiran ketika orang awam membacanya. Pesan maupun propaganda itu akan semakin kuat menjelang titik krusial perhelatan pesta demokrasi seperti pemilu ataupun pilkada. Dari awal penggunaan media sosial digital *online* seperti *facebook* atau *Instagram* dan lain sebagainya, yang hingga sampai pada saat ini penyampaian berita bohong masih berseliweran didalamnya dengan tema yang sama.

Konten berita palsu menjadi komoditi yang paling menyita perhatian publik pada media sosial digital *online*. Pada era perkembangan revolusi industri keempat masyarakat lebih mudah mendapatkan akses hiburan dengan adanya selular pintar atau dikenal sebagai *android*. Dengan spesifikasi kemudahan fitur yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari dapat dibawa dalam saku dan digenggam oleh tangan. Disrupsi teknologi tersebut membawa akses publik kepada satu ruang digital yang seharusnya dapat memberikan kemudahan mobilisasi seperti urusan pekerjaan, keluarga, jaminan hidup, ataupun hiburan. Produk privasi tersebut yang pada akhirnya menjadi kebutuhan primer manusia hingga bangun tidurpun anda akan mencari perangkat tersebut. Terlebih pada suasana umum, individu yang sudah terbentuk sikap dan nilai dari disrupsi teknologi akan merasa canggung apabila tidak membawa perangkat tersebut. Pada posisi ini, ketika perangkat media sosial menjadi bagian yang tidak terpisahkan, maka *Electoral Malpractice* akan sangat mudah memberikan pengaruh kepada perspektif publik mengenai gambaran maupun pilihan politik yang menjadi wujud afektifnya.

Kelangsungan berita bohong berisikan politik akan senantiasa dikemas dalam bentuk yang sangat menarik. Pemberitaan seperti disinformasi politik dan pemilu akan selalu menjadi viral. Terlebih ketika momen tersebut diperhatikan pada tahap awal peristiwa politik dan pemilu yang terkait. Disaat mayoritas publik menelaah peristiwa tersebut dengan sajian disinformasi politik dan pemilu tanpa ada analisis berdasar pada fakta, maka disitu pula keringkasan berita bohong telah tersampaikan. Bentuk-bentuk penyampaian dapat berupa potongan tanpa utuh bahkan kebanyakan sudah di sadur ataupun edit. Publik tidak ingin menyita waktu hanya karena membaca fakta namun lebih memilih keringkasan berita sesuai dengan ketertarikan judul bacaan. Sering juga kita temukan pada media sosial digital *online*, isi maupun tampilan media tidak sesuai dengan judul. Gambaran tersebut tak ubahnya seperti pemberitaan *Hydrocephalus* atau lebih dikenal judul yang besar tapi isi pemberitaan yang tidak berbobot bahkan menyesatkan. Disinformasi seperti ini tidak dapat menawarkan apapun selain pembentukan sikap antipati pada pemberitaan *mainstream* di media digital. Oleh Beata Martin-Rozumiłowicz and Rast'o Kužel (Robi Cahyadi, 2021:104) Beberapa kelangsungan berita bohong secara fundamental disebut sebagai *Information Disorder* terbagi dari beberapa penjelasan

antara lain: (1) *Dis informasi* yakni informasi palsu atau menyesatkan yang dibuat atau disebarluaskan dengan maksud untuk menyebabkan bahaya atau menguntungkan pelaku. Niat tersebut untuk menyebabkan bahaya dapat diarahkan ke individu seperti halnya lawan politik, kelompok yang berlatar belakang agama, ras, suku dan budaya, institusi seperti penyelenggara Pemilu, atau proses maupun tahapan pemilihan umum. (2) *Mal informasi* yakni informasi akurat yang dibagikan dengan maksud untuk membahayakan atau menguntungkan pelaku, seringkali dengan informasi pribadi ke ruang publik biasanya ini menyerang pribadi calon legislatif atau calon presiden, gubernur, bupati/walikota. (3) *Mis informasi* adalah kesalahan atau menyesatkan informasi yang dibagikan tanpa maksud menyebabkan bahaya atau kesadaran bahwa itu salah dalam beberapa kasus, aktor dapat tanpa sadar membiarkan penyebaran dis informasi dengan berbagi konten yang diyakini akurat di antara jaringan sosial. (4) Aktor tidak autentik adalah individu atau organisasi yang bekerja untuk menyesatkan orang lain tentang siapa mereka atau apa yang mereka lakukan.

