

***SOCIALIZATION OF BLACK CAMPAIGN PREVENTION ON SOCIAL MEDIA
FOR GENERATION Z IN FACING THE 2024 ELECTION*****SOSIALISASI PENCEGAHAN BLACK CAMPAIGN DI MEDIA SOSIAL
BAGI GENERASI Z DALAM MENGHADAPI PEMILU 2024****Fadli Afriandi¹, Desi Marlizar², Cut Nabilla Kesha³**^{1,2,3}Universitas Teuku Umar, Aceh Barat, IndonesiaE-mail Author: fadliafriandi@utu.ac.id**Submitted:** 13/04/2024**Reviewed:** 20/12/2024**Accepted:** 31/01/2025**ABSTRACT**

General Elections are a pillar of democracy which is the main mechanism in the process of changing power. In the election process, community participation has a significant impact on the process of government legitimacy. Generation Z is one of the people participating in the 2024 elections. Generation Z is a generation of Digital Natives where they grew up in the digital era and are accustomed to using digital technology, one of which is obtaining information and communication on social media. Even though social media is a popular platform, the information provided cannot provide accurate and correct information. This service aims to provide education to students of SMAN 8 Takengon Unggul regarding efforts to prevent black campaigns on social media so that the 2024 Election will be of high quality. This activity uses the socialization method through lectures containing introductory material, potential threats, information verification, and efforts to prevent black campaigns that can be carried out. The results of this service show that there has been a change in students' knowledge in responding to campaign information on social media, which was initially minimal and easy to believe, becoming more selective and verifying the information obtained first. This service activity also has a significant impact on increasing digital literacy and critical thinking in obtaining election-related information.

Keywords: Black Campaign, Social Media, 2024 Election, Generation Z**ABSTRAK**

Pemilihan Umum (Pemilu) merupakan pilar demokrasi yang menjadi mekanisme utama dalam proses pergantian kekuasaan. Dalam proses pemilu keikutsertaan masyarakat memiliki dampak yang signifikan dalam proses legitimasi pemerintahan. Generasi Z merupakan salah satu masyarakat yang ikut berpartisipasi dalam Pemilu 2024 ini. Generasi Z merupakan generasi Digital Natives yang mana mereka tumbuh di era digital yang terbiasa dengan penggunaan teknologi digital salah satunya memperoleh informasi dan komunikasi di media sosial. Meskipun media sosial menjadi platform yang populer namun informasi yang diberikan belum dapat memberikan informasi yang akurat dan benar. Pengabdian ini mempunyai tujuan untuk memberikan edukasi kepada siswa SMAN 8 Takengon Unggul terkait upaya pencegahan black campaign di media sosial sehingga Pemilu 2024 menjadi berkualitas. Kegiatan ini menggunakan metode sosialisasi melalui ceramah yang berisi materi pengenalan, potensi ancaman, verifikasi informasi, dan upaya pencegahan black campaign yang dapat dilakukan. Hasil dari pengabdian ini menunjukkan bahwa adanya perubahan pengetahuan siswa dalam menyikapi informasi

^{*}Afriandi. F., dkk. (2025)

kampanye di media sosial yang awalnya masih minim dan mudah percaya menjadi lebih selektif dan memverifikasi terlebih dahulu informasi yang diperoleh. Kegiatan pengabdian ini juga memberikan dampak yang signifikan bagi peningkatan literasi digital dan jiwa kritis dalam memperoleh informasi terkait pemilu.

Kata Kunci: Black Campaign, Media Sosial, Pemilu 2024, Generasi Z

PENDAHULUAN

Pemilihan Umum (Pemilu) merupakan salah satu pilar dari negara yang menganut sistem demokrasi termasuk di Indonesia. Demokrasi merupakan simbol kedaulatan rakyat yang mana pemerintahannya terbentuk dari pengejawatan dari seluruh rakyat di negara tersebut (Dedi, 2022). Pemilu dapat menjadi momentum bagi masyarakat untuk memberikan partisipasi dalam proses politik dan menentukan arah kebijakan negara (Mulyono et al., 2019; Pulungan et al., 2020). Sebagai pilar demokrasi, pemilu juga dapat menjadi wadah untuk merepresentasikan kepentingan publik melalui wakil-wakil mereka yang terpilih (Bintari, 2021; Zainuddin et al., 2021). Pemilu merupakan bagian penting dalam pergantian kekuasaan dan juga menjadi ajang kompetisi bagi masyarakat yang memenuhi syarat untuk mengisi kekosongan jabatan publik di pemerintahan baik di level pusat maupun di daerah. Berjalannya pemilu ini dapat menjadi indikator bahwa demokrasi perwakilan di sebuah negara berjalan dengan baik. Dalam pemilu ini juga masyarakat membuat sebuah kontrak sosial kepada calon yang akan menduduki posisinya baik di eksekutif maupun di legislatif. Kontrak sosial ini dapat mempengaruhi kebijakan yang akan dikeluarkan oleh pemerintah nantinya (Artini, 2020).

