

Manusia Dalam Logika Politik di Era Media Digital

Emanuel Prasetyono

Alumnus STF Driyarkara, Jakarta
Email : emanuelprasetyono2@gmail.com

Pius Pandor

STFT Widya Sasana, Malang
Email: piuspandor@gmail.com

Recieved:11 Desember 2023 Revised:19 Februari 2024 Published:30 Oktober 2024

Abstract

Political praxis in the digital media era often contains biases in understanding human dignity. This article wants to investigate whether the political logic in such an era contains certain concepts about humans that are implicit, hidden, or intentionally hidden. The theoretical framework of Shoshana Zuboff and Agus Sudibyo's thoughts on "Capital Surveillance" and "Digital Universe" is the reference used by the author to see to what extent the role of the use of digital technology and virtual spaces in political propaganda contains humanitarian biases and does not direct political goals on human dignity. The results of the author's observations and research show that political praxis in the digital media era has utilized humanitarian issues only for the sake of pragmatic and transactional electoral political interests. The author finds that human dignity in political practice in the digital media era is only an instrument, not a goal.

Keywords: Politics; Social Media; Instrument; Man; Human Dignity; Digital Era.

Abstrak

Praksis berpolitik di era media digital seringkali mengandung bias-bias pemahaman terhadap harkat dan martabat manusia. Artikel ini mau menyelidiki apakah di dalam logika politik di era media digital terkandung konsep-konsep tertentu tentang manusia secara tersirat, tersembunyi, atau memang sengaja disembunyikan. Kerangka teoretis pemikiran Shoshana Zuboff dan Agus Sudibyo tentang “Pengawasan Kapital” dan “Jagat Digital” merupakan referensi yang digunakan oleh penulis untuk melihat sejauh mana peran penggunaan teknologi digital dan ruang-ruang virtual dalam propaganda politik mengandung bias-bias kemanusiaan dan tidak mengarahkan tujuan politik pada martabat manusia. Hasil pengamatan dan penelusuran penulis menunjukkan bahwa praksis berpolitik di era media digital telah memanfaatkan isu-isu

kemanusiaan hanya demi kepentingan-kepentingan politik elektoral yang pragmatis dan transaksional. Penulis menemukan bahwa kedudukan dan martabat manusia dalam praktik berpolitik di era media digital hanya sebagai instrumen, bukan tujuan.

Kata Kunci: Politik; Media Sosial; Instrumen; Manusia; Martabat Manusia; Era Digital.

1. Pendahuluan

Komputasi dan digitalitas adalah dua fenomena yang saling berhubungan di abad ke 20 dan 21. Logika digital memiliki sejarah yang lebih panjang. Pada tahun 1703, Gottfried Wilhelm Leibniz telah memperkenalkan logika biner yang menggantikan sistem desimal. Dengan logika biner, Leibniz menyederhanakan bilangan antara 0 dan 1. Sementara itu, sejarah komputasi dikembangkan oleh Alan Turing pada tahun 1936.¹ Dengan mengembangkan cara kerja komputasi, Turing berusaha memecahkan kode pesan-pesan yang dikirimkan kaum Nazi, Jerman, untuk kepentingan tentara Inggris selama masa Perang Dunia II. Komputer sebagai mesin digital telah mengubah perilaku, interaksi, dan komunikasi di antara umat manusia. Apa yang semula harus dilakukan dengan perjumpaan antara subjek dan objek, berkat teknologi komputer bisa dilakukan dalam jarak jauh. Banyak persoalan diselesaikan meskipun harus dilakukan dalam jarak jauh. Hal ini, misalnya, bisa dilihat dalam teknologi perang dan komunikasi.²

Dalam sejarahnya, komputasi dan digitalitas berkembang dalam semua aspek kehidupan hingga saat ini, mulai dari kapitalisme, pemerintahan, hidup sehari-hari, kebudayaan, pendidikan, kesejahteraan sosial, dan sains. Teknologi digital telah berdampak luas bagi kehidupan dan kemampuan umat manusia.³ Perkembangan teknologi digital telah menjadi bagian dari disrupsi kehidupan manusia sehari-hari zaman ini.⁴ Kita tidak lagi bisa memisahkan objek-objek teknologi dari manusia. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi digital telah merambah segala lini kehidupan manusia, termasuk (dan mungkin juga terutama di Indonesia) perkembangan sosial-politik. Di tahun politik 2023-2024 ini, penggunaan teknologi digital sebagai sarana informasi dan komunikasi sosial-politik sedemikian penting untuk dicermati dengan mengingat bagaimana pengaturan algoritmik mampu memanfaatkan keterbukaan dan globalisasi informasi di era digital untuk menggiring dan membangun opini-opini yang sesat atau palsu.

Praktik berpolitik yang memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi digital mengandung logika politik tertentu. Komunikasi politik dan aneka bentuk *gimmick* tertentu yang di-*posting* di media-media sosial-digital secara tersembunyi menggunakan dan memanfaatkan simbol-simbol, bentuk-bentuk, atau tanda-tanda tertentu untuk menyampaikan

¹ Kylie Jarrett, *Through the Reproductive Lens : Labour and Struggle at the Intersection of Culture and Economy, Digital Objects, Digital Subjects: Interdisciplinary Perspectives on Capitalism, Labour and Politics in the Age of Big Data*, 2019, <https://doi.org/10.16997/book29.h> hal 4.

² F Budi Hardiman, *Aku Klik Maka Aku Ada: Manusia Dalam Revolusi Digital* (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 2021), 78.

³ Agus Sudibyo, *Jagat Digital: Pembebasan dan Penguasaan* (Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2021), 206-210.

⁴ Firgianus Botu et al., "Disrupsi: Ancaman Atau Peluang Bagi Eksistensi Budaya Lokal? (Tinjauan Filosofis Atas Proses Perubahan Budaya)," *AGGIORNAMENTO: Jurnal Filsafat-Teologi Kontekstual* 3, no. 1 (2022): 29–41.

pesan-pesannya. Teknologi komunikasi digital menjadi sarana yang sangat populer dan efektif dalam menyampaikan pesan-pesan politik tertentu kepada para warganet (*netizen*).⁵ Efektivitas penyampaian pesan di era digital sangat tinggi mengingat dunia digital yang menghasilkan ruang-ruang virtual ini sudah melampaui batas-batas fisik dan waktu.⁶ Setiap saat, di mana pun dan kapan pun seseorang menggenggam perangkat telepon pintar atau *laptop* yang terhubung dengan internet, pesan-pesan politik di ruang-ruang virtual tersampaikan langsung kepada konsumen pengguna internet.

Dalam perkembangan teknologi digital, setiap pesan yang dikirimkan oleh produsen informasi serta aktivitas digital seorang konsumen informasi disimpan dan diolah sebagai data-data oleh proses algoritma dan kecerdasan artifisial (atau yang biasa disebut AI, *artificial intelligence*). Algoritma mendulang setiap aktivitas digital sebagai data-data yang memperkaya dan mengembangkan kinerja algoritma itu sendiri.⁷ Tanpa disadari oleh setiap konsumen pengguna internet, setiap aktivitas digital mereka disimpan dan didulang oleh para pengusaha platform digital melalui proses kerja algoritma yang sangat canggih sebagai *big data*. Proses ini terjadi secara tidak transparan dan dengan demikian tidak diketahui langsung oleh para konsumen pengguna internet. Di balik keuntungan kemudahan atau fasilitas yang diberikan oleh kecanggihan teknologi digital yang diterima oleh para pengguna internet, data-data pribadi dan aktivitas para konsumen di era digital ini dimanfaatkan tanpa disadari untuk keuntungan-keuntungan para pemilik platform dan kekuasaan.

Persoalan muncul ketika kecanggihan kerja AI, algoritma, dan *big data* ini dimanfaatkan oleh konspirasi antara penguasa dan pemilik perusahaan platform digital sedemikian rupa sehingga proses mendulang data-data pengguna mampu mengarahkan pilihan-pilihan politik para calon pemilih.⁸ Kepentingan politik elektoral para politisi yang sedang meraih kekuasaan atau melestarikan kekuasaannya berkonspirasi dengan kepentingan ekonomis para pemilik perusahaan platform digital. Mereka lantas memanfaatkan kelekatan dan kecanduan para pengguna internet melalui aneka iklan yang sesungguhnya berisi propaganda-propaganda politik tertentu. Dampaknya adalah bahwa proses-proses politik di era digital tidak pernah memberi kebebasan demokratis kepada para calon pemilih untuk mempertimbangkan dan menentukan pilihan politiknya berdasarkan pertimbangan nalar yang objektif dan sehat. Sistem logika algoritma yang mendasari beroperasinya AI pada dasarnya memanjakan para penggunanya dengan menyajikan informasi-informasi yang disukai serta mengisolasi mereka

⁵ Cicilia Damayanti, "Penggunaan Big Data Dan Dampaknya Di Dalam Dunia Politik: Munculnya Sikap Hopeful Ignorance Dalam Ragam Relasi Antarmanusia," *Studia Philosophica et Theologica* 23, no. 1 (April 2023): 18–39, <https://doi.org/10.35312/spet.v23i1.482>.

