

## Pengaturan Pemblokiran Konten Penyebaran Kampanye Hitam Melalui Media Sosial

Kadek Mery Herawati

Fakultas Hukum, Universitas Mahendradatta, Denpasar —Indonesia

[kadekmeryherawati@gmail.com](mailto:kadekmeryherawati@gmail.com)

Published: 13/08/2024

### How To Cite:

Herawati, K. M. (2024). Pengaturan Pemblokiran Konten Penyebaran Kampanye Hitam Melalui Media Sosial. *KERTHA WICAKSANA: Sarana Komunikasi Dosen dan Mahasiswa*. 18(2). Pp 62-70. <https://doi.org/10.22225/kw.18.2.2024.62-70>

### ABSTRAK

*Social media is regarded as the fifth pillar of democracy. The role of the mass media as the controller of governance and democracy is increasingly recognized and is now regarded as the fourth pillar of the democratic system. However, along with the opportunities that exist, the digital age also poses a serious challenge to democracy. This spread of disinformation can confuse people, empower voters and influence their choices. Another challenge is black campaign attacks of false information or hoaks, insults and slander aimed at political opponents to knock each other down, carried out through social media. Starting from the issue, the author tried to analyze and describe further about the blocking of the spread of black campaign content through social media. This research is conducted in a normative jurisprudence, that is, by looking at the problem through the legal principles contained in Indonesian law. In article 280 (1) letter c of the Election Act, which regulates the prohibition of campaigns in elections, the rules on black campaigns on social media are not comprehensively written and do not have a clear definition. According to Article 40 (2) of the Electronic Information and Transactions Act, the Government is obliged to prevent the dissemination and use of Electronic information and/or electronic documents that have a prohibited load in accordance with the provisions of the regulations of the laws. However, this blockage can only be made against Electronic info and/or electronic documents which have illegal content, and does not include the termination of Internet network access as a whole. To offset the possibility of Internet abuse, the government has established a Internet Restriction Policy. By limiting the use of media, i.e. blocking and filtering websites or social media, surveillance, forced deletion of content, thorough blocking of social media on platforms and other communications information technologies.*

**Keywords:** *Blocking settings, black campaigns, social media*

### I. PENDAHULUAN

Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet dan media sosial, orang saat ini mendapatkan informasi dengan cara yang belum terjadi sebelumnya. Peningkatan penggunaan internet di Indonesia dapat mempengaruhi pemerintahan dan politik. Dalam sepuluh tahun pertama abad ke-21 teknologi informasi dan komunikasi berkembang dengan sangat cepat, jumlah pengguna internet pada Januari 2024 ada 185 juta individu pengguna internet di Indonesia, setara 66,5% dari total populasi nasional yang berjumlah 278,7 juta orang (Annur, 2024).

Teknologi digital telah mengubah cara

masyarakat berinteraksi dengan pemerintah dan mempengaruhi dinamika politik saat ini. Munculnya alat digital seperti platform media sosial dan aplikasi berbagi informasi, orang saat ini dapat lebih banyak mengakses informasi politik dan berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan. Dalam era internet yang terus berkembang, masyarakat dapat dengan mudah mengakses berita, laporan, dan perspektif politik dari berbagai sumber yang tersebar di berbagai platform online. Informasi politik, yang sebelumnya hanya dapat diakses melalui media konvensional, kini dapat dengan cepat dan mudah diakses melalui platform online juga. Selain itu, masyarakat juga dapat dengan mudah berpartisipasi dalam diskusi online,

menandatangani petisi online, dan berpartisipasi dalam kampanye politik online.

Sosial media dianggap sebagai pilar kelima demokrasi. Pilar demokrasi dari Trias Politika yaitu lembaga eksekutif, legislatif, dan yudikatif. Peran media massa sebagai pengendali proses pemerintahan dan demokrasi semakin diakui dan saat ini dianggap sebagai pilar keempat dari sistem demokrasi. Selain itu, media massa dianggap sebagai institusi yang tidak boleh terlepas dari sumber kekuasaan (Gelgel, 2019). Media sosial memberi masyarakat untuk berbagi pendapat, mendapatkan dukungan dan menyampaikan aspirasi politik mereka kepada institusi dan pemimpin politik. Partisipasi politik menjadi lebih inklusif dengan alat digital ini, yang memungkinkan warga dari berbagai latar belakang untuk memberikan suara dan mempengaruhi keputusan publik. Kehadiran aplikasi berbagi informasi dan platform media sosial telah mengubah dinamika kampanye politik juga, baik partai politik maupun calon politikus dapat menggunakan platform digital untuk mendapatkan dukungan, menyampaikan pesan politik, dan mengumpulkan umpan balik dari warga. Kampanye politik saat ini dapat mencapai audiens yang lebih luas dan memanfaatkan daya viral media sosial daripada sebelumnya, yang terbatas pada media tradisional. Dengan bantuan media sosial dan platform digital lainnya, orang dapat menyampaikan suara mereka secara publik, membentuk gerakan politik, dan mempengaruhi perubahan.