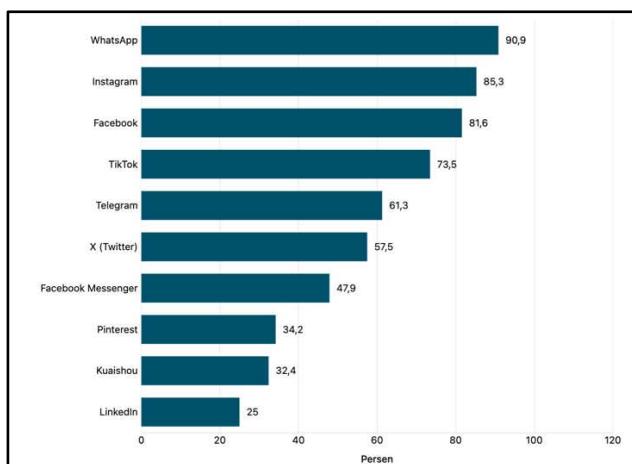
Tahun 2024 ini menjadi tahun pemilu di Indonesia. Hal ini dikarenakan bahwa di tahun 2024 dilaksanakan pemilu serentak di Indonesia baik di level nasional maupun daerah, baik eksekutif maupun legislatif. Pemilu 2024 di tingkat nasional seperti pemilihan presiden dan wakil presiden, anggota DPR dan DPD maupun di tingkat daerah yaitu kepala daerah (gubernur, bupati/walikota) dan anggota DRPD Provinsi/Kabupaten/Kota. Pemilu serentak ini merupakan suatu perubahan yang terjadi dalam perkembangan demokrasi di Indonesia. Masyarakat sebagai tokoh utama demokrasi menawarkan alternatif yang membantu penguatan demokrasi. Selain itu pertambahan jumlah penduduk juga mempengaruhi aspirasi masyarakat dalam sistem demokrasi serta diperlukan suatu pemilu yang teratur untuk memberikan tata kelola pemerintahan yang semakin baik.

Salah satu yang mengikuti pemilu di tahun 2024 ini adalah generasi Z. Generasi Z merupakan generasi yang lahir di tahun 1995 hingga tahun 2000an. Generasi Z menjadi generasi yang memiliki populasi yang besar dalam pemilu 2024 dan tergolong dalam pemilih pemula. Data KPU menunjukkan bahwa Generasi Z di tahun 2024 tercatat 46.800.161 atau setara 22,85% dari total seluruh Daftar Pemilih Tetap (DPT) (Muhammad, 2023). Generasi Z dikatakan sebagai penulis pemula dikarenakan bahwa generasi Z sebagai warga negara telah memenuhi syarat dan ketentuan sebagai pemilih menurut perundang-undangan dan untuk pertama kali ikut serta menyalurkan hak pilihnya dan berpartisipasi dalam pemilu secara langsung (Kelibay et al., 2023). Pemilih pemula merupakan pemilih yang beragam cakupannya seperti pelajar dan mahasiswa. Dalam hal pemilu, pemilih pemula memiliki tingkat analisis yang terbatas sehingga mereka cenderung dinamis sesuai dengan informasi dan kondisi terbaru yang didapatkannya (Islah et al., 2020).

Generasi Z menjadi generasi yang dekat dengan teknologi digital. Penggunaan teknologi digital tidak lepas dari penggunaan internet. Kolaborasi antara teknologi digital dan internet menjadi kebutuhan utama bagi Generasi Z (Subowo, 2021). Besarnya peran digital di kehidupan Generasi Z membuat mereka mendapatkan informasi dan komunikasi dari media

digital. Dengan mudah informasi yang diakses dari smartphone, tablet, komputer yang dimiliki mampu sebagai alat memperoleh infomasi seperti kehidupan sosial, budaya, politik, gaya hidup dan isu-isu terkini. Selain informasi yang begitu besar, Generasi Z juga terhubung antara satu dengan yang lainnya baik yang dikenal maupun yang dikenal. Relasi komunikasi sosial yang terbentuk melalui media sosial menjadikan Generasi Z mengkonsumsi informasi lebih banyak lagi (Subowo, 2021). Dari kedekatan Generasi Z dengan teknologi digital dalam akses informasi dan komunikasi memberikan dampak positif yang menjadikan Generasi Z lebih kreatif, lebih informatif, dan lebih berwawasan (Ulfa et al., 2023).

Teknologi digital yang pesat digunakan Generasi Z salah satunya adalah penggunaan media sosial. Perkembangan media sosial dewasa ini semakin cepat yang terlihat dengan banyaknya aplikasi yang tersedia. Melalui media sosial informasi yang benar dan salah saling bercampur aduk sehingga perlu upaya dalam menerimanya. Pengguna media sosial merasa memperoleh kemerdekaan dalam berekspresi, memberikan sikap dan pandangannya, pendapat, atau hanya sekedar meluapkan perasaannya. Kehadiran media sosial ini tidak hanya menyalurkan hal-hal yang positif namun terkadang pengguna lainnya menyebarkan informasi dan berita palsu (hoax). Berdasarkan laporan dari We Are Social di tahun 2023 menyatakan bahwa pengguna media sosial di Indonesia adalah 60,4% dari populasi penduduk Indonesia atau setara dengan 167 juta jiwa (Widi, 2023). Dari banyaknya platform media sosial, masyarakat Indonesia memiliki platform media sosial favorit. Ada 10 aplikasi media sosial yang banyak digunakan oleh penduduk Indonesia yaitu WhatsApp, Instagram, Facebook, TikTok, Telegram, X (Twitter), Facebook Messenger, Pinterest, Kuaishou, dan LinkedIn (Annur, 2024). Berikut gambar terkait penggunaan media sosial di Indonesia berdasarkan data Januari 2024.