⁶ John Hartley, *Communication, Cultural and Media Studies: The Key Concepts*, Communication, Cultural and Media Studies: The Key Concepts, 2019, <https://doi.org/10.4324/9781315225814>.

⁷ Agus Sudibyo, *Tarung Digital: Propaganda Komputasional di Berbagai Negara* (Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2021), 270.

⁸ Hal ini terjadi, misalnya, dalam proses pemilihan presiden Donald Trump di Amerika Utara (USA) pada tahun 2016 yang, ketika itu, memanfaatkan penggunaan *Big Data* dan AI (*Artificial Intelligence*) untuk menggali kecenderungan, minat-minat, hasrat, dan opsi-opsi para calon pemilih. Melalui kecanggihan AI dalam mendulang data-data para pengguna internet, perusahaan data yang bernama Cambridge Analytica yang didirikan oleh Alexander Nix pada tahun 2013, mendukung kampanye Trump pada pemilu AS tahun 2016 dengan mendulang data pribadi lebih dari 50 juta para pengguna *Facebook* (yang sebagian besar merupakan pengguna di AS), Sudibyo, 21–22.

dari informasi-informasi yang tidak mereka sukai.⁹ Perkembangan teknologi digital melalui kecerdasan artifisial turut berperan dalam menjadikan manusia sebagai instrumen untuk meraih kekuasaan, memuaskan kepentingan elektoral, dan membuka jalan lebar bagi kepentingan-kepentingan ekonomis para pemilik perusahaan platform digital. Era digital membuka jalan lebar bagi instrumentalisasi manusia dalam kelindan kepentingan antara kekuasaan dan kapital.¹⁰

Dalam dunia pemikiran dan refleksi filosofis, persoalan hakikat dan eksistensi manusia selalu menggelisahkan. Artikel ini mau mengangkat persoalan-persoalan yang muncul dalam praktik berpolitik di era digital, yaitu bagaimana praktik berpolitik yang dijalankan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi digital dan sejauh mana bias-bias kemanusiaan tersingkap di dalamnya.

Kebaruan yang disumbangkan dari artikel ini terletak dalam upaya menelisik instrumentalisasi hakikat dan martabat manusia dalam praktik berpolitik yang menggunakan kecanggihan teknologi komunikasi digital. Pengandaian dasarnya adalah bahwa dalam setiap penggunaan teknologi komunikasi digital, aktivitas berpolitik di ruang-ruang virtual memiliki tendensi yang tersembunyi dalam memanfaatkan pikiran dan mentalitas manusia untuk kepentingan-kepentingan elektoral sesaat.¹¹ Betapa pun, ada pengaruh perkembangan teknologi di era digital yang kuat terhadap perilaku politik dan instrumentalisasi manusia dalam praktik berpolitik. Paparan permasalahan dan analisa dalam artikel ini terutama dibuat dalam relevansi dengan situasi politik di Indonesia.

Beberapa pertanyaan yang menjadi panduan dalam penulisan artikel ini adalah sebagai berikut: Bagaimana dunia digital saat ini berpengaruh terhadap logika politik dan kekuasaan? Apa konsep dan pemahaman tentang manusia dan kemanusiaan yang secara tersirat terkandung dalam praktik-praktik berpolitik di era media digital saat ini? Bagaimana seharusnya manusia menghadapi realitas politik di era media digital dan di ruang-ruang virtual di sekitarnya?

Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan di atas, perspektif filsafat menawarkan cara berpikir, cara melihat, dan cara menggumuli realitas dalam mendekati realitas. Dalam topik bahasan mengenai manusia dalam logika politik di era digital ini, penulis mau mendekati persoalan ini dalam kerangka filsafat manusia. Ketika manusia dijadikan instrumen semata

⁹ Ini yang disebut dengan sistem algoritma *filter bubble* yang sangat berisiko menimbulkan polarisasi yang memecah-belah masyarakat ke dalam pengelompokan berdasarkan kesamaan minat, profesi, pilihan politik, agama, dan lain sebagainya. Editha Soebagio, "Kebenaran dalam Media Digital", Editha Soebagio, "Kebenaran dalam Media Digital," *Studia Philosophica et Theologica* 20, no. 2 (23 September 2020): 127–41, <https://doi.org/10.35312/spet.v20i2.209>.

¹⁰ Di era digital, perusahaan-perusahaan digital global memiliki kepentingan untuk mengembangkan dan mempertahankan potensi ekonomi jaringan informasi yang terbentuk melalui internet. Sebaliknya, agen-agen negara (departemen keamanan, intelijen negara, dan departemen perdagangan) berkepentingan dalam mengendalikan dan mengawasi dinamika pasar-ekonomi sesuai regulasi. Betapa pun, era digital telah menumbuhkan *digital governance* yang sangat bertumpu pada analisis data-data yang memanfaatkan aplikasi teknologi yang terus-menerus diperbaharui. Dalam konteks ini bisa dikatakan bahwa kekuatan ekonomi-kapital bersekutu dengan kekuatan-kekuatan politik kekuasaan. Era digital membuka ruang jaringan dan konektivitas secara semakin terbuka lebar serta menyuburkan kelindan antara kekuasaan dan kapital. Sudibyo, *Jagat Digital. Pembebasan dan Penguasaan*, 23-24. Chandler, D. 2019. "Digital Governance in the Anthropocene: The Rise of the Correlational Machine", dalam: Chandler, D. and Fuchs, C. Jarrett, *Through the Reproductive Lens : Labour and Struggle at the Intersection of Culture and Economy*.

¹¹ Byung-Chul Han, *Infocracy: Digitization and the Crisis of Democracy* (Cambridge: Polity Press, 2022).

dalam meraih keuntungan ekonomis dan politis dengan memanfaatkan kecanduan para pengguna internet, pendekatan filsafat manusia memiliki andaian-andaian dasar yang bisa dijadikan pijakan analisis mengenai manusia dan dunianya.

Andaian dasar pertama adalah bahwa setiap manusia memiliki dunia individual yang dibatinkan dan dihayati sebagaimana diekspresikan dalam ungkapan-ungkapan verbal ketika seseorang sedang berbicara. Andaian ke dua adalah bahwa setiap orang memiliki dunia sosial-kultural yang dihasilkan oleh setiap pemikiran zaman. Pada dasarnya, manusia memiliki kemampuan dan keterbukaan untuk menafsirkan dan memami pengalaman-pengalamannya sedemikian rupa sehingga membentuk dunia yang dijalani dan dihayatinya dalam hidup sehari-hari. Manusia memiliki otonomi bukan hanya dalam berelasi dengan dunia di sekitarnya, melainkan juga dalam membentuk dunia yang dipahami, dibatinkan, dihayati, dan dijalannya. Dalam hal ini, filsafat manusia membantu “membaca” perkembangan dinamis zaman dan kecenderungan perilaku manusia dari waktu ke waktu melalui dua aspek dalam hubungan antara manusia dan dunianya tersebut di atas. “Membaca” sebuah zaman adalah salah satu tindakan yang khas yang dilakukan oleh para pemikir filsafat. Dalam perjalanan sejarah pemikiran filsafat, “pembacaan” yang semakin komprehensif tentang manusia berhadapan dengan perkembangan zaman menghasilkan peta jalan pikiran suatu periode hidup manusia dalam zaman tertentu, perilaku-perilaku sosial, motif-motif, dan dampak-dampak sosial tertentu.

Artikel ini merupakan salah bentuk “pembacaan” atas apa yang tersirat mengenai manusia di dalam penggunaan media sosial-digital dalam praksis berpolitik di Indonesia. Sebagai sebuah “pembacaan” dalam perspektif filsafat manusia, artikel ini mendekati permasalahan dengan menggunakan perspektif eksistensial dan hermeneutik (interpretatif). Hasil penelitian ini diharapkan akan berguna untuk memberi wawasan kepada para pembaca, terutama orang muda para pemilih pemula dalam setiap pemilihan umum dan pemilihan para anggota legislatif, agar mampu mengkritisi aneka penggunaan bahasa dan *gimmick* yang dipakai oleh para politisi, juru kampanye, para calon legislatif, serta juru bicara tim kampanye nasional, yang terekam dalam aneka bentuk media sosial-digital.

2. Metode Penelitian

Dalam artikel ini, penulis pertama-tama akan menggali tentang apa dan bagaimana logika politik dipraktikkan di era media digital. Setelah itu, penulis akan menelusuri bagaimana minat-minat dan kecenderungan perilaku digital para pengguna internet bisa dimanfaatkan oleh para pemilik platfdigital yang bekerja sama dengan para politisi atau pemangku kekuasaan publik untuk memenuhi kepentingan-kepentingan politik elektoral yang pragmatis dan transaksional. Dari penelusuran atas praktik-praktik politik yang memanfaatkan platform digital dan media sosial, penulis hendak menggali dan menyelidiki bagaimana logika politik dipakai sebagai dasar penalaran argumentatif yang memberi alasan pembenaran rasional bagi tindakan atau perilaku politik tertentu.