Namun, bersamaan dengan peluang yang ada, era digital juga menimbulkan tantangan yang serius terhadap demokrasi. Dengan akses yang lebih besar terhadap informasi politik dan partisipasi politik melalui platform digital, masalah seperti disinformasi atau penyebaran informasi palsu yang dapat mempengaruhi persepsi dan keputusan politik warga menjadi semakin meresahkan. Penyebaran disinformasi ini dapat membingungkan masyarakat, memperangi pemilih dan mempengaruhi pilihan mereka. Tantangan lain yang dihadapi adalah serangan kampanye hitam berupa informasi bohong atau hoaks, penghinaan dan fitnah yang ditujukan kepada lawan politik untuk saling menjatuhkan satu sama lain yang dilakukan melalui media sosial.

Menurut Undang-undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum (UU Pemilu) Pasal 267 hingga 339 memberikan penjelasan

tentang cara mengikuti pemilihan umum. Sedangkan pada Pasal 275, kampanye dapat dilakukan dengan berbagai cara, termasuk pertemuan terbatas, pertemuan tatap muka, penyebaran bahan kampanye kepada masyarakat umum, penggunaan alat peraga di tempat umum, iklan di media sosial, iklan di media cetak, media elektronik, dan internet, rapat umum, debat antara pasangan calon mengenai materi kampanye, pasangan calon dan kegiatan lain yang tidak melanggar larangan dan peraturan kampanye. Dalam Pasal 280, dijelaskan bahwa mengenai larangan kampanye pemilu, ayat (1) Pasal 280 yaitu; melarang mempersoalkan dasar negara Pancasila, Pembukaan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dan bentuk Negara Kesatuan Republik Indonesia, melakukan kegiatan yang membahayakan keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia, menghina seseorang, agama, suku, ras, golongan atau calon Presiden, seseorang dapat dihukum jika melanggar undang-undang tersebut. Ini diatur dalam Pasal 280 ayat (1) huruf c bahwa “menghina seseorang, agama, suku, ras, golongan, calon, dan/atau peserta pemilu yang lain”, dan dalam Pasal 521 bahwa “setiap pelaksana, peserta dan/atau tim kampanye pemilu yang dengan sengaja melanggar larangan yang disebutkan dalam Pasal 280 ayat (1) huruf a, b, atau c dengan sengaja melanggar dipidana penjara selama maksimal dua tahun dan dikenakan denda tidak lebih dari 24 juta rupiah.

Ketentuan mengenai larangan kampanye juga diatur dalam PKPU Nomor 15 Tahun 2023 tentang kampanye pemilihan umum mengatur kembali larangan sebagaimana diatur dalam Pasal 280 ayat (1) UU Pemilu hanya dikenakan kepada pelaksana, peserta dan tim kampanye Pemilu. Hal ini mengartikan bahwa selain dari pelaksana, peserta, dan tim kampanye pemilu tidak dapat dikenakan pada Pasal 280 ayat (1) UU Pemilu. Pasal 269 ayat (1) UU Pemilu mengatakan bahwa pelaksana kampanye Pemilu presiden dan wakil presiden terdiri atas pengurus partai politik atau gabungan partai politik pengusul, orang perseorangan dan organisasi penyelenggara kegiatan yang ditunjuk oleh peserta Pemilu Presiden dan Wakil Presiden.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa tidak ada sanksi yang diatur dalam Pasal 521 UU Pemilu untuk pelaksana, peserta, dan tim kampanye pemilu selain pelaksana. Namun kampanye hitam yang disebar di media sosial mungkin tidak

termasuk dalam kategori yang dilarang oleh Pasal tersebut. Ini disebabkan oleh fakta bahwa pengguna media sosial seringkali tidak tahu siapa pemilik akun anonim. Ini merupakan salah satu trik yang digunakan pelaku kejahatan kampanye hitam. Karena akun anonim sulit dilacak, para pelaku kejahatan dalam menggunakannya. Pengguna media sosial juga tidak dapat dikategorikan sebagai peserta, pelaksanaan atau tim kampanye pemilu. Dalam Undang-undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang perubahan kedua atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UU ITE) yang merupakan payung hukum untuk mengatasi adanya penyebaran kejahatan kampanye hitam melalui media sosial dengan pembatasan konten internet yang mengandung fitnah dan hujatan serta adu domba antar lawan politik. Namun hal tersebut belum secara tegas diatur dalam UU ITE mengenai pembatasan atau pemblokiran akses media sosial yang memiliki muatan konten penyebaran kampanye hitam. Secara substansi, regulasi pemilu harus berkontribusi pada tercapainya kesetaraan, keadilan dan kesejahteraan sosial selama penyelenggaraan pemilu dan produk yang dihasilkannya, tetapi tidak sampai mengakibatkan kekosongan hukum dalam penyelenggaraan pemilu dan semua atribut yang menyertainya. Perlu adanya pengawasan serta dibarengi dengan adanya regulasi yang baik dan tegas secara konsisten terutama pada pelaksanaan kampanye dengan menggunakan media sosial agar terhindar dari adanya kampanye yang terselubung.