Kemanfaatan situasi kekalutan yang diakibatkan oleh para pelaku akan merekomendasikan pilihan melalui sudut pandang publik baik berupa sikap dan nilai yang bermuara pada pilihan politiknya. Hal ini disebabkan para pelaku telah mengisi ruang kosong dari informasi dan pengetahuan pada media sosial digital *online* yang efeknya menimbulkan gelembung-gelembung rumor ditengah masyarakat. Penyesatan informasi yang disebarkan oleh para pelaku hanya memberikan keuntungan buat pelaku. Bahwa kemanfaatan rumor yang beredar di tengah masyarakat akan seketika meluas dan menekan ketidakpastian terkait peristiwa sebaran berita bohong yang menjadi rumor yang akan memunculkan konteks ambiguitas, bahaya, atau potensi ancaman sehingga resiko tersebut adalah konsekuensi keuntungan dari para pelaku.

Ditinjau dari keefektifan media sosial digital *online* bahwa munculnya teknologi media sosial telah memfasilitasi perkembangan yang paling signifikan pada psikologi publik yang disebut dengan *superego*. Disrupsi media sosial digital *online* dapat diinterpretasikan ke dalam hubungan maupun dimensi psikoanalitik yang menguraikan jaringan psikososial sebagaimana yang diungkapkan juga oleh Freud (Dick & McLaughlan, 2020:65-66) bahwa penggunaan media sosial digital *online* seperti *Facebook* atau *Instagram* dan lain sebagainya mengungkap instrumen-instrumen tersebut sebagai formasi neoliberal. Ini menguatkan perkembangan interaksi masyarakat kapitalisme pada era digital dengan wujud berita bohong politik dan pemilu sebagai salah satu produk yang dikonsumsi dan menjadi kepuasan sebagian konsumen yang membutuhkannya. Seperti halnya minuman keras bagi sebagian orang itu dilarang dan menimbulkan kecemasan namun disisi lain minuman keras itu dibutuhkan untuk keinginan dan kepuasan orang. Keefektifan produk itu dilihat dari seberapa pengaruh produk tersebut memberikan daya ingatan bagi pembacanya. Berita Bohong politik dan pemilu pada media sosial digital *online* bukan bernilai isian saja namun seberapa ringkas dan efektif produk tersebut melekat dalam ingatan publik sehingga dapat memberikan sikap dan nilai.

Electoral Malpractice melalui berita bohong yang menggunakan fitur layanan media sosial digital *online* membentuk polarisasi politik di tengah masyarakat. Aktivitas semacam ini akan berpengaruh terhadap kualitas demokrasi. Pada era industri digital saat ini media sosial digunakan sebagai instrumen utama dalam meraih simpati maupun meningkatkan partisipasi politik di pemilihan umum. Namun secara bersamaan, Persepsi masyarakat sebagai calon pemilih dapat mudah diarahkan untuk dimobilisasi dan membentuk hiperpartisan politik yang telah disesatkan melalui informasi palsu atau berita bohong mengenai politik dan pemilu. Afektif diperkuat oleh identitas sosial sebab telah menjadi kekhususan dan keistimewaan identitas sosial yang berkelompok, partisipan dan ideologi yang sama. Polarisasi yang dihasilkan dari penyampaian berita bohong melalui

media sosial dapat menciptakan kemarahan, antusiasme, maupun tindakan berwujud pada afektifnya para pemilih kelak menjelang Pemilu 2024. *Electoral Malpractice* yang dilakukan dengan cara berbohong ataupun sedang menggambarkan "realitas pilihan" pemilih pada media sosial digital *online*. Sebenarnya susah untuk dideteksi kebenarannya karena sudah mengenyampingkan atau menghilangkan fakta yang sebenarnya dengan melakukan *equivocation* yakni merubah makna sesesungguhnya.