Metode penelitian yang digunakan adalah pengamatan atau observasi terhadap kecenderungan perilaku digital para pengguna internet dimanfaatkan untuk kepentingan elektoral secara pragmatis dan transaksional. Metode observasi tersebut diperkaya dan

diperdalam melalui studi literatur yang berhubungan dengan situasi dan perkembangan politik saat ini.

3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

3.1. Dari Manusia Sosial ke Manusia Digital

Berabad-abad lamanya, para filsuf memikirkan dan merenungkan tentang kodrat manusia. Manusia pada hakikatnya adalah “dia” yang bertanya tentang eksistensi dirinya, tentang sejarah masa lalu dan arah hidupnya di masa depan. Manusia bukan hanya bertanya, tetapi ia juga memperdalam kualitas atau bobot pertanyaannya. Melalui dinamika kedalaman bobot pertanyaan-pertanyaannya yang terus-menerus diperdalam (bahkan ia bertanya tentang ‘pertanyaan’ itu sendiri), manusia adalah seorang peziarah hidupnya.¹²

Di antara semua makhluk hidup yang diciptakan, hanya manusia sajalah yang mampu bertanya tentang dirinya. Kalimat René Descartes yang terkenal, *cogito ergo sum*, menandai kemampuan manusia dalam menyadari diri sebagai “dia” yang berpikir, meragukan, dan mempertimbangkan. Aktivitas berpikir dan meragukan menjadi metode yang canggih dalam membangun kesadaran manusia mengenai keberadaan (eksistensi) dirinya.¹³ Selepas Descartes, bertahun-tahun lamanya dunia filsafat dipenuhi oleh diskursus mengenai subjektivitas dengan optimisme yang besar pada kemampuan manusia dalam menentukan diri, berpikir dari dirinya sendiri, dan membangun kategori-kategori berpikirnya sendiri.¹⁴ Dalam era modernisme, manusia dipandang sebagai makhluk rasional-reflektif yang memiliki kemampuan metodologis-prosedural dalam berpikir dan berkesadaran. Modernisme sangat mengagungkan kemampuan subjek dalam berpikir dan berkesadaran sedemikian rupa sehingga pada titik tertentu mampu mencapai sintesa atas seluruh realitas yang benar-benar rasional.¹⁵

Akan tetapi, sejalan dengan perkembangan sejarah pemikiran filsafat, postmodernisme menegaskan ‘kematian subjek’ dengan menyatakan kegagalan modernisme yang mengagungkan rasionalitas subjek.¹⁶ Era postmodern justru melihat aspek kehidupan yang irasional di dalam diri manusia, di mana manusia tidak lagi digerakkan oleh motif-motif rasional dalam hidupnya. Kehidupan manusia di era postmodern digerakkan oleh motif-motif tidak sadar dan irasional. Individu tidak lagi menjadi penentu kebenaran, melainkan bahwa kebenaran dilihat hanya secara *fragmented* dalam representasi-representasi belaka yang tidak memiliki keterkaitan logis satu sama lain. Apa yang semula dinyatakan oleh Rene’ Descartes di masa awal Abad Modern sebagai “aku berpikir maka aku ada” (*cogito ergo sum*), kini di era postmodern kalimat itu menjadi “aku ada maka aku berpikir”. Keberadaan atau eksistensi dan

¹² Emerich Coreth, *Antropologia Filosofica*, trad. di Franco Buzzi (Brescia: Editrice Morcelliana, 2004) hal 10-11.

¹³ S.J. Frederick Copleston, *A History of Philosophy: Modern Philosophy From Descartes to Leibniz*, vol. Volume IV (Britain Amerika: Image Books, 1994) Hal 10-11.

¹⁴ Charles Taylor, *Sources of the Self: The Making of the Modern Identity* (Cambridge: Cambridge University Press, 2004) 156-157, 159.

¹⁵ Taylor, Hal 388.

¹⁶ Hugo A. Meynell, *Postmodernism and The New Enlightenment* (Washington: rsity of America Press, 1999) hal 63-64, 84.

kontekstualitas keberadaan itu sendiri sangat mempengaruhi bagaimana “aku berpikir”. Inilah yang disebut dengan *decentering subject* di era postmodern.¹⁷

Era postmodern yang menempatkan manusia bukan lagi sebagai pemilik dan pengendali rasionalitas mengalami titik klimaks di era teknologi komunikasi digital pada saat ini. Teknologi dalam kenyataannya menempatkan manusia bukan hanya sebagai subjek melainkan juga sebagai objek yang dimodifikasi oleh ciptaannya sendiri. Manusia sebagai pencipta dan pengguna teknologi mesti mengikuti prosedur-prosedur serta harus tunduk di bawah sistemnya. Manusia harus beradaptasi dengan tuntutan perkembangan teknologi itu sendiri.¹⁸ Dalam kenyataannya, perkembangan teknologi komunikasi digital semakin mendorong kebiasaan-kebiasaan baru untuk melakukan komunikasi dan perjumpaan secara virtual yang tidak lagi dibatasi oleh batas-batas fisik. Terjadi perubahan pola relasi dan komunikasi dari yang semula bersifat fisik dan personal ke relasi, perjumpaan, dan komunikasi di ruang-ruang virtual telah mengubah banyak perilaku sosial.

Disrupsi teknologi informasi dan komunikasi digital telah mengubah manusia dari manusia individual dan sosial menjadi manusia digital.¹⁹ Manusia digital ditandai oleh aktivitas-aktivitas digital, seperti mengunggah, mem-*posting*, mengunduh, berselancar di media sosial, mengirim dan menanggapi pesan-pesan digital (seperti *Whatsapp*, *Telegram*, *Facebook*, atau *Instagram*). Di era disrupsi digital, setiap pengguna internet berjejaring, berinteraksi, dan terkoneksi ke dalam jaringan global media komunikasi dan informasi dan membentuk kewargaan virtual yang disebut dengan warganet (*netizen*). Sejauh terhubung dengan internet dan menjadi pengguna aktif internet, tak seorang pun bisa luput dari dampak disrupsi digital ini. Berdasarkan hasil indikator pengukuran Indeks Literasi Digital Nasional (ILDN) sebagaimana dipaparkan dalam reportase koran harian KOMPAS pada hari Kamis tanggal 2 Februari 2023, Budaya Digital (BD) pada tahun 2022 sebesar 3,84 poin.²⁰ Hal ini menunjukkan tingginya aktivitas digital yang semakin banyak dilakukan oleh masyarakat.

Dampak signifikan dari perkembangan teknologi komunikasi digital melalui jaringan internet adalah lahirnya ruang-ruang virtual yang melampaui batas-batas ruang fisik.²¹ Orang berinteraksi secara virtual tanpa mengenal ruang dan batas-batas fisik. Komunikasi bisa melampaui batas-batas fisik sedemikian rupa sehingga perjumpaan dan kehadiran personal tidak lagi terlibat dalam aneka percakapan yang terjadi dalam era komunikasi digital. Akibatnya adalah bahwa dunia digital bersifat impersonal dan karenanya tidak memedulikan persoalan perasaan atau aspek afektif dalam kehidupan manusia. Dalam kenyataannya, aneka aktivitas digital menunjukkan bahwa seringkali komunikasi dan perbincangan di ruang-ruang publik virtual-digital tidak lagi hanya diisi oleh interaksi antarmanusia, melainkan juga antara manusia dengan ‘robot’ digital (atau bahkan antara ‘robot’ dengan ‘robot’ digital).

¹⁷ Steven Connor (ed.), *The Cambridge Companion to Postmodernism* (Cambridge: Cambridge University Press, 2004), 25-26. I. Bambang Sugiharto, “Postmodernisme Tantangan Bagi Filsafat,” *PT. Kanisius*, 1996, 1-177.

¹⁸ F. Budi Hardiman, *F. Budi Hardiman, Aku Klik maka Aku Ada: Manusia dalam Revolusi Digital* (Yogyakarta: Kanisius, 2021) hal 28.

¹⁹ Hardiman hal 39.

²⁰ “KOMPAS, Kamis, 2 Februari 2023,”.

²¹ Hartley, *Communication, cultural and media studies: The key concepts* 231-232.

Impersonalitas dunia digital semacam ini menyatakan suatu kondisi *decentering subject* sebagaimana digagas oleh postmodernisme, yaitu bahwa manusia tidak lagi menjadi subjek yang memiliki hak dan kebebasan dalam menentukan dirinya dan masa depannya sendiri. Impersonalitas dunia digital menempatkan kesadaran manusia sebagai objek dan instrumen untuk meraih tujuan-tujuan lain di luar kemanusiaan itu sendiri.