Berangkat dari permasalahan diatas, penulis mencoba menganalisa serta mendeskripsikan lebih jauh mengenai pemblokiran konten penyebaran kampanye hitam melalui media sosial.

Berdasarkan uraian diatas dapat ditarik beberapa permasalahan yang akan menjadi batasan pembahasan dari penelitian ini, Adapun permasalahannya yaitu pengaturan kampanye Hitam melalui media social dan mengatasi tantangan kampanye Hitam melalui media sosial?

## **II. METODE**

Penelitian ini dilakukan secara yuridis normatif, yaitu dengan melihat masalah melalui prinsip-prinsip hukum yang terkandung dalam undang-undang Indonesia. Sebagai bagian dari penelitian hukum doktrinal, penelitian ini mempelajari doktrin hukum, termasuk prinsip-

prinsip, dan kaidah-kaidah yang ditemukan dalam literatur dan keputusan hakim di pengadilan. Pada metode ini yang digunakan sebagai data utama yaitu bahan hukum primer terdiri dari perundang-undangan Indonesia yang berkaitan dengan pelaksanaan pemilu dan kampanye, bahan hukum sekunder terdiri dari buku-buku dan artikel penelitian hukum dan bahan hukum tersier terdiri dari jurnal penelitian hukum dan artikel lainnya. Bahan sekondr dikumpulkan melalui teknik studi kepustakaan dan dikelompokkan sesuai dengan jenis bahan hukum.

## **III. PEMBAHASAN**

### ***Media Sosial sebagai Strategi Berkampanye***

Media sosial, yang awalnya hanya digunakan untuk berinteraksi dengan teman dan kerabat, kini mulai menembus komunikasi antara individu dan institusi. Akibatnya, partai politik mulai melihat media sosial sebagai alat untuk berinteraksi dengan konstituennya termasuk untuk mempromosikan produk mereka. Bahkan menjelang pemilu legislatif dan presiden, partai politik mulai membuat akun untuk melakukan kampanye. Kampanye pada dasarnya adalah menyampaikan pesan kepada khalayak melalui berbagai bentuk, seperti poster, spanduk, papan reklame, pidato, iklan diskusi dan selebaran.

Penggunaan sosial media dalam kampanye membuka berbagai cara baru untuk berinteraksi dengan pemilih, menyebarkan pesan kampanye, dan membangun dukungan. Sosial media memungkinkan kandidat untuk mencapai audiens yang lebih luas dan diversifikasi, dan pesan kampanye dapat disebarluaskan dengan cepat dan mencapai pemilih yang mungkin sulit dijangkau melalui saluran konvensional. Sebagian besar orang percaya bahwa kampanye politik dapat mencapai tujuan mereka dengan menggunakan media sosial.

Beberapa cara untuk menggunakan media sosial dalam berkampanye politik adalah (Fahmil, personal communication, 20 September 2023):

a. Meningkatkan kesadaran: Kandidat politik memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan kesadaran tentang agenda politik mereka dan diri mereka sendiri. Kandidat dapat menjangkau pemilih potensial dengan cepat dan efektif dengan memposting konten yang relevan dan menarik.

b. Melalui media sosial, kandidat dapat berinteraksi langsung dengan pemilih dan berbagi

pendapat mereka secara real-time. Ini memungkinkan kandidat untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan pemilih dan meningkatkan ikatan emosional.

c. Meningkatkan partisipasi pemilih: Media sosial dapat digunakan untuk mendorong pemilih untuk berpartisipasi aktif dalam proses politik dan menggerakkan mereka ke dalam daftar pemilih. Untuk mengajak pemilih untuk berpartisipasi, kandidat dapat memposting informasi tentang acara kampanye, pemungutan suara, dan masalah terbaru.

d. Membagikan visi dan nilai-nilai: Kandidat dapat membagikan visi dan prinsip politik mereka melalui media sosial. Dengan memberikan konten yang relevan dan inspiratif, mereka dapat membangun citra yang kuat dan menginspirasi pemilih.

e. Memonitor opini publik: Sosial media juga dapat digunakan untuk memantau dan menganalisis opini publik tentang kandidat dan masalah politik. Dengan mengamati diskusi dan mengumpulkan data, kandidat dapat mengetahui preferensi pemilih dengan lebih baik dan menyesuaikan strategi kampanye mereka.

f. Membangun jaringan dukungan: Media sosial memungkinkan kandidat untuk berinteraksi dengan relawan, pendukung, dan kontributor potensial, dan meminta dukungan dalam bentuk donasi atau partisipasi aktif.

Kampanye politik menggunakan media sosial sangat menguntungkan kandidat karena memungkinkan mereka menghubungi pemilih potensial dengan cepat dan efektif. Namun, penting untuk menggunakan media sosial dengan bijak dan mengikuti etika dan aturan yang berlaku.

Meskipun media sosial memiliki banyak keuntungan, perlu diingat bahwa penggunaan yang tidak bijaksana atau kontroversial dapat memengaruhi kampanye politik. Karena itu, kandidat dan tim kampanye harus menggunakan media sosial dengan hati-hati untuk menyampaikan pesan mereka dengan efektif dan mendukung tujuan kampanye mereka.