Dalam menyoroiti kemampuan *Electoral Malpractice* yang memanipulasi fakta untuk mengubah pilihan pemilih melalui mode komunikasi modern. Manipulasi ini merupakan fenomena dis-informasi dan mal-informasi sebagai penyakit sosio-teknologi dengan proporsi epidemi (Rubin, 2019). Sistem interkonektivitas yang telah mengubah hubungan dan komunikasi antar individu dalam dunia digital telah diinstrumentasikan namun tidak bermuatan moral. Oleh karena berita bohong politik dan pemilu yang akhirnya ditujukan sebagai tujuan afektif pada politik dan pemilu. Perlu untuk mengetahui siapa, apa dan bagaimana para pelaku menyampaikan berita bohong seputar politik dan kepemiluan. Berikut disajikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 1. Penyampaian Berita Bohong

Istilah	Aktor	Konten
Troll Internet	Dapat berupa individu pengguna Platform Internet (Hiperpartisan), masyarakat biasa, politisi maupun elit politik.	Pelecehan, provokasi, atau intimidasi orang lain, kecenderungan pengalih perhatian dan menanam bibit perselisihan.
Aktor Tidak Autentik	Individual atau Organisasi yang dibayar	Penyebaran propaganda, berupa berita dan informasi politik dan kepemiluan yang terkonspirasi dengan pemberian gambaran info dan berita yang terpercaya, seperti penyajian konten atau komentar palsu namun meyakinkan tetapi sebenarnya tidak.

Para aktor *electoral malpractice* yang bermain melalui berita bohong melalui Postingan konten berupa foto, media video dan teks yang akan disukai publik lalu dibagikan kepada jaringan 'teman' dan 'pengikut' yang terus berkembang meski tampak normal namun sebenarnya itu adalah sistem algoritmik berkepanjangan. Pencitraan terhadap objek yang dibentuk dari komodifikasi dengan mereproduksi konsepsi sebagai daya tarik merk, simbol, ciptaan apa yang diproduksi. Pemasaran berita bohong politik dan pemilu yang disebarkan mengharapakan keuntungan langsung atau tidak langsung dalam bentuk sikap dan nilai, yang mempengaruhi budaya dan sosial. Kondisi perilaku pengguna melalui platform media sosial digital *online* telah mengkonstruksi relasi baru baik dengan diri sendiri maupun dengan orang lain. Apabila dilirik dari sudut pandang perubahan cepat neoliberal khususnya teknologi informasi sangat berdampak pada pergeseran manusia dari *homo politicus* ke bentuk historis *homo oeconomicus* yang dipahami manusia sebagai modal, yang berusaha memperkuat posisi kompetitifnya dan mempertahankan nilai dan sikapnya pada teknologi untuk menggambarkan kapitalisasi diri dengan menjual berita bohong politik dan pemilu dengan semata-mata mendapatkan keuntungan dan tidak mempedulikan hal tersebut menjadi apa kelak nantinya.

Afektifnya publik terhadap berita bohong politik dan pemilu melalui media sosial digital *online* menimbulkan mis-persepsi yang menyebabkan bahaya pada individu, kelompok, institusi, atau proses. Seperti contoh tren pertama dalam penyampaian *electoral malpractice* melalui berita bohong yang menyerang individu di tahun 2019 yang lalu adalah berita bohong mengenai kedua calon presiden membawa latar belakang ideologi yang terlarang dan fundamentalis hingga kepada siapa sosok keluarga masing-masing. Tren kedua dalam penyampaian *electoral malpractice* melalui berita bohong yang menyerang kelompok kepentingan adalah latar belakang aliran keagamaan. Tren ketiga dalam penyampaian *electoral malpractice* melalui berita bohong yang menyerang institusi penyelenggara adalah berita bohong mengenai bentuk ketimpangan dan dukungan terhadap salah satu calon. Tren keempat dalam penyampaian *electoral malpractice* melalui berita bohong yang menyerang proses berupa penyampaian berita ke-tidak-sah-an proses, baik dari pelaksanaan, instrumen-instrumen pemungutan suara menjelang pemilu.