Di era teknologi digital yang semakin canggih, hidup manusia sangat akrab dan tergantung pada teknologi informasi dan perangkat digital. Kecepatan informasi global dan kecanggihan perangkat teknologi informasi menjadi keseharian hidup manusia, membentuk alam bawah sadarnya, dan memengaruhi perilaku-perilakunya. Oleh karena itu, impersonalitas teknologi komunikasi digital rentan berisiko memanipulasi interaksi sosial di ruang-ruang publik virtual. Berkat kecanggihan penghitungan atau kalkulasi algoritma, kecerdasan artifisial atau *artificial intelligence* (AI) mampu membangun *framing* dengan cara mendulang data-data pengguna untuk membangun gambaran realitas manipulatif tertentu melalui fragmen-fragmen dari suatu peristiwa yang sudah dipilih.²² Potongan-potongan serial tersebut disusun sedemikian rupa seperti sehingga nampak sebagai suatu *montage* yang membuat tempelan-tempelan *montage* tersebut nampak sebagai sesuatu yang riil, serial, dan saling berhubungan secara kronologis. Padahal, pada kenyataannya, hal itu hanyalah tempelan, *setting*-an, klip, yang dibuat melalui kecanggihan AI dalam mendulang data, membentuk kombinasi, mengedit, dan memanipulasi data-data. Kenyataannya, tidak ada korespondensi antara tampilan representatif dan kenyataan riilnya.

Cara kerja bawah sadar pikiran manusia di era digital saat ini dipengaruhi oleh pola-pola yang dibentuk oleh *templates* mesin-mesin pintar teknologi kecerdasan artifisial (AI, *artificial intelligence*). Pada dasarnya, pikiran manusia bekerja dengan cara meniru (*mimesis*) contoh-contoh atau *templates* yang sudah ada, untuk kemudian memproduksi sendiri berdasarkan pola-pola yang sudah diberikan oleh contoh-contoh atau *templates* tersebut. Manusia tanpa sadar setiap hari selalu berkomunikasi dengan robot-robot buatan AI. Di era media digital-global ini, persepsi manusia secara potensial dan laten dipengaruhi dan dibentuk oleh pengaturan (*setting*) yang dibuat oleh AI. Kalau kita tahu bagaimana persepsi manusia terbentuk dan bekerja-memengaruhi pertimbangan, putusan, dan perilaku manusia, kita akan merasa miris ketika melihat kenyataan bahwa persepsi-persepsi manusia saat ini dipengaruhi dan dibentuk oleh robot-robot AI. Perilaku-perilaku dengan mudah dipengaruhi dan digiring oleh bentukan atau ciptaan AI. Algoritma AI dengan mudah akan membaca kecenderungan-kecenderungan perilaku digital setiap pengguna internet dan pengakses data. Pembacaan AI ini lantas menjadi landasan algoritma untuk menentukan seleksi informasi-informasi terpilih yang pasti akan disukai dan diakses oleh sebanyak mungkin pengguna sedemikian rupa sehingga informasi-informasi terpilih tersebut menjadi isu-isu dominan. Metode kerja AI dalam memengaruhi dan menentukan perilaku penggunanya adalah dengan cara membobardir informasi-informasi secara terpilih (selektif) dan terus-menerus, intensif, dan akumulatif, sampai akhirnya membentuk isu, memengaruhi *mindset*, wacana, serta opini publik. Pada

²² Shoshana Zuboff, *The Age of Surveillance Capitalism. The Fight for Human Future at The New Frontier of Power* (New York: Public Affairs, 2019), 14-15. Sudibyo, *Jagat Digital: Pembebasan dan Penguasaan*.

akhirnya, opini-opini publik yang sudah terbentuk akan diterima sebagai kebenaran ketika sudah memengaruhi perilaku. Dalam konteks inilah, Shoshana Zuboff menyebutnya sebagai “kematian individu”.²³

Cara kerja mesin-mesin cerdas AI semacam ini berisiko tinggi bagi masa depan interaksi, komunikasi, dan hubungan antarsesama manusia. Cara kerjanya yang manipulatif dalam level tertinggi akan mampu memengaruhi pemahaman, kesadaran, dan pilihan-pilihan politik masyarakat. Dalam kenyataan riil, seringkali publik terlambat menyadari bahwa di balik hiruk-pikuk informasi palsu, penggiringan opini publik, dan manipulasi data-data, selalu ada *the invisible hands* yang turut campur tangan; yaitu, mereka yang menjadi aktor intelektual, sponsor, atau operator di balik propaganda politik yang menghiasi jagat/dunia virtual dan memengaruhi suksesi kepemimpinan nasional suatu negara.²⁴

Logika politik di era media digital mengandung konsep-konsep tertentu tentang manusia secara tersirat, tersembunyi, atau memang sengaja disembunyikan. Kenyataan ini dalam praksis berpolitik mengandung dua sisi. Di satu sisi, pemanfaatan teknologi komunikasi digital terbukti sangat efektif dalam praksis politik saat ini dalam memaksimalkan potensi finansial, kesempatan, dan tenaga untuk mengeruk keuntungan-keuntungan politis elektoral. Di sisi lain, politik di era digital juga rentan oleh manipulasi data pemilih, keterbelahan atau polarisasi pilihan-pilihan dalam masyarakat, serta berita bohong atau *hoax*. Situasi politik di era digital bisa menjadi sedemikian rumit dan menyentuh titik terendah dari rasionalitas hidup bersama manusia.

3.2. Kekuatan Kesan-kesan dan Peran Algoritma

Di era media sosial-digital ini, pikiran dan kesadaran manusia dipengaruhi oleh aneka tontonan yang dilihat dan dikonsumsi dalam tayangan media sosial. Seorang filsuf empiris dari Abad Modern, David Hume (1711-1776), menegaskan bagaimana pikiran manusia sangat dipengaruhi oleh kesan-kesan dan asosiasi-asosiasi yang membentuk *belief* (kepercayaan). Pengalaman yang berulang-ulang terjadi dan membentuk pola diterima dan dianggap sebagai hubungan sebab-akibat. Apa yang berulang-ulang dilihat dan dialami, sampai kemudian bertransformasi menjadi keyakinan akan adanya hubungan sebab-akibat.²⁵ Berkat intensitas emosi yang dilekatkan pada pengalaman-pengalaman tertentu (misalnya, karena suatu *statement* dikatakan oleh orang tua, guru agama, senior, atau kakak kelas), pengalaman tersebut membentuk kekuatan bawah sadar yang diamini sebagai kebenaran.

Dengan bertitik-tolak dari pemahaman tentang pengalaman empiris sebagai sumber pengetahuan, David Hume sebetulnya menegaskan kekuatan persepsi dan asosiasi yang dibentuk oleh serangkaian pengalaman manusia yang berulang. Bagi Hume, pengalaman adalah data-data yang secara langsung diberikan kepada panca indera manusia melalui sensasi-

²³ Shoshana Zuboff, “The Age of Surveillance Capitalism,” *Social Theory Re-Wired*, 2023, 203–13, <https://doi.org/10.4324/9781003320609-27> Hal 411..

²⁴ Sudibyo, *Tarung Digital: Propaganda Komputasional di Berbagai Negara* 30.

²⁵ David Hume, “An Enquiry Concerning Human Understanding,” *Seven Masterpieces of Philosophy*, 2016, 183–276, <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00046350> hal 242-244..

sensasi atau yang disebut dengan data-data inderawi.²⁶ Dalam konteks pandangan Hume ini, tidak ada pengetahuan yang pasti. Yang ada adalah pengetahuan hanya sejauh probabilitas.

Pandangan David Hume tentang kekuatan kesan, persepsi, dan pengetahuan sebagai asosiasi dari aneka pengalaman yang berbeda, bisa diterapkan dalam menilik era digital dan media sosial yang pada saat ini menjadikan kesan dan persepsi sebagai komoditas. Setiap propaganda atau iklan-iklan politik selalu mengarahkan atau menggiring kesan-kesan mengenai seorang kandidat (presiden, misalnya) sebagai sosok yang ideal. Persepsi dan kesan adalah komoditas penting bagi pengiklan politik. Dalam praktik berpolitik di era digital saat ini, tetap berlaku apa yang telah terjadi selama ini, yaitu bahwa uang dan popularitas berperan sangat penting dalam menggelembungkan persepsi dan kesan-kesan mengenai seorang kandidat atau calon legislatif. Melalui kecanggihan teknologi digital, persepsi dan kesan dengan mudah dibeli, digelembungkan, dan dimodifikasi sedemikian rupa agar menghasilkan citra tertentu atas seorang kandidat.

Dalam hal ini, algoritma *Big Data* berperan besar dalam menjadikan pihak pengirim pesan, pengiklan, dan konsumen berada di pihak setara yang bisa saling bertukar posisi. Seorang penerima pesan iklan politik di media sosial, misalnya, bisa meneruskan dan mereproduksi pesan tersebut sedemikian rupa sehingga pesan itu sendiri mengalami transformasi, reduksi, atau penggelembungan pesan. Algoritma memungkinkan media sosial berfungsi bukan hanya sebagai mediator pesan, melainkan juga mereproduksi pesan-pesan ke dalam bentuk-bentuk baru. Persepsi dan kesan-kesan berkembang jauh dari si pengirim pertama dan diterima dalam bentuk yang bisa sangat berbeda oleh si penerima terakhir. Media sosial bisa menjadi sarana “menggoreng” isu, menggelembungkan realitas, atau menjadikan pesan-pesan bias.