### ***Pengaturan Pemblokiran Penyebaran Kampanye Hitam Melalui Media Sosial***

Kampanye pada dasarnya adalah cara bagi peserta pemilu untuk memberikan program dan pendidikan politik kepada masyarakat yang memilih mereka (Budhiati, 2019). Namun, selama

kampanye banyak kecurangan dan pelanggaran terjadi, mulai dari pencurian awal kampanye yang dilakukan oleh pejabat sebelum masa kampanye tiba, hingga pembagian sembako, kaos partai, spanduk, dan selebaran. Kecurangan dan pelanggaran lain yang sering terjadi selama kampanye termasuk menghina lawan politik, menjatuhkan atau mengucapkan ujaran kebencian dan menghina pasangan calon tertentu.

Perbuatan yang disebutkan di atas termasuk berbagai jenis kampanye hitam yang dilakukan oleh masyarakat, tim kampanye dan peserta pemilu, baik secara tatap muka maupun melalui media sosial. Seperti yang disebutkan dalam Pasal 280 ayat (1) UU Pemilu, penelitian ini berfokus pada penyebaran konten kampanye hitam antar peserta pemilu melalui media sosial.

Menurut Riswadi (Riswadi, 2009) dalam bukunya komunikasi politik, kampanye hitam merupakan model kampanye dengan menggunakan rayuan, sindiran atau rumor yang menyebar mengenai sasaran kepada para kandidat atau calon untuk menciptakan persepsi yang dianggap tidak etis, terutama dalam hal kebijakan publik. Kecurangan dan pelanggaran lain yang sering terjadi selama kampanye termasuk menghina lawan politik, menjatuhkan atau mengucapkan ujaran kebencian dan menghina pasangan calon tertentu. Perbuatan tersebut merupakan contoh dari berbagai jenis kampanye hitam yang dilakukan oleh masyarakat, tim kampanye dan peserta pemilu, baik melalui cara yang dilakukan secara tatap muka maupun melalui media sosial.

Secara eksplisit larangan kampanye hitam diatur dalam Pasal 28 ayat (1), yakni larangan kampanye pemilu diberlakukan kepada pelaksana, peserta, dan tim kampanye pemilu. Frase "Peserta" yang dimaksud dalam hal ini tidak jelas, apakah mengarah pada peserta pemilu atau peserta kampanye. Istilah peserta pemilu maupun peserta kampanye mempunyai perbedaan yang signifikan. Menurut Pasal 1 angka 7, peserta pemilu adalah partai politik yang memilih anggota DPR, anggota DPRD Provinsi, anggota DPRD Kabupaten/Kota, dan anggota DPD secara perseorangan serta pasangan calon yang diusulkan oleh partai politik atau gabungan partai politik untuk pemilihan Presiden dan Wakil Presiden. Peserta kampanye, di sisi lain adalah semua orang yang ikut serta dalam kampanye pemilu.

Puteri Hikmawati berpendapat bahwa yang

dimaksud dengan “peserta” di Pasal 280 ayat (1) UU Pemilu adalah peserta kampanye, bukan peserta pemilu seperti yang disebutkan pada Pasal 268 ayat (2) yang menyatakan bahwa kampanye pemilu diikuti oleh peserta kampanye dan peserta kampanye pemilu menurut Pasal 273 terdiri dari anggota masyarakat (Himawati, 2019). Selain itu, bagian ke-10 (sepuluh) UU Pemilu mengenai “Pengaasan atas Pelaksanaan Kampanye Pemilu” antara Pasal 307 dan Pasal 324 menetapkan bahwa Bawasli melakukan pengawasan atas pelaksanaan kampanye pemilu dalam hal pelanggaran kampanye yang lebih terfokus pada pelaksana kampanye, tim kampanye dan peserta kampanye. Hal ini menunjukkan bahwa UU Pemilu memungkinkan setiap anggota masyarakat dan peserta kampanye dikenakan tindak pidana pemilu berdasarkan pasal tersebut. Namun demikian, “Peserta” yang tercantum dalam Pasal 80 ayat (1) UU Pemilu secara konsisten diartikan sebagai peserta pemilu. Sebagai contoh, Rahmat Bagja anggota Bawasli menyatakan bahwa larangan dan sanksi UU Pemilu hanya berlaku untuk pihak yang berhubungan langsung dengan pemilu, yaitu pelaksana kampanye, peserta pemilu dan tim kampanye. Menurutnya peserta yang dimaksud dalam hal ini adalah peserta pemilu. Selain itu Rahmat Bagja menyatakan bahwa jangkauan pidana pemilu pada dasarnya tidak mencakup relawan. Dengan demikian, jika seseorang secara umum, misalnya relawan atau simpatisan yang tentu saja tidak termasuk pelaksana kampanye, peserta pemilu atau tim kampanye melakukan kampanye hitam melalui media sosial, maka UU Pemilu tidak akan berlaku. Sebaliknya UU ITE yang akan berlaku (Salabi, n.d.). Namun, dalam kasus dimana pelaksana kampanye hitam adalah individu yang memiliki hubungan langsung dengan pemilu, misalnya peserta pemilu maka dijera UU Pemilu. Hal ini tentunya menimbulkan ketidakpastian dan ketidakadilan bagi masyarakat (Hikmawati). Oleh karena itu, pandangan tentang tindak pidana pemilu, terutama yang berkaitan dengan peserta, harus diluruskan dan disesuaikan.