Gambar 1. Persentase Penggunaan Media Sosial di Indonesia

Media sosial sarat dengan info yang belum dapat dipercaya kebenarannya khususnya dalam pemilu. Menjelang pemilu penggunaan media sosial menjadi alat komunikasi politik yang dilakukan oleh partai politik, kandidat, tim kampanye maupun simpatisan. Melalui media sosial ini mereka menyampaikan visi misi, profil calon, dan informasi mengenai kepemiluan. Namun tidak jarang media sosial disalahgunakan untuk melakukan black campaign seperti provokasi, menyebarkan hoax, dan menyerang pribadi lawan politiknya (Nisa et al., 2020). Black campaign menjadi aktivitas yang membuat demokrasi semakin buruk dan cerminan buruknya moral sebuah bangsa (Suyono, 2021). Hal ini dikarenakan bahwa black campaign mempunyai tujuan yang negatif yaitu menciptakan citra negatif lawan sehingga menjadi buruk di masyarakat. Perbuatan black campaign ini juga dilakukan tanpa mengutamakan etika yang

mengutamakan fakta namun menjurus kepada fitnah yang pada akhirnya merugikan orang lain dan kesalahan informasi yang diterima oleh masyarakat (Nisa et al., 2020).

Black campaign ini terjadi dipengaruhi oleh beberapa alasan baik alasan internal maupun eksternal. Alasan internal dipengaruhi oleh ambisi seseorang/kandidat untuk memperoleh, mempertahankan, dan menyebarluaskan kekuasaannya yang mengesampingkan etika dan moral. Seorang kandidat yang baru pertama kali mencalonkan akan berupaya memperoleh kekuasaan sedangkan bagi pertahanan akan berusaha mempertahankan bahkan menyebarluaskan kekuasaannya. Alasan eksternal datang dari kemudahan dalam mengakses media sosial yang menjadi media favorit masyarakat sekarang khususnya Generasi Z. Kemudian alasan eksternal berikutnya adalah rendahnya literasi masyarakat Indonesia. Rendahnya literasi ini disebabkan oleh kurang kritisnya masyarakat dalam menerima informasi. Informasi yang didapat dianggap suatu kebenaran sehingga tidak perlu untuk mengecek kebenarannya dengan mencari tahu sumber beritanya dan mencocokan dengan kondisi sebenarnya. Dengan alasan inilah black campaign menjadi alat bagi kandidat sebagai upaya memenangkan kontestasi (Hafid, 2020).

Generasi Z yang menjadi pemilih pemula di pemilu 2024 termasuk kepada pemilih yang labil dalam menentukan pilihannya (Ardiani et al., 2019; Perdana, 2023). Pilihan Generasi Z dalam pemilu tergantung kepada pemberitaan di media sosial yang dilihatnya. Generasi Z merupakan pemilih yang masih minim pengetahuan politiknya sehingga melakukan pemilihan tidak berdasarkan rasional namun berdasarkan emosional dan popularitas (Ardiani et al., 2019). Dampak dari ini semua akan melahirkan pemimpin yang nantinya tidak mampu menjalankan kepemimpinannya dengan baik. Berdasarkan kondisi inilah kegiatan pengabdian ini dilaksanakan kepada Generasi Z sebagai pemilih pemula. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan edukasi kepada Generasi Z agar terhindar dari black campaign. Generasi Z yang terhindar dari black campaign berdampak positif kepada kualitas kandidat yang dipilih untuk keberlanjutan demokrasi.

METODE

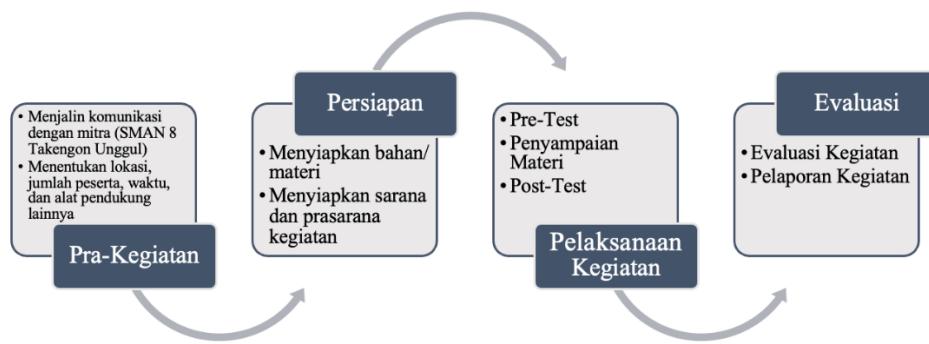
Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode sosialisasi yaitu sebuah metode yang digunakan untuk menyampaikan informasi dan pengetahuan tentang black campaign. Sosialisasi dilakukan dengan cara ceramah dimana peserta/audien mendengarkan informasi lisan dari narasumber. Ceramah ini relevan dengan target audien sehingga nantinya audien memperoleh pengetahuan dan mendorong perubahan sikap dan perilaku dalam menghadapi informasi yang diperoleh di media sosial. Kegiatan pengabdian ini menggunakan berlandaskan kepada Teori Social Learning Bandura. Dalam teori ini sosialisasi berdasarkan prinsip Social Learning Bandura yaitu hakikat manusia dan modifikasi perilaku. Prinsip hakikat manusia membahas terkait interaksi antara perilaku, kognitif, dan lingkungan. Prinsip modifikasi perilaku berdasarkan kepada pengamatan yang dilakukan peserta terhadap narasumber yang menyampaikan materi. Dari teori Social Learning Bandura ini, peserta dapat mengamati dan mendapatkan pengetahuan dari narasumber (Lesilolo, 2018).