Media sosial sangat rawan digunakan sebagai sarana untuk melakukan aneka bentuk kejahatan, termasuk kejahatan politik.²⁷ Dengan memanfaatkan cara kerja algoritmik, media sosial di era digital sekarang ini bisa membaca aneka kecenderungan para pengguna internet dan memanfaatkannya untuk kepentingan-kepentingan politis. Data-data pribadi dikumpulkan dan dioperasikan sedemikian rupa melalui aneka aktivitas digital para pengguna, seperti interaksi sosial di media sosial atau aktivitas mencari sesuatu di mesin-mesin pencari seperti google. Berkat pembacaan atas data-data dan aktivitas digital tersebut, algoritma bekerja untuk menata informasi dan percakapan sosial sedemikian rupa sehingga orang-orang tertentu akan bertemu hanya dengan mereka yang memiliki minat-minat dan kecenderungan yang sama, termasuk dalam hal ini pilihan-pilihan politik.

Algoritma pada dasarnya merupakan prinsip kalkulatif dalam matematika yang digunakan untuk mengkalkulasi data-data, mengembangkan bentuk-bentuk pengetahuan empiris-inderawi dengan menemukan hubungan-hubungan di antara data-data tersebut.²⁸ Berdasarkan prinsip kerjanya, pengetahuan yang ditemukan atas dasar kerja algoritma menemukan pola-pola dan hubungan-hubungan di antara data-data, yang lantas membuka kemungkinan-kemungkinan cara-cara baru dalam melihat, merasakan, merespon dan beradaptasi dengan

²⁶ Frederick Copleston, *A History of Philosophy: Modern Philosophy From Descartes to Leibniz*, 263.

²⁷ Sudibyo, *Tarung Digital: Propaganda Komputasional di Berbagai Negara*, 16.

²⁸ Jarrett, *Through the Reproductive Lens : Labour and Struggle at the Intersection of Culture and Economy* Hal 6.

kehidupan dalam aneka kerumitannya. Sistem algoritma bekerja dengan cara menyaring, mengklasifikasi, dan mengelompokkan konten-konten yang setiap hari dihadirkan di ruang-ruang virtual di beranda media sosial para pengguna internet. Struktur konten itu nampaknya alamiah (natural), tetapi sebetulnya sudah terseleksi oleh kerja algoritma sedemikian rupa atas dasar pendulungan data-data yang menunjukkan minat-minat, kebutuhan, orientasi, kebiasaan, dan jaringan digital seorang pengguna internet.²⁹

“Panggung” media sosial di era digital ini tidak memiliki tuan yang jelas (dalam arti, “panggung” ini tidak memiliki *owner* yang langsung bisa dilihat figur atau profilnya). Sayangnya, di dunia maya, seringkali yang nampak mengendalikan pergerakan algoritma adalah popularitas dan uang.³⁰ Pencarian informasi bisa menampilkan apa pun yang dikehendaki oleh pengguna internet berdasarkan pendulungan data-data pengguna yang dilakukan oleh perusahaan platform digital dengan kriteria yang tidak transparan, yang sebetulnya bisa terindikasi sebagai motif kapital dan popularitas.³¹ Selain itu, proses algoritma dengan cepat mampu membaca dan melayani apa saja yang menjadi keinginan, harapan atau ekspektasi, dan minat-minat pengguna internet atau media sosial. Padahal, pada dasarnya, setiap orang selalu mencari informasi-informasi yang meneguhkan atau membenarkan keyakinannya atau prinsip-prinsip hidupnya sendiri. Ketika sedang “berselancar” di dunia media sosial atau ruang-ruang virtual, banyak orang hanya fokus pada informasi yang menguatkan harapannya atau mengonfirmasi ketakutan dan kecemasannya sendiri.³² Orang tidak lagi mencari informasi berdasarkan fakta-fakta objektif, melainkan hanya informasi-informasi yang mendukung dan membenarkan keyakinannya sendiri.³³ Melalui aneka tampilan atau fitur-fitur dalam dunia virtual-digital, orang tidak lagi peduli dengan kenyataan dan kebenaran riil-faktual sejauh gambaran yang ditampilkan dalam dunia virtual itu memberikan pengharapan dan imajinasi yang *hopeful*.³⁴

Kecenderungan-kecenderungan tersebut di atas ditangkap dengan sangat baik oleh para pemilik platform digital. Di balik aneka bisnis platform digital, orientasi yang menggerakkan pergerakan algoritmik yang tidak kasat mata ini sebetulnya sudah bisa diduga, yaitu didasarkan atas motif-motif kapital dan popularitas. Media sosial digital bisa dimanfaatkan oleh para pemilik platform digital sebagai panggung yang sangat terbuka dan nyaris tak terbatas. Di atas

²⁹ Sudibyo, *Tarung Digital: Propaganda Komputasional di Berbagai Negara* Hal 24, 270.

³⁰ Tom Nichols, *Matinya Kepakaran. "Perlawanan Terhadap Pengetahuan yang Telah Mapan dan Mudaratnya* (Jakarta: Gramedia, 2018), Hal 133.

³¹ Banyak pengguna media sosial seringkali tidak sadar bahwa ketika mereka sedang melakukan aktivitas-aktivitas digital (*posting, chatting, subscribing*, atau sekedar *viewing* dan *searching*), mereka sesungguhnya sedang berhadapan dengan entitas bisnis yang bekerja di balik platform-platform digital untuk akumulasi modal dan memaksimalkan produksi dan konsumsi. Pelayanan dan kemudahan yang diberikan oleh aneka platform digital tidak sepenuhnya gratis. Inilah yang disebut oleh Shoshana Zuboff sebagai pengawasan kapital atau *surveillance capitalism*. Shoshana Zuboff, *The Age of Surveillance Capitalism. The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power* (New York: Public Affairs, 2019), 17-18. Sudibyo, *Jagat Digital: Pembebasan dan Penguasaan* hal 33.

³² Nichols, *Matinya Kepakaran. "Perlawanan Terhadap Pengetahuan yang Telah Mapan dan Mudaratnya* Hal 37.

³³ Jayson Harsin, “Post-Truth and Critical Communication Studies,” in *Oxford Research Encyclopedia of Communication* (Oxford University Press, 2018), <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.757>.

³⁴ Damayanti, “Penggunaan Big Data Dan Dampaknya Di Dalam Dunia Politik: Munculnya Sikap Hopeful Ignorance Dalam Ragam Relasi Antarmanusia.”

panggung media sosial, isu-isu, sosok-sosok (publik maupun awam), atau pun peristiwa, memainkan peran dengan performa sebaik mungkin agar atraktif atau menarik perhatian *netizen*. Hal ini dilakukan sedemikian rupa agar mengesankan dan memperoleh respon yang diharapkan. Setiap respon *netizen* pada hakikatnya merupakan umpan balik persepsi dan kesan yang diharapkan (dalam konteks inilah, persepsi dan kesan merupakan komoditas sebagaimana tersirat dalam gagasan epistemologis David Hume). Di atas panggung media sosial ini, tidak ada kebenaran korespondensi atau koherensi. Orang tidak membutuhkan pembuktian kebenaran dari apa yang ditampilkan di atas “panggung” media sosial. Kebenaran dalam media sosial adalah kebenaran performatif dan pragmatis.³⁵ Orang hanya tahu menikmati tampilannya saja tanpa merasa perlu mencari dan membuktikan kebenarannya.

3.3. Kerawanan Politik di Era Digital

Ada keyakinan bahwa telah terjadi praktik penyalagunaan data pengguna media sosial dengan tujuan untuk memobilisasi suara masyarakat pemilih.³⁶ Pada kenyataannya, logika politik di era digital menggunakan manusia sebagai instrumen untuk tujuan-tujuan politik jangka pendek, pragmatis, dan transaksional. Dengan sengaja, perusahaan media digital seperti *Facebook* dan *Google* mengolah dan menggunakan data-data para pengguna internet di dalam server raksasa yang mereka miliki untuk ditawarkan kepada klien bisnis maupun politik yang akan membayar layanan data sesuai dengan permintaan dan kepentingan mereka.³⁷ Berdasarkan data-data kecenderungan perilaku digital para pengguna internet, perusahaan platform digital bisa membaca kecenderungan dan pola-pola perilaku digital para penggunanya, seperti durasi yang dihabiskan oleh seorang pengguna internet dalam berselancar di dunia maya (media sosial), pilihan-pilihan fitur, iklan, atau aplikasi tertentu yang cenderung dipilih dan diminati, atau aneka bentuk postingan tertentu yang secara intensif dilakukan oleh seorang pengguna. Aneka aktivitas digital ini secara algoritmik bisa menggambarkan kepribadian, minat-minat, dan kecenderungan-kecenderungan pribadi seseorang.³⁸ Informasi-informasi data pribadi pengguna seperti inilah yang kemudian dimanfaatkan dengan sangat baik oleh para pemilik platform digital dan politisi atau kandidat yang berkontestasi dalam pemilu untuk meraup keuntungan kapital atau suara elektoral.