Peraturan Komisi Pemeliharaan Umum Nomor 7 Tahun 2018 Pasal 35 mengatur mengenai Kampanye Menggunakan Media Sosial yang pada intinya ada beberapa Batasan-batasan tertentu, yaitu:

1. Hanya boleh memiliki maksimal 10 akun yang digunakan untuk kampanye pada setiap platform;

2. Pada setiap gambar atau materi yang digunakan pada setiap akun setidaknya harus

memuat visi, misi dan program-program peserta pemilu.

Pada Pasal 36 menjelaskan hal yang lebih merinci, yaitu:

1. Wajib mendaftarkan setiap akun resmi media sosial yang dimiliki oleh pelaksana kampanye paling lambat 1 (satu) hari sebelum masa kampanye dimulai;

2. Akun yang didaftarkan wajib ditutup pada hari terakhir masa kampanye.

Dalam perkembangannya kampanye hitam tidak hanya dilakukan melalui mulut ke mulut, tetapi juga telah berkembang melalui penggunaan media lain seperti media cetak dan elektronik, yang hingga saat ini masih dominan. Kemudian kampanye ini telah berkembang lebih jauh dengan memanfaatkan teknologi yang lebih canggih, seperti media sosial yang dapat diakses secara real time dan tidak dapat dibatasi penggunaannya.

Kampanye politik yang efektif menggunakan media sosial. Media sosial adalah alat komunikasi yang dapat menyebarkan pesan secara cepat dan serempak kepada audience yang luas dan heterogen, postingan masalah yang menjatuhkan lawan mainnya, dengan media sosial akan mendorong orang lain untuk berkomentar, memberikan tanggapan dan bahkan membuat orang lain percaya pada masalah tersebut. Dalam kampanye hitam di media sosial jika mengandung muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik terhadap para pasangan calon peserta pemilu tertentu, hal tersebut merupakan yang dilarang sebagaimana dalam Pasal 27 ayat (1) UU ITE yang menyatakan “setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyiarkan, mempertunjukkan, mendistribusikan, mentransmisikan, dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang melanggar kesusilaan untuk diketahui umum”. Sedangkan untuk orang-orang yang melakukan tindak pidana kampanye hitam dalam media sosial yang berkaitan dengan berita hoaks dapat dijera pada Pasal 45A ayat (1), yang menyatakan bahwa “setiap orang yang dengan sengaja mendistribusikan dan/atau mentransmisikan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang melanggar kesusilaan untuk diketahui umum sebagaimana dimaksud dalam Pasal 27 Ayat (10

dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

Negara Indonesia memiliki kewenangan untuk melakukan pemutusan jaringan internet terhadap konten penyebaran kampanye hitam, hal ini diatur dalam Pasal 40 Ayat (2), yang menyatakan:

Ayat (2) Pemerintah juga melindungi kepentingan umum dari segala jenis gangguan sebagai akibat penyalahgunaan Informasi Elektronik dan Transaksi Elektronik yang mengganggu ketertiban umum, sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan”.

Ayat (2a) Pemerintah wajib melakukan pencegahan penyebaran penyebarluasan dan penggunaan Informasi Elektronik dan/ atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang dilarang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Ayat (2b) Dalam melakukan pencegahan sebagaimana dimaksud pada ayat (2a), Pemerintah berwenang melakukan pemutusan Akses dan/atau memerintahkan kepada Penyelenggara Sistem Elektronik untuk melakukan pemutusan Akses terhadap Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang melanggar hukum.

Ayat (2c) Perintah kepada Penyelenggara Sistem Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (2b) berupa pemutusan Akses dan/ atau moderasi konten secara mandiri terhadap Informasi Elektronik dan/ atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan pornografi, perjudian, atau muatan lain sebagaimana dimaksud dalam ketentuan peraturan perundang-undangan sepanjang dimungkinkan secara teknologi.

Ayat (2d) Dalam melakukan pencegahan sebagaimana dimaksud pada ayat (2a), Pemerintah berwenang memerintahkan kepada Penyelenggara Sistem Elektronik untuk melakukan moderasi konten terhadap Informasi Elektronik dan/ atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan berbahaya bagi keselamatan nyawa atau kesehatan individu atau masyarakat.