Peserta dalam pengabdian ini adalah siswa SMAN 8 Takengon Unggul. Peserta yang dilibatkan adalah peserta yang sudah cukup umur untuk mengikuti pemilu 2024. Peserta juga memiliki minat untuk memahami lebih dalam tentang literasi politik dan pentingnya menjadi pemilih yang kritis. Gambar 2 menunjukkan kesiapan peserta dalam menerima materi sosialisasi pencegahan black campaign.



Gambar 2. Peserta Sosialisasi Pencegahan *Black Campaign*

Untuk berjalannya pengabdian ini maka ada beberapa tahapan yang dilakukan sesuai dengan yang ditampilkan dalam gambar 3 berikut.



Gambar 3. Tahapan Kegiatan Pengabdian

Berikut penjelasan tahapan kegiatan pengabdian:

1. Tahapan Pra-Kegiatan; tahapan ini terdiri dari menjalin komunikasi dengan SMAN 8 Takengon Unggul untuk mendapatkan izin pelaksanaan kegiatan. Setelah mendapatkan izin maka pra-kegiatan menentukan lokasi pelaksanaan kegiatan, menyesuaikan jumlah peserta, dan penyediaan alat pendukung lainnya yang disiapkan oleh mitra atau tim pengabdian.
2. Tahapan Persiapan; pada tahapan ini penguatan dan persamaan persepsi diantara tim dan juga mitra, menyiapkan materi terkait black campaign dalam pemilu, menyiapkan borang pre-test dan post-test, serta penyiapan sarana dan prasarana lainnya.
3. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan; pada tahapan ini tim sebagai narasumber memberikan pre-test terlebih dahulu terkait materi yang disampaikan untuk memperoleh pengetahuan awal dari black campaign dalam pemilu. Pre-test dilakukan dengan menyebarkan kuesioner berupa pertanyaan terkait black campaign untuk memperoleh apakah peserta mengetahui dan memahami istilah ini sebelumnya. Berikutnya adalah penyampaian materi oleh tim

- dengan cara ceramah dan dilengkapi bahan tayang.
4. Tahapan Evaluasi; tahapan ini melihat seluruh pelaksanaan kegiatan, hasil yang dicapai, mendapatkan umpan balik, dan mengetahui dampak dari kegiatan yang dilakukan terhadap pengetahuan peserta. Tim melakukan post-test untuk memperoleh perkembangan pengetahuan yang didapat oleh peserta sosialisasi dengan menggunakan pertanyaan yang sama dengan kuesioner pre-test.

HASIL DAN PEMBAHASAN

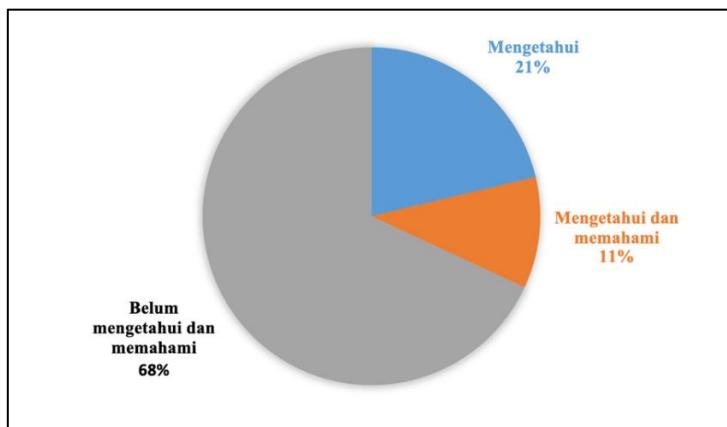
Kegiatan pengabdian yang dilakukan di SMAN 8 Takengon Unggul berjalan dengan baik. Hal ini tidak lepas dari kerjasama yang baik diantara mitra (SMAN 8 Takengon Unggul) dengan Tim Pengabdian. Kegiatan ini dilaksanakan di ruangan aula SMAN 8 Takengon Unggul yang dihadiri oleh 47 siswa kelas XII. Siswa kelas XII merupakan generasi Z yang juga sebagai pemilih pemula di pemilu 2024. Selama kegiatan siswa fokus mendengarkan materi yang dipaparkan dan aktif dalam forum diskusi. Siswa menanyakan hal-hal terkait politik yang selama ini belum diperoleh di materi pembelajaran sekolah.