Hal tersebut di atas tercermin dari fenomena pilpres 2024 yang baru saja terjadi. Dari hasil informasi yang dihimpun oleh koran KOMPAS pada tanggal 17 Februari 2024 yang lalu, strategi kampanye yang dijalankan oleh pasangan capres-cawapres Prabowo-Gibran dengan berbagai hal kekinian berhasil menarik selera para pemilih usia muda. Konten-konten kampanye “gemoy” dan lagu *Oke Gas 2* yang bergenre hiphop atau *rap* yang diciptakan oleh tim kreatif pasangan bernomor 02 ini sangat identik dengan anak muda masa kini. Kreativitas ini tidak lepas dari pemanfaatan pembacaan algoritmik AI atas minat-minat konsumsi media

³⁵ George Pappas, “Contemporary Readings in Epistemology,” *Teaching Philosophy* 17, no. 4 (1994): 362–64, <https://doi.org/10.5840/teachphil199417438>.

³⁶ Sudibyo, *Tarung Digital: Propaganda Komputasional di Berbagai Negara*, 18.

³⁷ Sudibyo, 19.

³⁸ Soebagio, “Kebenaran dalam Media Digital. 340”

sosial di kalangan anak muda.³⁹ Hal ini membuktikan bahwa peran algoritma dan teknologi media sosial digital sangat besar dalam memengaruhi dan mengarahkan pilihan-pilihan politik para calon pemilih. Kecanggihan dalam memilih atau menyeleksi berita-berita yang tertentu yang dipastikan akan menarik banyak perhatian *netizen* dengan mudah difasilitasi oleh pembacaan algoritmik atas kecenderungan perilaku digital para pengguna internet. Hal ini hanya mungkin dilakukan oleh mereka yang memiliki akses data-data para pengguna internet. Pemberian berita bohong dan eksploitasi politik identitas melalui media digital tanpa adanya sanksi hukum yang menindaknya dalam kenyataannya telah berhasil menjadi sarana ampuh dan efektif dalam menjatuhkan lawan politik. Akibatnya, ketika suatu informasi yang belum tentu kebenarannya dihembuskan setiap hari (atau bahkan setiap saat), orang pelan-pelan akan meyakini sebagai kebenaran faktual. Apa yang semula merupakan berita bohong, karena disemburkan setiap hari ke layar perangkat teknologi komunikasi telepon pintar, lantas bertransformasi menjadi kesan, persepsi, opini publik, wacana, dan kemudian pada saatnya akan diterima sebagai kebenaran.⁴⁰ Hal ini bisa menimbulkan situasi *chaotic* karena tidak ada lagi pijakan kebenaran yang bisa diterima oleh nalar sehat semua orang. Dalam situasi seperti ini, pihak yang paling diuntungkan adalah para pemilik platform digital yang bekerja sama dengan pihak kandidat (calon presiden, misalnya). Dalam hal ini, berlakulah kecenderungan lama kapitalisme yang berkonspirasi dengan kekuasaan politik untuk meraih keuntungan-keuntungan ekonomis.

Melalui penciptaan arus informasi yang digelontorkan secara masif, serta ujaran kebencian dan kabar bohong yang terus-menerus disebarluaskan, media sosial-digital mampu memobilisasi opini-opini publik sedemikian rupa sehingga masyarakat bisa terpecah-pecah ke dalam kubu-kubu yang sengaja diciptakan. Proses ini bisa terjadi melalui konspirasi antara kapitalisme dan politik yang saling berkelindan untuk meraih kekuasaan dan mengambil kendali atas situasi-situasi sosial-politik di tengah-tengah masyarakat. Berita-berita sampah namun sensasional, berita-berita bohong, serta ujaran-ujaran kebencian, ternyata justru menarik perhatian para *netizen* dan secara langsung maupun tidak langsung akan memberikan

³⁹ Survey KOMPAS pada tanggal 14 bulan Desember 2023 menunjukkan bahwa sebanyak 29,4 persen responden mengakses media sosial untuk membaca dan melihat konten yang terkait dengan pemilu. Koran KOMPAS, Sabtu, 17 Februari 2024”

⁴⁰ Proses ini sangat dipengaruhi oleh cara kerja algoritma yang menyaring dan menggiring aktivitas pengguna internet melalui pelacakan data-data aktivitas digital yang sering dilakukan oleh para pengguna internet berdasarkan kecenderungan minat-minatnya. Cara kerja algoritma yang biasa disebut dengan *filter bubble* ini memanjakan dan memuaskan hasrat para pengguna internet dan media digital untuk selalu mengakses informasi-informasi yang sesuai dengan perasaan, kesukaan, minat-minat, dan hobi-hobi mereka. Mereka yang sepaham dan memiliki kecenderungan aktivitas digital sama berada dalam satu ruang digital yang sama atau yang serumpun. Informasi-informasi yang sudah tergiring oleh sistem kerja algoritma ini akan mengelompokkan orang-orang yang sepaham ini ke dalam *bubble* informasi yang terus-menerus disemburkan dan pada akhirnya akan diyakini sebagai kebenaran. Sementara itu, mereka yang berbeda kecenderungan minat dan hobi aktivitas digital akan berada dalam ruang digital atau *bubble* yang berbeda. Terjadilah distorsi pandangan mengenai realitas yang benar. Oleh karena itu, karena fanatisme pandangan atau paham yang dimunculkan oleh cara kerja algoritma semacam itu, akan sangat mungkin terjadi bahwa perbedaan-perbedaan keyakinan, pendapat, dan pandangan akan membuat mereka yang berbeda saling berhadapan atau berseteru. Masyarakat terkotak-kotak dalam pilihan dan pandangan yang berbeda. Orang sangat mudah dipecah-belah “hanya” oleh perbedaan minat dan kesukaan. Soebagio, “Kebenaran dalam Media Digital.”

keuntungan bagi para petualang politik dan sekaligus menaikkan popularitas situs berita atau akun media sosial.⁴¹

Dalam perkembangannya, platform media sosial menjadi sarana penyebaran informasi dan pertukaran gagasan yang subur dan produktif dalam menyelesaikan aneka masalah publik. Media sosial memberi peran positif dalam membawa perubahan-perubahan sosial yang lebih baik. Akan tetapi, teknologi informasi digital juga membawa dampak-dampak negatif yang tidak kecil dalam dunia politik. Tidak jarang aneka platform media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, atau *Twitter*, menjadi sarana bagi propaganda politik oleh kelompok-kelompok tertentu yang memiliki kekuatan modal dan kekuasaan yang dominan. Kemudahan-kemudahan yang diberikan oleh teknologi digital yang mempercepat dan mempermudah distribusi informasi membuat perilaku politik bersifat semakin cenderung pragmatis dan transaksional demi kepentingan-kepentingan pertumbuhan kapital dan pelestarian politik kekuasaan. Media sosial menjadi instrumen mobilisasi isu-isu yang berlandaskan pada prasangka-prasangka buruk, kebohongan, dan kepalsuan, demi kepentingan politik yang pragmatis dan transaksional. Isu-isu tentang martabat manusia dan kesejahteraan umum tidak lagi mendapatkan perhatian sepenuhnya dalam praksis berpolitik.

Dalam hal ini, kita langsung bisa melihat bagaimana kekuatan, kemudahan, serta kecepatan akses yang diberikan oleh teknologi komunikasi digital telah membuat logika politik di era ini sangat menempatkan manusia sebagai instrumen bagi tujuan-tujuan politik elektoral yang bersifat jangka pendek, pragmatis, dan transaksional. Orang tidak lagi memedulikan tujuan politik jangka panjang bagi keadilan, kesetaraan, kesejahteraan umum, serta kebaikan bersama.

3.4. Perlunya Jeda Reflektif-Kritis

Di tengah perkembangan teknologi digital dan media sosial yang demikian memengaruhi motif-motif perilaku manusia zaman ini, manusia berhadapan dengan kenyataan hidup yang nampaknya bebas tetapi sesungguhnya sedang dikontrol atau dikendalikan oleh kekuatan-kekuatan kapital yang tidak kelihatan. Akibat dari perubahan-perubahan yang sangat cepat yang nampak cukup signifikan adalah bahwa manusia di era disrupsi digital sekarang ini kehilangan kesempatan jeda untuk melakukan refleksi atas hidup kesehariannya. Kecepatan kerja AI dan semburan-semburan informasi sehari-hari tidak memberi ruang dan kesempatan bagi manusia di era disrupsi digital untuk melakukan filter reflektif terhadap informasi-informasi yang diterima. Sirkulasi pesan-pesan digital sedemikian merasuki pikiran, imajinasi, dan perasaan para pengguna internet dari waktu ke waktu sehari-hari. Demi adaptasi dengan perkembangan zaman yang berubah sangat cepat, orang tidak merasa perlu melakukan distansi kritis-reflektif. Ketiadaan jeda reflektif dianggap normal sehingga kesadaran dan refleksi kritis dipandang tidak memiliki relevansinya lagi.⁴²

Di era digital ini, tidak ada pemaknaan teks yang stabil, karena perubahan konteks yang sangat cepat tanpa jeda reflektif-kritis telah “merenggut” kesempatan dan kemampuan manusia dalam mengambil jarak terhadap peristiwa-peristiwa hidupnya. Akibatnya, ketika kekuatan

⁴¹ Sudibyo, *Tarung Digital: Propaganda Komputasional di Berbagai Negara*, hal 37.