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa pemerintah memiliki wewenang untuk memblokir apa pun, termasuk pemutusan akses jaringan internet. Namun pemblokiran ini hanya dapat dilakukan terhadap Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki

konten yang melanggar hukum, dan tidak mencakup pemutusan akses jaringan internet secara keseluruhan. Untuk mengimbangi kemungkinan penyalahgunaan internet, pemerintah di berbagai negara menetapkan "Kebijakan pembatasan internet". Jenis pembatasan internet dapat berupa:

1. Memblokir dan memfilter Konten
2. Penutupan dan Penghapusan konten secara paksa
3. Pembatasan akses internet pada layer infrastuktur maupun network
4. Pemutusan/Pemadaman Internet (Internet Shutdowns/Blackouts)
5. Pemblokiran media sosial secara menyeluruh pada platform dan teknologi informasi komunikasi lainnya.

Bentuk pembatasan tersebut, merupakan yang digunakan pemerintah untuk membatasi penggunaan media yaitu memblokir dan memfilter situs web atau media sosial, pengawasan, penghapusan konten yang dipaksakan, pemblokiran media sosial secara menyeluruh pada platform dan teknologi informasi komunikasi lainnya. Tujuan pembatasan penggunaan media sosial tersebut adalah untuk memastikan penghormatan dan pengakuan hak-hak orang lain dan untuk memenuhi persyaratan moral yang adil, ketertiban dan kesejahteraan dalam masyarakat demokratis. Pembatasan seperti itu dilakukan untuk menjaga demokrasi.

Program penanganan penyebaran kampanye hitam elama ini diterapkan pemerintah berifat lemah karena belum adanya kebijakan yang spasifik mengatur mengenai penanganan penyebaran kampanye hitam tersebut. Penggunaan model pengaturan dengan pendekatan institusional yang selama ini digunakan pemerintah dalam penanganan kampanye hitam, tidak relevan lagi digunakan seiring dengan perkembangan demokrasi dan dinamika lingkungan sosial masyarakat Indonesia dewasa ini.

#### ***Tantangan Kampanye Hitam Melalui Media Sosial***

Kampanye politik di media sosial meningkatkan interaksi antara kandidat dan pemilih serta memperluas jangkauan pesan politik. Namun, taktik agresif dan pesan politik yang tidak terkendali dapat merusak citra

kandidat (Mufliha, 2023).

Sebagai media kampanye tentu ada juga tantangan dalam menggunakan media sosial diantaranya (Evi Ariyanti, personal communication, 23 September 2023), Pertama, politisi harus mengambil langkah-langkah untuk melawan penyebaran hoaks dan berhati-hati dalam memverifikasi fakta sebelum menyebarkan informasi. Kedua, serangan dan kritik yang tajam: media sosial memberikan platform yang luas bagi orang-orang untuk menyampaikan pendapat mereka, jadi politisi sering menjadi sasaran kritik dan serangan yang kuat. Politisi menghadapi tantangan untuk tetap tenang dan fokus pada pesan dan tujuan mereka tanpa terpengaruh oleh serangan pribadi atau negatif. Ketiga, paparan berlebihan dan masalah membedakan antara pribadi dan publik: media sosial membuat politisi lebih mudah diakses dan memungkinkan mereka berinteraksi secara langsung dengan pemilih, tetapi mereka juga dapat menjadi terlalu terbuka dan terpapar. Politisi harus menetapkan batasan yang jelas tentang apa yang mereka katakan di media sosial dan berhati-hati dalam membedakan kehidupan pribadi dari publik. Keempat, Pengawasan dan Privasi: Media sosial sering mengawasi politisi. Segala sesuatu yang mereka katakan atau lakukan dapat dianalisis, dikritik, atau diputarbalikkan. Politisi juga harus memperhatikan privasi dan keamanan data pribadi saat menggunakan media sosial. Kelima, dampak negatif dari kampanye Black Lives Matter: Media sosial dapat menjadi tempat yang ideal untuk serangan pribadi yang tidak beretika atau kampanye Black Lives Matter. Dalam menanggapi serangan seperti itu, politisi harus berhati-hati dan mempertahankan moralitas dan integritas dalam kampanye politik mereka. Keenam, Mengelola Waktu dan Sumber Daya: Media sosial dapat menjadi pengalih perhatian yang signifikan, dan untuk mengelolanya dengan benar membutuhkan banyak waktu dan sumber daya. Untuk tetap fokus pada tugas politik yang lebih penting, politisi harus pandai mengatur waktu mereka.

Kampanye hitam di media sosial memiliki pengaruh besar terhadap pemilu Indonesia. Di antara efek paling signifikan yang dihasilkan dari kegiatan pemilu yang tidak bersifat Luber Jurdil adalah:

a. Rendahnya Jumlah Suara Pemilih

Kampanye hitam, juga dikenal sebagai "Black Campaign", melibatkan penyebaran berita bohong

dan fitnah terhadap peserta pemilu. Akibatnya, hal ini menimbulkan kekhawatiran masyarakat terhadap kepercayaan masyarakat terhadap peserta pemilu, tim kampanye, dan penyelenggara pemilu. hingga saat ini, masyarakat mengalami kesulitan untuk mempercayai tokoh politik, bahkan sampai tidak lagi mempercayai politik. Tindakan kampanye hitam (black campaign) melalui media sosial tentu akan menimbulkan akibat hukum. Akibat hukum itu sendiri bermula karena adanya subjek hukum yang melakukan tindak pidana atau kesalahan.