Kegiatan pengabdian ini menghasilkan beberapa hal, yaitu:

1. *Black Campaign* Tidak Populer oleh Para Siswa

Para siswa belum begitu familiar dengan isu *black campaign* di media sosial. Hal ini dikarenakan bahwa para siswa tidak memperoleh pendidikan politik secara intens. Pendidikan politik di bangku sekolah penting dikarenakan Indonesia dengan sistem demokrasi memerlukan pendewasaan politik untuk nantinya melahirkan pemimpin yang berkualitas yang mengutamakan kepentingan bersama daripada kepentingan pribadi/golongan. Pendidikan politik juga akan memperkuat sistem demokrasi yang mana rakyat menjadi subjek dan objek utama dalam penyelenggaraan pemerintahannya. Melalui pendidikan politik ini nantinya para siswa akan memperoleh pengetahuan, sikap bahkan keterampilan untuk menjadi masyarakat yang aktif, kritis, dan bertanggung jawab akan masa depan negara.

Media sosial oleh siswa sebagian besar hanya dipergunakan untuk sarana hiburan. Berbagai fitur di media sosial dijadikan siswa sebagai ajang adu bakat/ide, berlomba-lomba untuk menjadi siswa yang *update/kekinian*, dan berupaya untuk viral serta mengikuti keviralan yang ada seperti menari di depan *handphone*. Selain fokus kepada hiburan siswa juga fokus kepada hal-hal pribadi yang fokus kepada eksplorasi identitas. Media sosial menjadi alat para siswa untuk mencari dan memahami diri mereka melalui nilai-nilai yang mereka yakini, mencari dan mendalami minat/ hobi seperti seni, olah raga, dan memposting foto serta memberikan narasi atas pengalaman yang mereka alami.

Gambar 4. Survei Awal Pengetahuan Siswa Tentang *Black Campaign*

2. Kurangnya kesadaran dan keterampilan untuk menghadapi *Black Campaign*

Para siswa menghadapi kesulitan untuk menentukan apakah informasi yang didapat di media sosial berita benar atau bohong. Seringkali siswa langsung mempercayainya karena seringnya muncul di halaman media sosial mereka. Siswa sedikit mengetahui bahwa apa yang lihat dan mereka “like” akan mempengaruhi algoritma media sosial tersebut. Sistem akan selalu memberikan konten-konten yang disukai oleh siswa sehingga informasi yang diperoleh menjadi informasi yang berpihak. Saratnya informasi yang sama menjadikan informasi tersebut adalah benar namun pada kenyataanya perlu ada usaha lebih ilmiah untuk memastikan kebenaran tersebut. Kondisi ini perlu diperhatikan oleh siswa dengan meningkatkan literasi media dan daya kritis siswa.

Riset membuktikan bahwa rendahnya kemampuan analisis konten di media sosial berdampak negatif terhadap pengguna itu sendiri. Riset yang dilakukan oleh Lubis dan Siregar (2020) menjelaskan bahwa konten yang tidak disaring dengan baik memudahkan terjadinya pertikaian akibat terpapar secara masif berita bohong. Munculnya berita bohong ini juga dapat menyebabkan perbuatan radikal, ujaran kebencian, fitnah, dan hilangnya harmonisasi di masyarakat (Lubis & Siregar, 2020). Pembuat berita bohong menggunakan judul yang sensasional yang menimbulkan empati dari pembaca. Empati yang terbentuk bersifat provokatif yang akhirnya membuat pembaca mengikuti apa yang diharapkan oleh pembuat berita bohong. Masyarakat perlu kemampuan khusus untuk terbebas dari praktik penyebaran berita bohong ini (Subarjo & Setianingsih, 2020).

Kemampuan literasi dan meningkatkan daya kritis siswa menjadi langkah penting dalam mendapatkan informasi yang benar terhadap isu yang dilontarkan oleh aktor politik. Peningkatan literasi adalah dengan mencari tahu sumber yang sebenarnya, memverifikasi ketika siswa sudah menemukan sumber tersebut, dan menyimpulkan hasilnya. Langkah lainnya adalah perlunya siswa untuk membandingkan sumber satu berita dengan berita lain, dan melihat afiliasi media massa digital terhadap pasangan calon tertentu. Berita yang sumbernya dapat dipercaya akan memberikan kebenaran namun hanya akan menyajikan sesuatu yang baik-baik saja. Inilah kemampuan kritis yang perlu ada dalam diri siswa untuk memperoleh informasi yang berimbang, akurat, dan dapat menjadi sumber referensi politik para siswa.

Pada gambar 5 menunjukkan keseriusan peserta pengabdian mengikuti kegiatan. Peserta diajak untuk berdiskusi, menganalisis, dan mempraktikkan cara memverifikasi informasi dari berbagai platform media massa. Selain itu, kegiatan ini juga memberikan pengetahuan tentang bagaimana mengidentifikasi berita palsu (hoaks) serta memahami pola framing berita yang sering digunakan oleh media massa untuk memengaruhi opini publik. Dengan kemampuan ini, siswa diharapkan mampu menjadi pemilih yang cerdas

dan kritis, sehingga dapat berkontribusi pada terciptanya demokrasi yang lebih sehat dan transparan.