⁴² Sofia Näsström, *The Spirit of Democracy* (Oxford: Oxford University Press, 2021), 65.

opini publik, hal-hal yang dijadikan *viral*, dan kebiasaan-kebiasaan tertentu terus-menerus disebarkan melalui tontonan di media sosial, benak banyak orang cepat atau lambat akan mengadaptasinya sebagai sesuatu yang normal dan bisa dibenarkan. Kebanyakan orang mengonsumsi objek tontonan virtual dalam situasi rileks dan reseptif. Dampaknya, hal-hal yang semula dianggap tidak normal dan tidak benar sangat mungkin dibenarkan dan dianggap normal. Kekuatan disrupsi dalam dunia media dan teknologi komunikasi digital terbukti mampu mengarahkan persepsi dan *mindset* banyak orang, tanpa ada kesempatan jeda untuk sejenak melakukan refleksi kritis terhadap kenyataan disruptif tersebut.

Manusia di zaman ini memang tidak bisa sama sekali menghindari diri dari kemajuan dan peran teknologi dari keseharian hidupnya. Akan tetapi, di tengah dunia digital yang nampaknya tidak bebas dan deterministik itu, manusia sesungguhnya masih memiliki kebebasan untuk memilih bagaimana menggunakan atau memanfaatkan fasilitas-fasilitas teknologi digital. Pertanyaan penting yang patut direnungkan oleh manusia di era disrupsi digital sekarang ini adalah bagaimana mempertahankan kemampuan nalar kritis yang membuat kemanusiaan kita tetap otonom dan tidak dikontrol oleh sistem-sistem yang bersifat mekanistik dan dikendalikan oleh kapitalisme global? Bagaimana pilihan-pilihan politik tetap bisa ditentukan dengan proses penalaran yang bebas dan otonom dari penguasaan propaganda politik digital yang deras melanda perangkat-perangkat telepon pintar dan gawai di tangan kita?

Di bagian awal dari sub bab penelitian dan pembahasan, tulisan ini sudah menggarisbawahi refleksi filosofis tentang manusia sebagai makhluk yang bertanya. Kesadarannya yang terdalam terletak dalam kemampuannya untuk bertanya tentang eksistensinya sendiri. Oleh karena itu, pertanyaan reflektif manusia tentang “Siapakah aku?” merupakan tanda terdalam dari kesadaran diri manusia yang bertanya tentang eksistensinya sendiri. Dalam kacamata eksistensialisme, eksistensi itu sendiri menyingkapkan diri manusia sebagai makhluk berkesadaran yang mampu memahami dunianya, membangun dunianya, dan menyadari dirinya sendiri sebagai eksisten yang berada di dunia.⁴³ Filsafat (dalam hal ini filsafat interpretasi atau hermeneutika) menawarkan gagasan reflektif mengenai otonomi dan integritas manusia sebagai sosok penafsir yang selalu terbuka pada tindakan memahami pengalaman-pengalamannya yang membentuk realitas dunia yang dihidupi dan dijalannya. Ketika seseorang sedang memahami sesuatu, ia sebetulnya sedang memahami bagaimana peristiwa-peristiwa dan lingkungan hidupnya memengaruhi perspektif atau cara pandangnya terhadap hidup dan dunianya.⁴⁴ Dengan kata lain, setiap tindakannya untuk memahami

⁴³ Coreth, *Antropologia Filosofica*, trad. di Franco Buzzi, hal 18.

⁴⁴ Proses pemahaman terhadap dunia yang dihayati dan dibatinkan ini akan menjadi lebih jelas apabila dilihat dalam kerangka teori tentang lingkaran hermeneutik. Melalui teori lingkaran hermeneutik, tindakan memahami yang dilakukan oleh sosok manusia sebagai penafsir pada intinya adalah memilah-milah aneka asumsi dan memisahkan antara asumsi-asumsi yang relevan dan tidak relevan dengan tindakan praktis sehari-hari. Asumsi-asumsi yang relevan membentuk pemahaman-pemahaman yang semakin intens dan mendalam, yang membuat seseorang semakin berakar dalam tindakan-tindakan dialogis-praktis sehari-hari dengan dunianya, lingkungan sosialnya, dan akar budayanya sendiri. Sementara itu, asumsi-asumsi yang tidak relevan akan terbuang atau terlupakan dengan sendirinya dari horizon pemahaman. Proses lingkaran hermeneutik inilah yang disebut dengan fusi horizon. Georgia Warnke, Georgia Warnke, “The hermeneutic circle versus dialogue,” *Review of Metaphysics* 65, no. 1 (2011): 91–112. “<http://www.jstor.org/stable/23055684>”

duniannya sebetulnya merupakan aktivitas memahami diri atau, dengan kata lain, suatu penyingkapan atas eksistensinya sendiri.⁴⁵

Heidegger dalam buku *Being and Time* menegaskan bahwa manusia (*Dasein*) menghayati keberadaannya dengan cara memahami dirinya sendiri dalam relasinya dengan “adaan-adaan” lainnya. Lebih lanjut, Heidegger menegaskan bahwa, bagi manusia (*Dasein*) memahami hanya mungkin dilakukan dengan cara menginterpretasi.⁴⁶ Otentisitas manusia dalam keterlemparan eksistensialnya ditunjukkan dalam kemampuannya untuk bertanya, memahami, menginterpretasi, dan dengan demikian juga menyadari setiap keberadaan yang dialami dan dihayatinya. Dalam konteks inilah, bertanya merupakan momen penting dalam proses membangun kesadaran diri manusia yang otentik sebagai sebuah jeda kritis di tengah gempuran informasi yang tanpa henti di era disrupsi digital sekarang ini.

Melalui kacamata Heidegger, kita melihat bahwa filsafat di era disrupsi digital menawarkan kesadaran terhadap kemampuan manusia dalam membangun persepsi sadar yang secara otonom-mandiri bisa membaca, menafsirkan, dan menerjemahkan realitas serta menemukan nilai-nilai dalam pengalaman hidupnya. Dalam keseluruhan tata hirarkhi segala “yang-ada”, manusia dengan kemampuan kesadaran, pemahaman, dan kesadaran-diri memiliki kapasitas untuk hadir pada dirinya sendiri dan bertindak dari dirinya sendiri.⁴⁷ Kemampuan ini menjadikan manusia sebagai satu-satunya makhluk yang mampu memaknai keberadaan dirinya sebagai sosok yang “menjadi”, pribadi yang terus bertumbuh secara dinamis berkat relasinya dengan “adaan-adaan” lainnya (terutama dengan sesama manusia).

Di tengah arus makna kehidupan yang sudah dipengaruhi oleh *templates* yang diberikan oleh aneka tampilan virtual yang disajikan oleh media sosial yang setiap menit ditonton oleh jutaan *viewers*, manusia di zaman ini masih memiliki pilihan untuk mencari dan menemukan makna-makna hidup dari permenungannya atas pengalaman sehari-hari. Untuk itu, manusia di era digital perlu mengembangkan sikap distansi kritis dan reflektif terhadap dunia digital. Aktivitas reflektif tidak memaksudkan suatu kegiatan rohani tertentu, melainkan sikap mengambil jarak terhadap kenyataan yang mengontrol dan mendominasi pertimbangan dan pilihan hidup sehari-hari. Aktivitas refleksi kritis mau mencari kebenaran yang hakiki di tengah gempuran hidup yang hanya berada di level permukaan. Aktivitas refleksi berupaya untuk meraih kesadaran dan pemahaman komprehensif atas keseluruhan dan totalitas kenyataan. Oleh karena itu, meskipun tidak mudah untuk dilakukan, aktivitas berpikir kritis dan reflektif merupakan hal fundamental dan mendesak untuk dilakukan apabila manusia ingin mengikuti perubahan zaman yang cepat ini sebagai bagian dari proses keselarasan diri dengan perubahan yang terjadi, tanpa harus “larut” dan “tenggelam” dalam arus perubahan itu sendiri.

Refleksi memang tidak akan mengubah situasi hidup kita sehari-hari secara langsung. Aktivitas reflektif kritis juga tidak akan membawa hidup manusia pada gerak mundur ke belakang dan berkuat pada nostalgia dramatis dari memori masa silam. Manusia di era digital

⁴⁵ Hans-georg Gadamer, *Fusi horizon hermeneutika*, 20-21..

⁴⁶ Heidegger *Being*, “Heidegger ’ s *Being and Time* , Part 8 : Temporality,” no. 2004 (2012): 1–20.

