

**PENEGAKAN HUKUM KAMPANYE HITAM (BLACK CAMPAIGN) DI MEDIA  
SOSIAL:  
PEMBELAJARAN PEMILIHAN UMUM PRESIDEN TAHUN 2019**

**LAW ENFORCEMENT OF BLACK CAMPAIGN IN SOCIAL MEDIA:  
LESSON LEARNED IN THE GENERAL ELECTION OF THE PRESIDENT OF 2019**

*Denico Doly*

(Pusat Penelitian, Bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik, BKD  
Jalan Gatot Subroto, Ged. Nusantara I, lantai 2, Setjen DPR RI,  
e-mail: nico\_tobing@yahoo.com)

Naskah diterima: 12 November 2019, direvisi: 27 Februari 2020,  
disetujui: 31 Maret 2020

**Abstract**

*The 2019 elections have already passed, but the implementation leaves some problems, especially the black campaign on social media. Social media has now undergone a change in its use, one of which is to carry out political activities (campaigns). The rules regarding black attacks are based on various laws and regulations. Even though there are rules, there are still many black campaigns on social media. The problem in this paper is the factors that influences the law enforcement of black attacks on social media and how to overcome black campaigns on social media. Factors influencing black campaign law enforcement on social media are, the law regulation factor Law No. 17 of 2017 which has not clearly and regulated black campaigns, lack of law enforcement personnel and expertise in enforcing black campaign law, facilities and facilities that limited, people who are used to black attacks, and the culture of people who do not understand precisely about social media. Mitigation efforts can be made with preventive media literacy, collaboration between institutions, and early detection applications of harmful content. Besides, repressive efforts carried out by law enforcement and closing accounts or sites that carry out black campaigns. UU no. 7 of 2017 needs to be revised by clearly and decisively regulating black campaigns, strengthening law enforcement through education and training, increasing the budget for police cybercrime units needs to be added for facilities and facilities, besides media literacy needs to be done from an early age.*

*Keywords: black campaign; social media; law enforcement*

**Abstrak**

Pemilu 2019 sudah terlewati, tetapi pelaksanaannya menyisakan permasalahan, khususnya kampanye hitam yang beredar di media sosial. Media sosial saat ini sudah mengalami perubahan pemanfaatannya, salah satunya yaitu sebagai tempat melakukan kegiatan politik (kampanye). Aturan mengenai kampanye hitam berada pada berbagai peraturan perundang-undangan. Walaupun sudah ada aturan, akan tetapi masih banyak kampanye hitam di media sosial. Permasalahan dalam tulisan ini yaitu, apa saja faktor yang memengaruhi penegakan hukum kampanye hitam di media sosial dan bagaimana upaya penanggulangan kampanye hitam di media sosial. Faktor yang memengaruhi penegakan hukum kampanye hitam di media sosial yaitu, faktor peraturan undang-undang UU No. 7 Tahun 2017 yang belum mengatur secara jelas dan tegas tentang kampanye hitam, penegak hukum yang kurang personil dan keahlian dalam penegakan hukum kampanye hitam, sarana dan fasilitas yang terbatas, masyarakat yang sudah terbiasa dengan kampanye hitam, dan kebudayaan masyarakat yang belum memahami secara pasti mengenai media sosial. Upaya penanggulangan dapat dilakukan dengan preventif dengan literasi media, kerja sama antar lembaga, dan aplikasi pendeteksi dini konten negatif. Selain itu upaya represif dilakukan dengan penegakan hukum dan pentutupan akun atau situs yang melakukan kampanye hitam. UU No. 7 Tahun 2017 perlu direvisi dengan mengatur secara jelas dan tegas tentang kampanye hitam, memperkuat penegak hukum dilakukan dengan pendidikan dan pelatihan, penambahan anggaran bagi unit *cyber-crime* Polri perlu ditambah untuk fasilitas dan sarana, selain itu literasi media perlu dilakukan dilakukan sejak usia dini.