Disaat *electoral malpractice* menggunakan fitur media sosial digital *online* sebagai wadah menyebarkan berita bohong politik dan pemilu maka disaat itu pula terbangun komunikasi politik yang tersebar diantara masyarakat yang terpapar berita bohong. Akses tersebut sangat mudah dijangkau oleh masyarakat yang menggunakan perangkat digital. Kondisi seperti yang dimaksudkan mempunyai kecenderungan memberikan pengaruh kuat. Dampak dinamika yang berkelanjutan memberikan afektif dalam mis-persepsi publik mengenai pemberitaan yang menyangkut politik dan pemilu agar dibuat se-sensitif mungkin dan selalu berulang dalam kemasan yang berbeda namun isi tetap sama. Argumentasi ini akan dimasukkan dalam nuansa emosional konflik individu yang berpeluang membuka konflik sosial yang lebih luas.

Semakin interaktifnya komunikasi politik pada media sosial digital *online* dalam menyampaikan gaya berita bohong politik dan pemilu akan meningkatkan ketertarikan publik dalam penggunaan media sosial *online* yang memberikan suasana ramai berita bohong politik dan pemilu yang di beritakan. Isi berita sedemikian rupa diracik dan disajikan dalam platform media sosial *online* yang tidak kalah seru dengan pemberitaan oleh konvensional seperti surat kabar atau televisi. Keterkaitan politik dengan bencana yang membawa pesan agama, konflik sosial yang disisip dengan keidentikan adat dan budaya, hal semacam ini menjadi komoditi inti berita bohong melalui media sosial digital *online* yang muncul secara intensif terutama pada momen-momen perhelatan demokrasi. Konstruktif afektif publik yang terpapar berita bohong akan terganggu garis pemahaman tentang fakta maupun kebenaran yang disampaikan. Alih-alih menemukan berita berdasar fakta, justru publik menerima berita bohong dan ikut secara emosional mengenai informasi yang diterima meskipun peristiwa itu menjadi predisposisi mis-persepsi masyarakat.

Penggunaan media sosial digital *online* oleh *electoral malpractice* memasuki tiga ruang yang dianggap sebagai komunikasi politik kekinian sebagai imbas perubahan cepat teknologi informasi, yakni: ruang interaksi, ruang instrumen, dan ruang orientasi. Ruang interaksi oleh *Electoral malpractice* melalui berita bohong politik dan pemilu ini akan memantik interaksi dalam afektifnya pengguna media sosial digital *online* terhadap fenomena politik terutama berkaitan dengan pemilu. Ruang instrumen oleh *Electoral malpractice* dalam menyampaikan berita bohong politik dan pemilu pada media sosial digital *online* menggunakan fasilitas fitur dan Platform media sosial *online*. Sedangkan ruang orientasi menyangkut soal afektif dan ketepatan sasaran informasi yang disampaikan melalui media sosial *online* yang konsumsi oleh publik.

Fakta bahwa *electoral malpractice* disinformasi *online* dapat mengakibatkan implikasi praktis ditengah masyarakat, argumen ini terkait wacana pada platform media sosial

online yang mereka distorsi dengan mencampurkan potongan gambar, video dengan cerita politik yang dimanipulatif untuk meningkatkan perhatian publik terutama menjelang proses pemilu. Ujaran kebencian melalui media sosial *online* seperti Facebook, Instagram, Twitter dan YouTube dan lain sebagainya. Mendefinisikan *Electoral Malpractice* melalui kampanye hitam melalui media sosial digital *online* sebagai serangan disinformasi yang memiliki pengaruh sebagai propaganda yang berorientasi konflik tetapi konten sebenarnya tidak realistis. Pada prinsipnya, ini bisa menjadi praktik yang berbahaya dan cenderung memecah belah bangsa. Tidak menutup kemungkinan kampanye dis-informasi dan mis-informasi adalah campur tangan langsung yang dilakukan oleh tokoh politik yang sebenarnya hanya untuk meraup suara dalam pemilu. Meskipun muatan yang disampaikan berupa isu-isu politik yang berkaitan dengan media sosial agak berbeda dan kurang spesifik. Media sosial *online* yang bersifat interaktif, penggunaan melalui teknologi digital, *online*, dan praktis membuat publik akan terdorong dan bereaksi atas konten yang disampaikan. Konten berita bohong akan selalu mempengaruhi peningkatan aktivitas publik di media sosial, termasuk selama kampanye, penentuan, pemilihan suara dan memungkinkan para politisi berkesempatan menyampaikan pesan yang dibuat dalam pemberitaan bermuatan politik pada media sosial *online* langsung kepada pemilih. Perlu diketahui bahwa sifat komunikasi politik melalui media sosial *online*, akan sangat berbeda karena tidak menerapkan prinsip yang sama pada media tradisional seperti surat kabar, majalah, radio atau televisi selama proses perhelatan demokrasi berjalan. Selain daripada itu juga, sebagian besar penyampaian berita bohong melalui media sosial digital *online* menggunakan lingkup transnasional yang dapat saja menyatut isu global yang tidak ada substansinya sama sekali dengan pokok permasalahan yang sebenarnya dan penerima berita dari media sosial digital *online* senantiasa mempredisposisikan diri pada hal-hal yang demikian akhirnya menjadi suatu kebiasaan.