Kampanye hitam, termasuk dalam kategori tindak pidana pemilu, yaitu pelanggaran dan/atau kejahatan yang diatur dalam UU Nomor 7 Tahun 2017, seperti yang tercantum dalam pasal 1 angka 2 Peraturan Mahkamah Agung Nomor 1 Tahun 2018 tentang tata cara penyelesaian tindak pidana pemilihan dan pemilihan umum (Perma 1/2018). Undang-undang lain, seperti Undang-undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang perubahan kedua atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, mengikuti tindak pidana pemilu, khususnya kampanye hitam yang dilakukan melalui media sosial.

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 dapat disandingkan bersamaan dengan Undang-undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang perubahan kedua atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 dalam menyelesaikan tindak pidana pemilu dalam hal ini kampanye hitam (black campaign) melalui media sosial. Dapat diberlakukannya kedua Undang-Undang ini diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan tindak pidana pemilu melalui media sosial. Lain dari pada itu, masih ada keraguan di dalam UU Pemilu salah satunya dalam hal subjek tindak pidana pemilu. Subjek tindak pidana dalam UU ITE adalah setiap orang. Setiap orang yang dimaksud dalam UU ini adalah orang perseorangan, baik warga negara asing, maupun badan hukum. Sedang subjek tindak pidana dalam UU Pemilu diatur dan disebutkan secara eksplisit dalam pasal 280 ayat (1), yakni larangan kampanye pemilu diberlakukan kepada pelaksana, peserta, dan tim kampanye pemilu. "peserta" yang dimaksud dalam hal ini tidak jelas, apakah yang di maksud peserta disini itu peserta pemilu atau peserta kampanye. Tentunya kedua hal ini mempunyai perbedaan yang cukup signifikan. Terlepas dari kedua perbedaan makna peserta diatas, kampanye hitam (black campaign) tidak dapat diberikan ruang dalam proses pemilu di Indonesia.

Sehingga pelaku dari perbuatan kampanye hitam (black campaign) harus dihukum dengan tegas.

b. Rendahnya Kepercayaan Masyarakat Terhadap Pemilu

Ada banyak pemilih yang terdaftar dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT), tetapi tidak dapat menggunakan hak suaranya karena tidak berada di tempat pemilihan. Selain itu, ada banyak pemilih yang sengaja tidak hadir di TPS (Tempat Pemungutan Suara) karena ketidakpercayaan masyarakat terhadap proses pemilu.

Adanya hadiah seperti sembako dan uang yang diberikan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab kepada pemilih yang mengambang (pemilih yang mengambang) menimbulkan ketidakpercayaan masyarakat terhadap proses pemilu. Pemilih yang mengambang pasti akan memilih peserta pemilu yang memberikan sembako dan uang tersebut kepada dirinya sendiri.

Menurut asumsi masyarakat di lapangan, pemilih yang datang ke TPS sangat dipengaruhi oleh politik uang atau transaksional yang dilakukan oleh peserta pemilu atau partai mereka sendiri. Kondisi ini sangat memprihatinkan karena jumlah pemilih yang mengambang terus digunakan oleh kelompok untuk mendapatkan suara.

Hoax yang tersebar di media sosial seperti Instagram, Facebook, Tik Tok, dan lainnya, serta melalui aplikasi pengirim pesan seperti WhatsApp, Messenger, dan lainnya, menambah ketidakpercayaan masyarakat terhadap proses pemilu, terutama Pemilihan Presiden 2019.

Keikutsertaan media dalam membentuk opini publik berarti upaya khalayak untuk menentukan sikap dan tindakan mereka tentang masalah politik dan/atau aktor politik. Dalam kerangka ini, media menyampaikan diskusi politik kepada khalayak. Teks atau berita politik yang menggabungkan simbol politik dan fakta politik merupakan salah satu bentuk pembicaraan politik di media. Karena kemampuan ini, media sering digunakan sebagai alat propaganda dalam komunikasi politik (Pransiska, 2020).

c. Terciptanya Pemilu Yang Tidak Luber Jurdil

Sesuai dengan asas LUBER JURDIL, yang tercantum dalam Pasal 22E ayat (1) UUD NRI 1946, pemilu dilakukan sebagai alat demokrasi dan cara untuk memberikan kedaulatan rakyat.

Prinsip langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam pemilu sangat penting sehingga konstitusi harus memasukkannya, seperti yang disebutkan dalam naskah lengkap Buku V pada halaman 527 (Konstitusi). Pemaknaan LUBER JURDIL adalah sebagai berikut:

a. Langsung, ialah pemilih memiliki hak untuk memilih peserta pemilu yang sesuai dengan misinya secara langsung atau tanpa diwakili;

b. Umum, Setiap warga negara yang memenuhi syarat berhak untuk menggunakan hak suaranya;

c. Bebas berarti pemilih bebas memilih tanpa terpengaruh oleh partai atau peserta pemilu;

d. Rahasia, negara akan menjamin kerahasiaan suara pemilih;

e. Jujur, seluruh lembaga penyelenggara pemilu KPU, Bawaslu, Kepolisian, dan Kejaksaan bertindak jujur sesuai dengan undang-undang.

f. Adil, berarti setiap pemilih memiliki hak yang sama dalam pemilu.