Kata kunci: kampanye hitam; media sosial; penegakan hukum

**PENDAHULUAN**

Pemilihan Umum (Pemilu) Tahun 2019 merupakan Pemilu yang diselenggarakan

pertama kali secara serentak pada waktu yang bersamaan untuk Pemilihan Presiden (Pilpres) dengan Pemilu Legislatif (Pileg), dan Pemilu

Anggota DPD. Pemilu 2019 sudah dilaksanakan, walaupun pelaksanaannya cukup menjadi perhatian masyarakat. Perkumpulan untuk Pemilu dan Demokrasi (Perludem) mengatakan salah satu yang cukup menyita perhatian pada saat pelaksanaan Pemilu 2019, yaitu beredarnya kabar bohong (hoaks).<sup>1</sup> Permasalahan pelaksanaan Pemilu 2019 juga ditambah dengan beredarnya kampanye hitam (*black campaign*) yang ditunjukkan untuk menjatuhkan pihak lawan. Kampanye hitam (*black Campaign*) dilakukan melalui media konvensional seperti selebaran kertas, poster, spanduk, dan lain-lain secara massif dan media internet yaitu media sosial.

Pasal 1 angka 35 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum (UU No 7 Tahun 2017) menyatakan bahwa kampanye Pemilu adalah kegiatan peserta pemilu atau pihak lain yang ditunjuk oleh peserta Pemilu untuk meyakinkan pemilih dengan menawarkan visi, misi, program, dan/atau citra diri peserta Pemilu. Ada 2 (dua) pasangan calon presiden dan wakil presiden dalam pelaksanaan Pemilu 2019, yaitu Joko Widodo-Ma'aruf Amin dengan nomor urut 01 dan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno dengan nomor urut 02. Kedua pasangan calon presiden dan wakil presiden tersebut melakukan kampanye pada tanggal 23 September 2018-13 April 2019.

Proses pelaksanaan kampanye yang dilakukan oleh peserta Pemilu diatur dalam BAB VII tentang Kampanye Pemilu dari Pasal 267 sampai dengan Pasal 339 UU No. 7 Tahun 2017. Salah satu aturannya berisi tentang larangan atau batasan dalam kampanye, sebagaimana diatur dalam Pasal 280 ayat (1) UU No. 7 Tahun 2017, yaitu mengenai larangan menghina seorang peserta lain berdasarkan Suku, Agama, Ras, dan Golongan (SARA). Apabila ketentuan tersebut dilanggar, maka sanksi pidana akan diberikan.

Sehubungan dengan Kampanye hitam (*black campaign*) saat ini belum diatur secara jelas dan tegas dalam UU No. 7 Tahun 2017. Wirnyaningsih mengatakan bahwa tidak terdapat suatu definisi

yang mengatur atau mendefinisikan mengenai *black campaign*, walaupun secara tersirat, penegakan hukum kampanye hitam (*black campaign*) dapat ditafsirkan secara luas (*extensive legal interpretation*) dari Pasal 12 huruf c UU No. 7 Tahun 2017 yang menyatakan bahwa KPU menyusun Peraturan KPU untuk setiap tahap Pemilu yang salah satu norma di dalamnya, yaitu tentang larangan kampanye hitam (*black campaign*).<sup>2</sup> Selain itu, Pasal 12 huruf l juga mengatakan bahwa KPU dapat melaksanakan tugas lain dalam Penyelenggaraan Pemilu sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, yang salah satunya mengenai penafsiran terhadap ketentuan-ketentuan hukum dari peraturan perundang-undangan yang dimaksud untuk mencari landasan bagi larangan kampanye hitam (*black campaign*). Istilah kampanye hitam (*black campaign*) digunakan di Indonesia untuk menyebut kegiatan yang dikenal sebagai kampanye negatif (*negative campaign*) dalam rangka untuk menjatuhkan lawan politik. Adapun yang termasuk dalam kegiatan kampanye negatif (*negative campaign*) menurut UU No. 7 Tahun 2017 berkaitan dengan pelanggaran kode etik penyelenggaraan Pemilu, pelanggaran administrasi Pemilu, sengketa Pemilu, dan tindak pidana pemilu.<sup>3</sup> Berbeda dengan apa yang dimaksud oleh Wirnyaningsih, Alfred B David Dodu mengatakan bahwa kampanye hitam (*black campaign*) bersifat kepada penghinaan dan menyebarkan berita bohong, fitnah, atau ditujukan untuk menjatuhkan terhadap kandidat tertentu.<sup>4</sup>

Pelanggaran kampanye hitam (*black campaign*) ini banyak terjadi pada saat Pemilu 2019, yang menimpa kedua pasangan calon presiden dan wakil presiden pada Pemilu 2019. Pasangan calon Presiden dan calon Wakil

<sup>1</sup> Ameidy Daud, "Perludem Identifikasi Lima Masalah Pemilu 2019", 2019, (*online*), (<https://katadata.co.id/berita/2019/04/24/perludem-identifikasi-lima-masalah-pemilu-2019>), diakses 7 Oktober 2019).