⁴⁷ Kemampuan itulah yang disebut dengan determinasi diri (*self-determination*) manusia. Dengan kemampuan ini, manusia bisa bertanya mengenai keberadaan dirinya, makna keberadaannya, misteri ada, serta cara beradanya yang khas yang berbeda dari “adaan-adaan” lainnya. Adelbert Snijders, *Adelbert Snijders, OFM Cap., Antropologi Filsafat: Manusia Paradoks dan Seruan* (Yogyakarta: Kanisius, 2004) hal 12.

ini tidak bisa menolak perkembangan kemajuan teknologi digital dengan segala dampaknya. Sikap reflektif-kritis di era disrupsi digital ini sekurang-kurangnya merupakan bentuk kebebasan nalar manusia untuk mengambil jarak (distansi) terhadap situasi-situasi atau peristiwa-peristiwa di sekitarnya dan tidak “larut” atau hanyut sebagai objek perubahan-perubahan yang sangat cepat ini.

Di tengah logika politik era digital yang sangat bergantung pada kalkulasi algoritma yang bersifat impersonal, penting sekali bagi manusia untuk tetap menjadi subjek yang berpikir kritis dan mampu melakukan deliberasi atau pertimbangan rasional secara objektif. Tanpa distansi kritis dan reflektif terhadap dunia digital, konteks dan aneka bentuk penciptaan konteks akan mampu memengaruhi pergeseran makna dan proses pemaknaan teks. Proses pembelajaran mesti mengandalkan kemauan dan kemampuan untuk membuat distansi kritis terhadap realitas dan merefleksikannya. Di satu sisi, manusia bisa merefleksikan realitas pengalaman hidupnya dan di sisi lain manusia bisa menyelami pengalaman hidup itu sendiri dan belajar dari pengalamannya secara langsung. Manusia bisa secara otonom mengendalikan persepsinya dan membentuk realitas dunianya berdasarkan persepsi tersebut. Persepsi manusia berasal dari rangkaian memori yang terakumulasi, membentuk sedimentasi, yang kemudian menyusun prasangka-prasangka fundamental yang membentuk horison hidupnya.

Praktik berpolitik di era digital semestinya tetap mengedepankan isu-isu yang berkaitan dengan penghargaan terhadap martabat manusia yang setinggi-tingginya melalui upaya mewujudkan keadilan, kesetaraan, dan kesejahteraan umum. Media digital memang membuat isu-isu dan informasi bergerak dengan sangat cepat sampai kepada “konsumen” pembaca atau pengguna internet. Tetapi, penggunaan media apa pun sama sekali tidak pernah boleh menurunkan derajat atau kualitas tujuan politik yang sejak semula dipahami sebagai sesuatu yang suci dalam hidup bersama manusia. Oleh karena itu, artikel ini mau merekomendasikan media sosial dan platform digital dalam praksis berpolitik yang harus digunakan untuk tujuan sebesar-besarnya bagi hormat terhadap martabat manusia dan kesejahteraan umum.

- a. Media digital hendaknya digunakan sebagai media edukasi dan literasi politik yang berorientasi pada penciptaan/pengkondisian bagi martabat manusia, keadilan, kesetaraan, solidaritas sosial, kebaikan bersama, serta kesejahteraan umum.
- b. Media digital sebagai media edukasi dan literasi politik yang membuat banyak kaum awam politik, terutama orang-orang muda pemilih pemula, untuk “melek politik”. Dunia politik praktis sangat carut-marut oleh politik yang pragmatis dan transaksional. Dengan memanfaatkan media digital sebagai sarana edukasi dan literasi politik, diharapkan orang-orang muda mulai mempelajari filsafat politik dan “kesucian” politik, lalu menerimanya sebagai bagian dari idealisme dan cita-cita bersama.
- c. Media digital juga bisa digunakan sebagai sarana untuk menguatkan isu-isu mengenai cita-cita politik dalam mewujudkan keadilan, kesejahteraan umum, kebaikan bersama, serta solidaritas sosial.

4. Simpulan

Politik di era digital sangat rentan oleh kelindan kepentingan antara kepentingan politik dan kepentingan kapitalisme. Kapitalisme membutuhkan politik untuk melestarikan dan menjaga pergerakan modal. Sementara politik membutuhkan bantuan kapital untuk memenuhi tujuan kekuasaannya. Dalam kelindan tersebut, disrupsi digital melalui teknologi kecerdasan artifisial atau AI (*artificial intelligence*) memanfaatkan kecenderungan otak perseptif manusia dalam mencari informasi-informasi yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya sendiri. Bias informasi dalam bentuk misinformasi maupun disinformasi patut diwaspadai oleh setiap pengguna internet, terutama orang-orang muda para pemilih pemula dalam setiap hajatan elektoral lima tahunan atau pemilu.

Orang-orang muda mesti membangun sikap kritis, selektif, dan reflektif dalam menggunakan media informasi digital yang memberikan edukasi dan literasi mengenai “kesucian” hidup publik dan dunia politik. Sebab, sejatinya politik memiliki etika dan menjadikan manusia sebagai tujuannya. Etika politik mengarahkan atau memberikan panduan bagi praksis berpolitik secara manusiawi demi membangun kehidupan bersama umat manusia secara adil, merata, dan sejahtera.

5. Kepustakaan

- Being, Heidegger. “Heidegger ’ s Being and Time , Part 8 : Temporality,” no. 2004 (2012): 1–20.
- Botu, Firgians, Sekolah Tinggi, Filsafat Teologi, and Widya Sasana. “Disrupsi: Ancaman Atau Peluang Bagi Eksistensi Budaya Lokal? (Tinjauan Filosofis Atas Proses Perubahan Budaya).” *AGGIORNAMENTO: Jurnal Filsafat-Teologi Kontekstual* 3, no. 1 (2022): 29–41.
- Byung-Chul Han. *Infocracy: Digitization and the Crisis of Democracy*. Cambridge: Polity Press, 2022.
- Coreth, Emerich. *Antropologia Filosofica, Trad. Di Franco Buzzi*. Brescia: Editrice Morcelliana, 2004.
- Damayanti, Cicilia. “Penggunaan Big Data Dan Dampaknya Di Dalam Dunia Politik: Munculnya Sikap Hopeful Ignorance Dalam Ragam Relasi Antarmanusia.” *Studia Philosophica et Theologica* 23, no. 1 (April 2023): 18–39. <https://doi.org/10.35312/spet.v23i1.482>.
- Frederick Copleston, S.J. *A History of Philosophy: Modern Philosophy From Descartes to Leibniz*. Vol. Volume IV. Britain Amerika: Image Books, 1994.
- Gadamer, Hans-georg. *Fusi Horizon Hermeneutika*, n.d.
- Hardiman, F Budi. *Aku Klik Maka Aku Ada: Manusia Dalam Revolusi Digital*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 2021.
- Harsin, Jayson. “Post-Truth and Critical Communication Studies.” In *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. Oxford University Press, 2018. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.757>.
- Hartley, John. *Communication, Cultural and Media Studies: The Key Concepts*. *Communication, Cultural and Media Studies: The Key Concepts*, 2019. <https://doi.org/10.4324/9781315225814>.
- Hume, David. “An Enquiry Concerning Human Understanding.” *Seven Masterpieces of Philosophy*, 2016, 183–276. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00046350>.
- Jarrett, Kylie. *Through the Reproductive Lens : Labour and Struggle at the Intersection of Culture and Economy. Digital Objects, Digital Subjects: Interdisciplinary Perspectives*

- on Capitalism, Labour and Politics in the Age of Big Data*, 2019.
<https://doi.org/10.16997/book29.h>.
 “KOMPAS, Kamis, 2 Februari 2023,” n.d.
 Meynell, Hugo A. *Postmodernism and The New Enlightenment*. Washington: rsity of America Press, 1999.
 Näsström, Sofia. *The Spirit of Democracy*. Oxford: Oxford University Press, 2021.
 Nichols, Tom. *Matinya Kepakaran. "Perlawanan Terhadap Pengetahuan Yang Telah Mapan Dan Mudaratnya*. Jakarta: Gramedia, 2018.
 George Pappas. “Contemporary Readings in Epistemology.” *Teaching Philosophy* 17, no. 4 (1994): 362–64. <https://doi.org/10.5840/teachphil199417438>.
 Snijders, Adelbert. *Adelbert Snijders, OFM Cap., Antropologi Filsafat: Manusia Paradoks Dan Seruan*. Yogyakarta: Kanisius, 2004.
 Soebagio, Editha. “Kebenaran Dalam Media Digital.” *Studia Philosophica et Theologica* 20, no. 2 (September 2020): 127–41. <https://doi.org/10.35312/spet.v20i2.209>.
 Sudibyo, Agus. *Jagat Digital: Pembebasan Dan Penguasaan*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2021.
 ———. *Tarung Digital: Propaganda Komputasional Di Berbagai Negara*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2021.
 Sugiharto, I. Bambang. “Postmodernisme Tantangan Bagi Filsafat.” *PT. Kanisius*, 1996, 1–177.
 Taylor, Charles. *Sources of the Self: The Making of the Modern Identity*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.
 Warnke, Georgia. “The Hermeneutic Circle versus Dialogue.” *Review of Metaphysics* 65, no. 1 (2011): 91–112.
 Zuboff, Shoshana. “The Age of Surveillance Capitalism.” *Social Theory Re-Wired*, 2023, 203–13. <https://doi.org/10.4324/9781003320609-27>.