Gambar 5. Ceramah Terkait *Black Campaign*

3. Pengenalan *Black Campaign*

Di kegiatan pengabdian ini memberikan pengetahuan mengenai *black campaign* atau kampanye hitam. Para siswa dikenalkan dengan istilah yang sering muncul dalam aktivitas pemilu. *Black campaign* merupakan aktivitas yang memberikan citra buruk kepada lawan politik dengan cara memberikan berita negatif, berita bohong, bahkan melanggar kode etik dalam pemilu. *Black campaign* menjadi alat yang digunakan oleh seseorang, partai, atau simpatisan untuk memperoleh keunggulan dari kandidat lain untuk memenangkan kontestasi di pemilu. Meskipun tidak ada hubungannya dengan warna, *black campaign* menjadikan cara-cara licik untuk menjatuhkan orang lain (Pamungkas & Arifin, 2019).

Black campaign mempunyai tujuan untuk menimbulkan rasa ketidakpercayaan masyarakat terhadap kandidat tertentu. *Black campaign* dapat merusak stabilitas politik dan juga mencedera demokrasi. Adanya *black campaign* ini menjadikan masyarakat tidak percaya dengan institusi (misalnya partai politik) sebagai unsur demokrasi yang menyuarakan kepentingan masyarakat sehingga turunnya integritas kepada lembaga tertentu yang berdampak kepada menurunnya tingkat partisipasi dalam pemilu. *Black campaign* menyebabkan kepada polarisasi politik karena *black campaign* menyerang secara pribadi dan menyebarluaskan fitnah sehingga memicu munculnya konflik sosial di tengah masyarakat. Kondisi berkembangnya *black campaign* membuat kondisi dialog politik jauh dari makna positif yang akan menuju kepada ketegangan sosial. *Black campaign* berpotensi menimbulkan kerusuhan, ketegangan, dan pertikaian di antara elit, simpatisan, hingga masyarakat biasa. Hal ini akhirnya merusak nilai-nilai Pancasila, Bhineka Tunggal Ika, dan keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia (Ardhi et al., 2022).

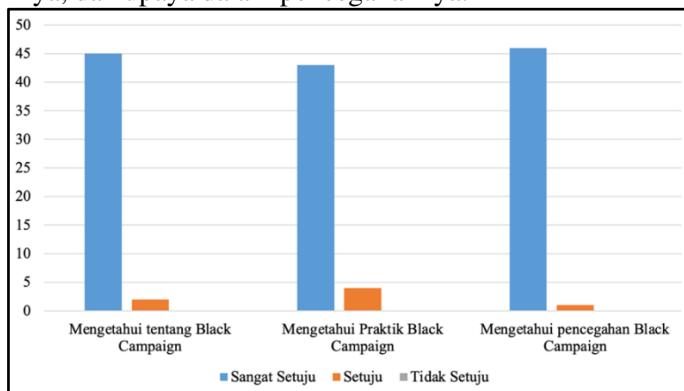
Black campaign merupakan kampanye terselubung yang artinya pelaku tidak diketahui identitasnya. Berita-berita yang disajikan oleh pelaku cenderung irasional, *absurd*, dan tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Masyarakat yang terdampak *black campaign* ini menerima informasi seutuhnya dan cenderung akan memberitahukan ke orang lain terhadap informasi tersebut. Dalam Teori *Bounded rationality* dikatakan bahwa orang yang mudah kena oleh *black campaign* dikarenakan perilaku manusia yang berhubungan keterbatasan kognitif. *Black campaign* mempunyai target agar masyarakat tidak memiliki rasa *heuristic* atau perilaku menyelidiki sendiri. Jika pemilih sudah menentukan pilihannya di awal sebelum adanya *black campaign* akan membuat mereka terhindar dari *black campaign*. Namun kondisi inilah yang menjadi pemicu konflik sosial dikarenakan adanya ketidakcocokan informasi yang diberikan oleh pelaku *black*

campaign (Susanto & Iqbal, 2019) .

Praktik *black campaign* dapat dengan mudah ditandai jika kita sadar ciri-cirinya. Kesadaran awal ini menjadi indikator utama pemilih dalam memperoleh informasi bohong dan menyesatkan. Misalnya saja di media sosial sering kali pelaku membuat akun media sosial palsu atau anonim. Akun palsu ini dikarenakan pelaku tidak menggunakan identitas asli, menggunakan foto profil orang lain, dan tidak memiliki postingan atau pengikut aktif. Pelaku *black campaign* membeli pengikut menggunakan jasa untuk menciptakan bahwa akun tersebut populer. Kemudian pelaku juga akan membeli “like” untuk memberikan kesan bahwa informasi yang diberikan adalah benar dan didukung oleh banyak orang. Dari segi konten dapat dilihat bahwa pelaku akan menyerah personal dan menyebarkan fitnah. Pelaku juga akan membuat konten provokatif dan kontroversial sehingga dapat memicu emosi pengguna media sosial. Dengan ragamnya praktik *black campaign* di media sosial dapat dikatakan bahwa seringkali sulit terdeteksi jika tidak dibarengi dengan kemampuan literasi digital dan pendidikan politik.