<sup>2</sup> Law.ui.id, "Permasalahan Black Campaign Dalam Pemilihan Umum: Wawancara dengan Wirnyaningsih SH MH", 2014, (*online*), (<https://law.ui.ac.id/v3/permasalahan-black-campaign-dalam-pemilihan-umum-wawancara-dengan-wirnyaningsih-s-h-m-h/>), diakses 7 Oktober 2019).

<sup>3</sup> *Ibid.*

<sup>4</sup> Alfred B. David Dodu, "Penerapan Regulasi Politik Kampanye Hitam: Studi Kasus Pada Pilkada Kabupaten Banggai Tahun 2015", dalam *Jurnal Wacana Politik*. Volume 2 Nomor 1 Maret 2017, hlm. 53.

Presiden nomor urut 01 pernah diusulkan jika terpilih tidak akan ada azan jika terpilih atau Partai Komunis Indonesia (PKI) akan bangkit kembali ketika terpilih.<sup>5</sup> Adapun kampanye hitam (*black campaign*) yang dialami pasangan calon nomor urut 02 berupa isu skandal yang dilakukan Sandiaga Uno menjalin hubungan dengan tiga perempuan dan isu peredaran uang kertas rupiah berstempel lingkaran bertuliskan “Prabowo: satria piningit, Heru cakra ratu adil”.<sup>6</sup> Kampanye hitam (*black campaign*) tersebut dilakukan oleh oknum dengan menggunakan spanduk, tatap muka, selebaran, dan melalui dunia maya seperti media sosial (Facebook, Twitter, Instagram, dan lain-lain) atau aplikasi pengirim pesan (Whatsapp, messenger, dan lain-lain).

Saat ini, media sosial mengubah cara pandang masyarakat terhadap kehidupan sosial. Soerjono Soekanto sebagaimana dikutip oleh Dikdik M. Arief Mansur mengatakan bahwa kemajuan di bidang teknologi akan berjalan dengan munculnya perubahan di bidang kemasyarakatan khususnya di bidang nilai sosial, kaidah sosial, pola perikelakuan, organisasi, dan susunan lembaga kemasyarakatan.<sup>7</sup> Berdasarkan pendapat Soerjono Soekanto tersebut, dapat dikatakan bahwa adanya kemajuan bidang teknologi informasi akan membawa dampak pada hal yang positif maupun negatif.

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) pada periode Agustus 2018 sampai dengan Februari 2019 mengidentifikasi ada 771 konten hoaks di dunia maya.<sup>8</sup> Ada

181 konten dari 771 konten hoaks tersebut konten berkaitan dengan isu politik yang isinya menyerang pasangan calon presiden (capres) dan calon wakil presiden (cawapres) nomor urut 01 dan nomor urut 02.<sup>9</sup> Konten hoaks yang diidentifikasi oleh Kemenkominfo tersebut dalam tulisan ini dapat dikategorikan sebagai kampanye hitam karena berisi fitnah terhadap pasangan capres dan cawapres nomor 01 dan nomor 02. Kampanye hitam (*black campaign*) yang dilakukan di dunia maya, khususnya media sosial seringkali tidak terungkap, karena pelaku pembuat dan penyebar konten yang berisikan kampanye hitam (*black campaign*) tersebut sulit ditemukan. Selain itu, sifat dunia maya yang tanpa batas (*borderless*) menyebabkan secara yuridis dalam hal ruang siber tidak dapat mengkategorikan sesuatu dengan ukuran dan kualifikasi hukum konvensional untuk dapat dijadikan objek dan perbuatan.<sup>10</sup>

Sulitnya pengungkapan berbagai kasus kampanye hitam (*black campaign*) yang beredar di media sosial memang akan memberikan dampak pada penyelenggaraan Pemilu secara keseluruhan. Kampanye hitam (*black campaign*) bukan saja akan merugikan pasangan calon yang sedang bertanding dalam kontestasi pemilu, melainkan merugikan masyarakat juga karena akan berdampak pada penggiringan opini yang salah. Hal ini justru bertentangan dengan hak dasar masyarakat yang tertuang dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD NRI Tahun 1945) mengenai hak untuk mendapatkan informasi yang baik dan benar. Tidak terungkapnya berbagai kasus kampanye hitam (*black campaign*) di dunia maya dapat memberikan opini bahwa penegakan hukum tidak berjalan dengan baik.