Lebih jauh lagi *Electoral Malpractice* melalui berita bohong politik dan pemilu dapat mempengaruhi atau merubah afektifnya para pemilih menjelang pemilihan umum selama masa pandemi POST-COVID19, seiring dengan itu pula terdapat unsur dalam sirkulasi *Electoral Malpractice* melalui berita bohong politik dan kepemiluan menjadi beberapa bagian yakni: (1). Hiperpartisan, melebarkan arena konflik politik dalam dunia maya kepada kehidupan sosial di tengah masyarakat. Melalui cara penyebaran mis-informasi maupun dis-informasi berupa berita bohong politik dan pemilu secara berkesinambungan untuk diterima oleh masyarakat penerima informasi politik dan pemilu pada media sosial *online*. Hiperpartisan lebih cenderung sebagai agitator melalui penyampaian berita politik dan pemilu yang sama sekali tidak memiliki keakuratan dan lebih condong memperkeruh suasana untuk memuaskan keinginan atas berbagai keinginan mereka. Cara berkomunikasi melalui media sosial *online* merupakan tempat paling nyaman bagi para pelaku. Mudah untuk mendapatkan informasi yang menyesatkan pada media sosial *online*. Seperti apa yang disampaikan sebelumnya bahwa terdapat sistem algoritmik berkelanjutan. Apabila publik pengguna media sosial *online*, meng-klik salah satu akun atau sering membaca mis-informasi dan dis-informasi politik maupun pemilu maka akan memunculkan akun-akun maupun sumber berita yang memiliki keterpautan dengan akun awal yang di-klik sebelumnya.

Pengambilan paksa dari psikososial publik pengguna media sosial *online* telah mengesampingkan fungsi dan kegunaan sebenarnya dari media sosial tersebut. Melalui penggunaan propaganda yang terus berulang dan dipersonifikasi dengan penggambaran “siapa dan apa”. Situasi ini begitu tampak sebagai pemisah antara kawan dan lawan, dengan pemberian label “kita dan mereka”. Benturan-benturan dalam pemberitaan

bohong selalu dihadirkan dalam terpautnya sejarah bangsa. Seperti isu kebangkitan komunisme, kebangkitan paham radikal lainnya yang dikaitkan dengan permasalahan dis-integrasi bangsa yang sebenarnya tidak masuk akal sama sekali. Pemberitaan konflik-konflik kesejarahan baik itu politik, sosial dan agama selalu dipakai dan dilekatkan pada pihak-pihak yang masuk dalam persaingan perebutan kekuasaan semacam pemilu. Agitator juga membangun isu-isu kepentingan dengan pihak yang tidak ada sangkut pautnya sebagai pihak yang dianggap menjadi bakal lawan politik atau pihak yang berseteru dengan cara mengadu domba satu dengan yang lain. Hal ini akan mengundang ketertarikan dan perhatian dalam skala emosi sehingga secara konsisten agitator akan melakukan dehumanisasi dengan pemberian atribut label “musuh rakyat” kepada individu, kelompok, institusi dan proses pemilu. (2). Difusi Komunitas kepercayaan, sering digunakan oleh ahli teori konspirasi pada *Electoral Malpractice* dalam menarik perhatian agar mendapat simpati dari mayoritas pemeluk kepercayaan meskipun penyampaian konten merupakan berita bohong. Konten kontroversial berlandaskan agama akan dimanfaatkan oleh aktor yang kemudian akan dibagikan kepada pengguna media sosial *online* agar terbangun persepsi emosional terhadap situasi politik dan pemilu ketimbang fakta dan data. (3). *Bot*, kerap digunakan untuk menyebarkan pesan otomatis dan lebih dimungkinkan untuk mendistribusikan kepada jejaring media sosial *online*. Pada media sosial *online* melalui manipulasi, dengan pembelian, atau pemalsuan agar dapat memberikan kesan bahwa berita bohong mengenai politik dan pemilu tersebut mewakili suatu kebenaran namun tidak sama sekali. Agenda politik seperti ideologi yang terbelah dapat dimanipulasi sebagai asli atau otentik padahal sebenarnya ini tidak terjadi alias palsu (Howard, et.al., 2017:1-5). Itulah mengapa dalam proses demokrasi pada era kemajuan teknologi informasi disebutkan oleh Freud dalam psikodinamik sebagai perpindahan identitas diri dari manusia politik menuju manusia ekonomi, fakta tidak menjadi nilai moral sebab tujuan manusia hanya keuntungan dan keinginan atas nafsu maka realitas fakta tidak dapat dibangun untuk mengimbangi berita bohong.