Para siswa dapat melakukan pencegahan *black campaign* dengan meningkatkan kualitas dan kuantitas literasi media. Literasi media merupakan kemampuan dan keterampilan yang dimiliki untuk memperoleh, menelaah, menilai, dan menyampaikan pesan dalam berbagai format. Dari arti ini setidaknya ada empat hal yang harus dimiliki oleh para siswa yaitu; 1) mengakses yang berkaitan dengan memahami penggunaan media dan mampu memahami isinya, 2) menganalisis yaitu berkaitan dengan mampu memahami tujuan pesan dan mampu mengidentifikasi pelaku pengirim pesan, 3) mengevaluasi yang berhubungan dengan menilai pesan yang diterima kemudian membandingkan dengan pespektif pribadi dalam bentuk subjektif maupun objektif, dan 4) mengkomunikasikan yang berarti informasi yang didapat di media sosial dapat disampaikan kepada orang lain. Literasi media dapat menjadi modal dasar ketika para siswa menggunakan media sosial dalam mendapatkan informasi kampanye. Literasi media digunakan oleh siswa untuk menganalisis konten atau isi yang disajikan oleh akun di media sosial. Literasi media merujuk kepada peningkatan budaya membaca sehingga dapat memeriksa konten kemudian menganalisis isi konten tersebut (Doly, 2020).

Kegiatan pengabdian ini berdampak positif terhadap pengetahuan dan perilaku pemilih pemula yang merupakan Generasi Z. Kegiatan ini dapat meningkatkan kesadaran dan partisipasi Generasi Z dalam aktivitas politik, meningkatkan pemahaman bagaimana menyikapi isu-isu politik yang berkembang, dan kritis dalam mendapatkan informasi serta mencegah terpaparnya *black campaign* di media sosial. Generasi Z yang merupakan siswa sebagai pemilih pemula dapat mendorong lebih aktif dalam upaya menjaga demokrasi dan membuat keputusan yang akurat serta berimbang. Berikut adalah grafik yang menunjukkan capaian kegiatan pengabdian dengan seluruh siswa sudah memahami tentang *black campaign*, bagaimana praktiknya, dan upaya dalam pencegahannya.



Gambar 6. Grafik Kemajuan Pasca Sosialisasi

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian yang dilakukan di SMAN 8 Takengon Unggul dalam bentuk sosialisasi pencegahan terhadap black campaign di media sosial berjalan dengan baik. Dalam kegiatan ini adanya edukasi dalam upaya Generasi Z sebagai pemilih pemula terhindar dari dampak negatif dari black campaign. Dalam kegiatan sosialisasi ditemukan bahwa isu black campaign bukanlah isu yang familiar bagi pemilih pemula. Kekurangan populer isu ini disebabkan siswa lebih banyak menggunakan media sosial sebagai sarana hiburan dan eksplorasi identitas kekinian. Dalam pengabdian ini memaparkan bahwa dampak dari black campaign dapat merusak demokrasi yang berimbang kepada rendahnya kualitas pemimpin yang terpilih. Melalui kegiatan ini penyajian materi black campaign telah mampu memberikan pengetahuan kepada siswa tentang apa itu black campaign, bagaimana praktiknya, dan upaya dalam pencegahan black campaign. Usaha yang paling mendasar dalam pencegahan black campaign melalui media sosial adalah dengan adanya kemampuan literasi media (digital) dengan baik. Kegiatan yang dilakukan dalam literasi digital meliputi mengakses sumbernya, menganalisis isi dan maksud pengirimnya, mengevaluasi konten dan isi yang disajikan, serta mengkomunikasi informasi dengan baik kepada orang lain. Dengan adanya kegiatan ini diharapkan kepada siswa di SMAN 8 Takengon Unggul dapat menjadi pemilih yang cerdas, kritis, dan ikut bertaanggung jawab dalam proses demokrasi di Indonesia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada SMAN 8 Takengon Unggul yang merupakan mitra pengabdian terkait Sosialisasi Pencegahan Black Campaign Di Media Sosial Bagi Generasi Z Dalam Menghadapi Pemilu 2024. Kami juga menghaturkan terima kasih kepada Prodi Ilmu Administrasi Negara-Universitas Teuku Umar yang telah membantu perizinan dan penyediaan anggaran pengabdian melalui anggaran Liga Kampus Merdeka Prodi Ilmu Administrasi Negara.

REFERENSI

- Annur, C. M. (2024, March 1). Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024. <Https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2024/03/01/Ini-Media-Sosial-Paling-Banyak-Digunakan-Di-Indonesia-Awal-2024>.
- Ardhi, M., Abqa, R., Kurniasih, Y., & Nugrahenti, M. C. (2022). Sinergitas Akademisi dan Bawaslu Dalam Pencegahan Berita Hoax dan Black Campaign. *Community Development Journal*, 3(3), 1484–1488.
- Ardiani, D., Sri Kartini, D., & Ganjar Herdiansyah, A. (2019). Strategi Sosialisasi Politik Oleh KPU Kabupaten Ngawi Untuk Membentuk Pemilih Pemula yang Cerdas Dalam Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Timur Tahun 2018 di Kabupaten Ngawi. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 6(1), 18. <https://doi.org/10.24036/scs.v6i1.129>
- Artini, N. K. (2020). Partisipasi Politik Masyarakat Dalam Pemilihan Umum Legislatif di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 4(2), 329–348.
- Bintari, A. (2021). Partisipasi dan Representasi Perempuan Dalam Penyelenggaraan Pemilu. *Jurnal Keadilan Pemilu*, 1(1), 13–22.