Kampanye hitam (*black campaign*) dapat membahayakan bagi keutuhan bangsa dan negara. Penggunaan internet khususnya media sosial memang memberikan dampak positif kepada masyarakat, tetapi akan menimbulkan ancaman bagi ideologi bangsa apabila dipergunakan untuk sesuatu yang salah seperti kampanye hitam

<sup>5</sup> Dian Apriliana, “Deretan Kampanye Hitam Yang Merujuk pada Jokowi di Pilpres”, 2019, (*online*), (<https://www.idntimes.com/news/indonesia/dian-apriliana/deretan-kampanye-hitam-yang-merujuk-pada-jokowi-di-pilpres/full>), diakses 7 Oktober 2019).

<sup>6</sup> CNNIndonesia, “Kampanye Hitam Perusak Demokrasi dan Pembidik Pemilih Galau”, 2019, (*online*), (<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20190226162906-32-372779/kampanye-hitam-perusak-demokrasi-dan-pembidik-pemilih-galau>), diakses 7 Oktober 2019).

<sup>7</sup> Dikdik M. Arief Mansur dan Elisatris Gultom, *Cyber Law: Aspek Hukum Teknologi Informasi*, Bandung: Refika Aditama, 2005, hlm. 3.

<sup>8</sup> Agus Mansur, “Konten Hoax Warnai Dunia Maya”, 2019, (*online*), (<http://www.neraca.co.id/article/114161/jelang-pilpres-771-konten-hoax-warnai-dunia-maya>), diakses 11 Oktober 2019).

<sup>9</sup> *Ibid.*

<sup>10</sup> Ahmad M. Ramli, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia*, Bandung: Refika Aditama, 2010, hlm. 1-3.

(*black campaign*).<sup>11</sup> Masyarakat menjadi tergiring opininya ataupun tidak dapat percaya lagi terhadap hasil Pemilu 2019, sehingga cenderung apatis kepada peserta pemilu, pemenang pemilu, dan penyelenggara pemilu. Hal ini tentu saja akan berdampak pada penyelenggaraan pemilu secara keseluruhan dan keutuhan bangsa dan negara. Penegakan hukum saat ini dinilai belum dapat berjalan secara optimal berjalan. Berdasarkan hal tersebut, permasalahan dalam tulisan ini yaitu:

1. Apa saja faktor-faktor yang memengaruhi penegakan hukum terhadap kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial?
2. Bagaimana upaya penanggulangan kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial?

Tulisan ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi penegakan hukum terhadap kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial dan mengetahui bagaimana upaya penanggulangan kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial. Adapun kegunaan tulisan ini selain untuk menambah pengetahuan ilmu di bidang hukum, juga untuk memberikan masukan kepada anggota legislatif dan eksekutif, serta penyelenggara Pemilu dalam membentuk aturan mengenai pelaksanaan Pemilu.

## METODE PENELITIAN

Tulisan ini menggunakan metode penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif adalah penelitian hukum yang dilakukan terhadap bahan hukum primer dan sekunder.<sup>12</sup> Sumber hukum yang digunakan adalah bahan hukum primer yang berupa peraturan perundang-undangan dan bahan hukum sekunder yang berupa buku, artikel, majalah dan lain sebagainya. Jenis pendekatan yang digunakan dalam tulisan ini adalah pendekatan peraturan perundang-undangan.

## PEMBAHASAN

### Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penegakan Hukum Kampanye Hitam (*Black Campaign*) di Media Sosial

Pasal 167 ayat (4) UU No. 7 Tahun 2017 menyebutkan bahwa salah satu tahapan penyelenggaraan pemilu yaitu masa Kampanye Pemilu. Kampanye Pemilu didefinisikan sebagai kegiatan peserta Pemilu atau pihak lain yang ditunjuk oleh Peserta Pemilu untuk meyakinkan pemilih dengan menawarkan visi, misi, program, dan/atau citra diri peserta Pemilu.<sup>13</sup> Selain itu, kampanye Pemilu ditujukan sebagai bagian dari pendidikan politik masyarakat yang dilaksanakan secara bertanggung jawab.<sup>14</sup> Inti dari Pasal 267 ayat (1) UU No. 7 Tahun 2017, yaitu kampanye Pemilu dilaksanakan secara bertanggung jawab. Hal ini mengartikan bahwa terdapat aturan atau sanksi yang mengikuti ketika kampanye Pemilu tersebut dilakukan di luar aturan atau norma yang berlaku di masyarakat. Kampanye Pemilu tentu saja harus memiliki materi kampanye yang akan diutarakan, baik dalam bentuk visual maupun suara. Kampanye di media sosial banyak digunakan oleh peserta pemilu.