Kegilaan mengenai ide-ide yang muncul melalui media sosial digital, bentuk-bentuk kebohongan, hingga kepada konspirasional potongan-potongan gambar, foto, video dan lain sebagainya menyebar lebih cepat ketimbang fakta karena isian lebih menarik perhatian dan keinginan publik. Sangat sulit untuk menerjemahkan proses demokrasi melalui media sosial digital *online* karena semua orang yang berpartisipasi dalam bermedia sosial *online* tidak dipastikan wujud ataupun ke-autentikannya. (4). *Audio visual Sympathic* dalam penyebaran pesan berita bohong politik dan pemilu yang didukung oleh pemolesan maupun arah pikir yang sengaja dimunculkan untuk memberikan persepsi afektif berdasarkan audio visual melalui efek lagu maupun musik yang memantik rasa simpati.

Terpaparnya pengguna media sosial digital *online* oleh produksi retorika yang dilakukan oleh narasi pelaku *Electoral Malpractice* melalui berita bohong menunjukkan cara mereka membangun opini di tengah masyarakat tanpa afektif objektif dan rasional, disadari ataupun tidak publik telah menggambarkan posisi moral mereka dalam menggunakan media sosial tersebut. Penambahan kompleksitas pada etika dan moral politik meski dianggap memenuhi normatifnya netizen dalam berpendapat. Walaupun fokus sebenarnya adalah emosional muatan peristiwa politik tertentu sehingga mendorong orang untuk merespons secara proaktif, yang menyebabkan pertimbangan 'intensitas optimal' emosi untuk efek itu. Sedangkan beberapa publik tampak didorong oleh keinginan untuk mengalihkan penderitaan pribadi melalui media sosial digital *online*. Reaksi reparatif dan berulang yang diinginkan oleh pelaku penyebaran berita bohong terhadap yang direfleksikan oleh publik. Bentuk refleksi dapat berupa komentar, dan argumen-argumen didalamnya termasuk didalamnya komentar pengguna yang tidak

bertanggung jawab. Komunikasi melalui media sosial digital *online* kelihatan lebih efisien dibanding media tradisional lainnya meskipun begitu media sosial digital tersebut memiliki tingkat kerentanan berupa dis-informasi yang dapat menyebar dengan cepat dan mengarah pada efek yang tidak terkendali dan tidak diinginkan. Oleh karena itu, tidak hanya ada risiko bahwa publik pengguna menjadi tersesat dalam luasnya data dan informasi oleh media sosial digital *online*, semakin jauh publik menikmati berita bohong maka sejauh itu penyesatan terjadi di data dan informasi yang bahkan tidak berhubungan sama sekali.