- Dedi, A. (2022). Politik Dinasti Dalam Perspektif Demokrasi. *Jurnal Moderat*, 8(1), 92–101.
- Doly, D. (2020). Penegakan Hukum Kampanye Hitam (Black Campaign) di Media Sosial: Pembelajaran Pemilihan Umum Presiden Tahun 2019. *Kajian*, 25(1), 1–18. <https://www.>
- Hafid, I. (2020). Kebijakan Kriminal Dalam Mengatasi Kampanye Hitam (Black Campaign) Di Media Sosial. *Jurnal Bawaslu Provinsi Kepulauan Riau*, 2, 74–94. <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>
- Islah, K., Sulaeman Nasim, E., Ilmu Administrasi, F., & Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, I. (2020). Sosialisasi Pemilu 2019 Untuk Pemilih Pemula Kota Depok. *Jurnal Komunitas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 46–50. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Kelibay, I., Boinauw, I., Kamaluddin, K., Kadir, M. A. A., & Rosnani, R. (2023). Sosialisasi Pendidikan Politik Pada Pemilih Pemula (Siswa/Siswi SMA Kelas XII) Di Kota Sorong Pada Pemilu Serentak Tahun 2024. *Jurnal Abdi Insani*, 10(2), 654–660. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v10i2.936>
- Lesilolo, H. J. (2018). Penerapan Teori Belajar Sosial Albert Bandura Dalam Proses Belajar Mengajar di Sekolah. *Kenosis*, 4(2), 186–202.
- Lubis, D., & Siregar, H. S. (2020). Bahaya Radikalisme terhadap Moralitas Remaja melalui Teknologi Informasi (Media Sosial). *APLIKASIA: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 20(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.14421/aplikasia.v20i1.2360>
- Muhamad, N. (2023, July 5). KPU: Pemilih Pemilu 2024 Didominasi oleh Kelompok Gen Z dan Milenial. <Https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2023/07/05/Kpu-Pemilih-Pemilu-2024-Didominasi-Oleh-Kelompok-Gen-z-Dan-Milenial>.
- Mulyono, G. P., Fatoni, R., & Malang, U. M. (2019). Demokrasi sebagai Wujud Nilai-Nilai Sila Keempat Pancasila Dalam Pemilihan Umum Daerah di Indonesia. <http://e-journal.unipms.ac.id/index.php/citizenship>
- Nisa, C. U., Disemadi, H. S., & Roisah, K. (2020). Aspek Hukum Tentang Black Campaign Pada Platform Media Sosial Instagram. *Jurnal Kajian Hukum Islam*, 1(1). <https://doi.org/10.15294/snhs.v4i02.25599>
- Pamungkas, A. D., & Arifin, R. (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), 16–30.
- Perdana, D. (2023). Pengaruh Media Sosial Dalam Memprediksi Partisipasi Perilaku Pemilih Pemula Pada Pemilihan Umum 2024. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (At-Tariiz)*, 1(2), 36–44.
- Pulungan, M. C., Rahmatunnisa, M., & Herdiansah, A. G. (2020). Strategi Komisi Pemilihan Umum Kota Bekasi Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pada Pemilu Serentak Tahun 2019. *Politea*, 3(2), 251–271.
- Subarjo, A. H., & Setianingsih, W. (2020). Literasi Berita Hoax Di Internet Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Pribadi Mahasiswa (Studi Tentang Penggunaan Media Sosial Pada Mahasiswa STT Adisutjipto Yogyakarta). *Jurnal Ketahanan Nasional*, 26(1), 1. <https://doi.org/10.22146/jkn.51109>
- Subowo, A. T. (2021). Membangun Spiritualitas Digital bagi Generasi Z. *DUNAMIS: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani*, 5(2), 379–395. <https://doi.org/10.30648/dun.v5i2.464>

- Susanto, S., & Iqbal, M. (2019). Pengabdian Kepada Masyarakat Dalam Sinergitas Akademisi Dan TNI Bersama Tangkal Hoax Dan Black Campaign. CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(1). <https://doi.org/10.31960/caradde.v2i1.119>
- Suyono, S. (2021). Analisis Penyebaran Kampanye Hitam (Black Campaign) Pilkada Jember Melalui Media Sosial Facebook. Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi, 3(2), 88–99. <https://doi.org/10.37715/calathu.v3i2.2181>
- Ulfa, Z., Izwana, R., Deinsyah, P., & Handayani, S. (2023). Modernisasi Teknologi Terhadap Perkembangan Ekonomi Generasi Alpha. Journal of Comprehensive Science (JCS), 2(6), 1558–1566. <https://doi.org/10.59188/jcs.v2i6.377>
- Widi, S. (2023, February 3). Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023. <Https://Dataindonesia.Id/Internet/Detail/Pengguna-Media-Sosial-Di-Indonesia-Sebanyak-167-Juta-Pada-2023>.
- Zainuddin, I., Darwis, M., & Iswary, E. (2021). Representasi Ideologi di Balik Wacana Pemilu Presiden dan Wakil Presiden 2019 Dalam Media Kompas: Tinjauan Analisis Wacana Kritis. Jurnal Ilmu Budaya, 9(2), 133–143.