Setiap lembaga dan pihak harus bertindak sesuai dengan asas LUBER JURDIL untuk menjalankan amanat konstitusi secara demokratis. Jika penyelenggaraan pemilu dilakukan dengan cara yang tidak sesuai dengan amanat konstitusi dan asas LUBER JURDIL, dampak dari proses pemilu akan mencakup wakil rakyat, pemimpin di tingkat daerah, dan presiden yang tidak dipercaya masyarakat atas setiap kebijakan yang dibuat. Masyarakat pasti akan mengikuti dan menerapkan setiap kebijakan yang dibuat oleh pemenang pemilu sulit.

#### IV. SIMPULAN

Dalam Undang-Undang Pemilu Pasal 280 Ayat (1) huruf c, yang mengatur larangan kampanye dalam Pemilu, aturan mengenai kampanye hitam di media sosial tidak ditulis secara menyeluruh dan tidak memiliki definisi yang jelas. Namun, banyak pakar hukum yang memahami arti tersirat dari pasal tersebut. Aparat penegak hukum biasanya menangani kasus kampanye hitam melalui platform media sosial seperti Instagram, Facebook, YouTube, dan media pengirim pesan seperti WhatsApp, Messenger, dan lainnya. Akan menggunakan penghubungan atau mengikat dengan Pasal 40 Ayat (2) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, Pemerintah wajib

melakukan pencegahan penyebarluasan dan penggunaan Informasi Elektronik dan/ atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang dilarang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Namun pemblokiran ini hanya dapat dilakukan terhadap Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki konten yang melanggar hukum, dan tidak mencakup pemutusan akses jaringan internet secara keseluruhan. Untuk mengimbangi kemungkinan penyalahgunaan internet, pemerintah menetapkan Kebijakan pembatasan internet. Dengan membatasi penggunaan media yaitu memblokir dan memfilter situs web atau media sosial, pengawasan, penghapusan konten yang dipaksakan, pemblokiran media sosial secara menyeluruh pada platform dan teknologi informasi komunikasi lainnya. Selain itu ada tantangan yang perlu diatasi terkait penyebaran kampanye hitam melalui media sosial. Salah satunya adalah penyebaran disinformasi atau berita palsu, yang dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap isu-isu politik dan mempengaruhi keputusan mereka. Disinformasi bisa membingungkan dan merusak kualitas diskusi publik. Hal lain pula yang dapat berdampak terhadap proses pemilu yaitu: 1. Rendahnya jumlah suara pemilih, 2. Rendahnya kepercayaan masyarakat terhadap pemilu, dan 3. Terciptanya pemilu yang tidak Luber Jurdil.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2024). *Ada 185 Juta Pengguna Internet di Indonesia pada Januari 2024*. Databooks. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/27/ada-185-juta-pengguna-internet-di-indonesia-pada-januari-2024>.
- Gelgel, N. M. R. A. (2019). *“Trending Topic” dan Hilangnya Ruang Publik yang Sehat*. In Wicaksono (Ed.), *Demokrasi Damai Era Digital* (Cetakan 1). Siberkreasi.
- Hikmawati, P. (2019). Penafsiran terhadap Subjek Pelanggaran Kampanye dalam UU No. 7 Tahun 2017 dan Ancaman Sanksi Pidananya. *Parliamentary Review*, 1(1).
- Islami, M. (2023). *OPINI: Pengaruh Media Sosial Terhadap Pemilu 2024*. IAIN Pare Pare—Prodi Komunikasi Penyiaran Islam. Retrieved from <https://kpi.iainpare.ac.id/2023/12/opini-pengaruh-media-sosial-terhadap.html>.
- Pransiska, P. S. (2020). *Ketidakpercayaan Politik Masyarakat Terhadap Penyelenggaraan Pemilihan Umum Presiden 2019 Di Kota Palembang (Studi Pada Tokoh Masyarakat Kecamatan Sukarami Dan Kecamatan Ilir Barat I)*. Skripsi. Fakultas Sosial dan Politik Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
- Riswandi. (2009). *Komunikasi Politik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Salabi, A. (2018). *Perihal Kampanye Negatif dan Kampanye Hitam Apa Bedanya?*, <https://rumahpemilu.org/perihal-kampanyenegatif-dan-kampanye-hitam-apa-bedanya/>
- Santoso, T., & Budhiati, I. (2019). *Pemilu Di Indonesia: Kelembagaan, Pelaksanaan Dan Pengawasan*. Jakarta Timur: Sinar Grafika.
- Sekretariat Jenderal Mahkamah Konstitusi. (2010). *Naskah Komprehensif Perubahan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Latar Belakang, Proses, dan Hasil Pembahasan*. Jakarta: Mahkamah Konstitusi.