KESIMPULAN

Maka ditarik simpulan bahwa terdapat keterkaitan hubungan antara perkembangan teknologi informasi dengan konten berita palsu atau bohong yang dimanfaatkan sebagai *Electoral Malpractice*. Hal ini dicerminkan melalui refleksi disrupsi teknologi yang mentransformasi budaya literasi digital khususnya dalam memperoleh informasi politik dan pemilu dari konvensional kepada digital. Terciptanya ruang baru bagi penyampai pesan politik ataupun komunikasi politik yang awalnya bersifat tatap muka kini berpindah pada media sosial digital *online*. Tidak hanya cara menyampaikan pesan politik yang baik namun hal ini juga membawa serta sisi negatif dari berbagai macam cara dalam mendapatkan suara pemilih termasuk didalamnya adalah kampanye hitam. Hal ini juga menjadi ruang yang sangat luas bagi pelaku utama dalam media sosial digital *online* karena pelaku utama *electoral malpractice* melalui berita bohong sangat sulit untuk ditebak dan dilacak keberadaannya ketimbang pelaku penyebaran berita bohong secara konvensional. Fenomena berita bohong politik dan pemilu akan membentuk kecemasan dalam polarisasi pengikut di jejaring sosial yang mengubah keputusan memilih. Sebab cara yang digunakan selalu menggunakan psiko-dinamik individu maupun publik awam secara umum yang akhirnya membentuk afektif (sikap dan nilai) dari penerima pesan politik yakni publik itu sendiri. Seperti isu politik dengan agama, isu politik dengan sosial, isu politik dengan adat, isu politik dengan budaya, isu politik dengan penyelenggaraan pemilu dan lain sebagainya yang dikait-kaitkan dengan resiko yang tidak masuk akal dan dikemas secara berulang dan simultan namun isi tetap sama. *Electoral malpractice* melalui penyebaran berita bohong mengenai politik dan pemilu dipastikan akan semakin meningkat menjelang pemilu 2024, situasi ini selalu menjadi proses dalam demokrasi ditengah disrupsi teknologi dan informasi. Seperti juga apa yang disampaikan oleh Freud bahwa fase ini adalah bentuk dari orientasi keuntungan manusia politik ke manusia ekonomi yang menjual politik, agama, sosial, adat dan budaya bahkan manusia itu sendiri pun dijual melalui teknologi untuk meraup keuntungan. Tentu, kekhawatiran ini bukan saja mengganggu dan mengubah cara publik dalam menentukan pilihan namun lebih jauh memberi ancaman tentang dis-integrasi bangsa karena konten bermuatan perpecahan. Meskipun cara ini dapat memberikan dampak konflik sosial namun cara ini dipandang lebih efektif dan efisien dalam kampanye hitam terselubung khususnya kampanye hitam karena langsung diterima oleh pengguna dibanding dengan cara konvensional dan berbiaya tinggi yang harus mengumpulkan orang dalam suatu tempat untuk melakukan kampanye.

Oleh sebab itu, penulis memberikan saran terhadap kesimpulan diatas dengan mengurai bentuk *electoral malpractice* melalui berita bohong politik dan pemilu seperti dis-informasi, mal-informasi dan mis-informasi pada era POST-COVID19 menunjukkan tiga faktor penentu pada media sosial digital *online*: Aktor, Publik dan Media sosial digital *online*. Gambaran hubungan segitiga yang memiliki fungsi dan peran yang berbeda namun secara spesifik memiliki efek gabungan yang diinginkan dalam bentuk sinergitas

tiga faktor penentu tersebut. Atas penguraian ini, penulis memberikan saran yang bertujuan sebagai pencegahan maupun deteksi dini dari *Electoral Malpractice* melalui berita bohong: (1) pengidentifikasian otomatis diperlukan sebagai antisipasi *item* yang mengandung berbagai berita palsu maupun akun palsu yang melibatkan platform media sosial serta kewaspadaan publik di media sosial *online* yang tidak ragu untuk mengungkap, menghentikan dan mengendalikan aktor penyebar epidemi berita bohong melalui dis, mal, mis-informasi. (2) adanya upaya dalam bentuk literasi digital mengenai pemilu dan kepemiluan yang lebih terpadu dalam kampanye pendidikan politik oleh KPU maupun penyelenggara pemilu lainnya dengan menggandeng pendidikan tinggi sebagai wujud proaktif dalam memberikan pengetahuan kepada masyarakat umum agar menciptakan masyarakat “cerdas bermedia sosial” sehingga masyarakat memiliki pengetahuan kritis atas pemberitaan melalui media sosial digital *online*. (3) diperlukan peraturan perundang-undangan mengenai penyampaian berita politik pada media sosial digital *online* agar menciptakan ruang yang kondusif pemberitaan yang sesuai dengan fakta dan terhindar dari tujuan jangka pendek para aktor yang hanya ingin mendapatkan keuntungan dengan mengorbankan bangsa, negara dan demokrasi, terlebih pada kepentingan publik. (4) diperlukan model konseptual dalam bentuk kurikulum pendidikan dari tingkat dasar hingga perguruan tinggi untuk membekali generasi bangsa agar tidak mudah terpapar berita bohong yang disebar melalui perangkat teknologi ataupun sumber konvensional lainnya. (5) hadirnya akses taman baca “melek pemilu dan kepemiluan” bagi umum di setiap kantor penyelenggara pemilu baik pusat maupun daerah yang berisikan jurnalisme dan komunikasi politik, psikologi interpersonal publik dan studi media digital internet, sosiologi dan serangkaian intervensi komprehensif untuk penghentian *Electoral Malpractice* melalui berita bohong di media sosial digital *online*. (6) Selain daripada itu, untuk menanggulangi sebaran POST-COVID19 pada perhelatan pemilu 2024 diperlukan regulasi yang telah disosialisasikan mengenai teknis protokol kesehatan dan bentuk pendampingan tenaga kesehatan di setiap lokasi perhelatan demokrasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardha (2014). *Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 Di Indonesia*. 13(01) 105-120.
- Budiyono,(2015)*Fenomena Komunikasi Politik dalam Media Sosial Political Communication Phenomenon in Social Media*. Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika Yogyakarta. 17(2). 143-160
- Cahyadi, et.al.(2021). *PILKADA DI MASA PANDEMI: Tantangan dan Harapan Dari Beragam Perspektif*, Bandar Lampung:Aura Publishing. 106.
- Dick & Mclaughlan(2020),*Late Capitalist Freud in Literary, Cultural, and Political Theory*, Palgrave Macmillan, Switzerland, <https://doi.org/10.1007/978-3-030-47194-1>.
- Hayat, et.al(2021),*Peran Media Sosial Dalam Komunikasi Politik, Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(1). 106.
<https://POST.go.id/peta-sebaran>.
- Howard, Philip N. et.al.(2017). “*Junk News and Bots during the US Election: What Were Michigan Voters Sharing Over Twitter?*.” Project on Computational Propaganda.
- Kominfo.go.id (2022),*laporan isu hoaks*
- Pamungkas & Arifin(2019),*Demokrasi Dan Kampanye Hitam Dalam Penyelenggaraan Pemilihan Umum Di Indonesia (Analisis Atas Black Campaign Dan Negative Campaign)*, Diktum: Jurnal syariah dan Hukum,17(1).25.

- Pandapotan, C.P. & Fitriyah (2019), *Malapraktik Dalam Penyelenggaraan Pemilihan Umum Kepala Daerah (Studi Kasus: Pemilihan Gubernur Provinsi DKI Jakarta Tahun 2017)*, Journal of Politic and Government Studies, 8(02), 141-150.
- Pusparisa(2022), *Pengguna Smartphone diperkirakan Mencapai 89% Populasi pada 2025*. <https://databooks.katadata.com>.
- Rahmatunnisa, Mudiwati(2017), *Mengapa Integritas Pemilu Penting?*, Jurnal Bawaslu, 3(1),1.
- Rizaty(2022)*Survei KIC: Konten Politik Paling Banyak Mengandung Isu Hoaks*. <https://databoks.katadata.co.id>
- Rubin(2019)*(Disinformation and misinformation triangle: A conceptual model for “fake news” epidemic, causal factors and interventions* ,Journal of Documentation V, 75(5) 1013-1034.
- Seu, Irene Bruna(2013)., *Passivity Generation, Human Rights and Everyday Morality, Study in The Psychosocial*, PALGRAVE MACMILLAN; Saffron House, 6–10 Kirby Street, London EC1N 8TS.
- Udayana (2020), *Disrupsi Teknologi Digital: Tumbuh Kembangnya Industri Kreatif Berbasis Budaya*. SEMINAR NASIONAL ENVISI 2020 : INDUSTRI KREATIF. 1.