Pasal 275 ayat (1) UU No. 7 Tahun 2017 memiliki substansi baru yang belum diatur sama sekali dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2008 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (UU No. 10 Tahun 2008) dan Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2008 tentang Pemilu Presiden dan Wakil Presiden (UU No. 42 Tahun 2008). Substansi baru tersebut yaitu mengenai pelaksanaan kampanye Pemilu yang dilakukan oleh peserta Pemilu melalui media sosial. Kampanye Pemilu melalui media sosial ini tidak dikenal dalam Pasal 38 UU No. 42 Tahun 2008 dan Pasal 81 UU No. 10 Tahun 2008. Pasal 275 ayat (1) UU No. 7 Tahun 2017 menunjukkan bahwa undang-undang kepiluan sudah mulai mengadopsi peralihan teknologi dalam pelaksanaan Pemilu, khususnya yang berkaitan dengan kampanye.

<sup>11</sup> Agus Mansur, "Konten Hoax Warnai Dunia Maya", ..., *Op.Cit.*

<sup>12</sup> Soerjono Soekanto, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013, hlm. 13.

<sup>13</sup> Pasal 1 angka 35 UU No. 7 Tahun 2017

<sup>14</sup> Pasal 267 ayat (1) UU No. 7 Tahun 2017

Selain itu, Komisi Pemilihan Umum (KPU) telah menetapkan Peraturan KPU Nomor 23 Tahun 2018 tentang Kampanye Pemilihan Umum (PKPU No. 23 Tahun 2018). PKPU No. 23 Tahun 2018 mengatur kampanye melalui media sosial yang materinya paling sedikit memuat visi, misi, dan program peserta Pemilu.<sup>15</sup> Selain itu, PKPU ini juga mewajibkan agar setiap akun resmi media sosial yang dibuat oleh peserta Pemilu untuk didaftarkan kepada KPU atau KPU daerah.<sup>16</sup> Berdasarkan UU No. 7 Tahun 2017 dan PKPU No. 23 Tahun 2018, dapat dikatakan bahwa terdapat pengakuan dari pembentuk undang-undang dan penyelenggara Pemilu mengenai media sosial merupakan media bagi peserta Pemilu dalam melaksanakan kegiatan kampanye dan media sosial tersebut dapat berkontribusi besar terhadap suksesnya penyelenggaraan Pemilu. Media sosial menjadi lahan bagi penyebaran informasi, baik yang bersifat positif maupun informasi yang kebenarannya belum tentu benar (terkonfirmasi).

Masyarakat Telematika (Mastel) pada tahun 2017 pernah melakukan penelitian. Penelitian tersebut menyatakan bahwa banyak berita bohong (*hoaks*) yang disebar melalui situs *web* sebesar 34,90%, aplikasi *chatting* (Whatsapp, Line, Telegram) sebesar 62,80%, dan melalui media sosial (Facebook, Twitter, Instagram, dan Path) sebesar 92,40%.<sup>17</sup> Berdasarkan penelitian tersebut, dapat dikatakan bahwa media sosial banyak dimanfaatkan untuk menyiarkan konten negatif oleh orang yang tidak bertanggung jawab. Selain itu, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2018 menyatakan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 171,17 juta orang. Angka ini setara dengan 64,8% dari total penduduk Indonesia yaitu sebesar 264,16 juta orang.<sup>18</sup>

Apabila merujuk pada Daftar Pemilih Tetap (DPT) yang ditetapkan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) yaitu sebanyak 190.779.969 pemilih,<sup>19</sup> maka dapat dikatakan sekitar 89,7% pemilih mengakses internet. Keberadaan internet menjadi kunci dalam pelaksanaan Pemilu. Namun, keberadaan internet ini mengakibatkan kampanye hitam (*black campaign*) semakin marak dalam pelaksanaan Pemilu. Hal tersebut menunjukkan adanya kemudahan teknologi dan mengakses media sosial menjadi primadona dalam berbagai kalangan, sehingga dapat memengaruhi terjadinya kejahatan yang mengalami peralihan dengan adanya teknologi.

Kampanye hitam (*black campaign*) melalui mediasosial saat ini sudah meresahkan masyarakat. Ini karena media sosial dapat dijadikan sebagai alat kejahatan baru. Perpindahan ini dapat dilihat juga pada saat dilaksanakannya pemilu. Kampanye hitam (*black campaign*) sebelum adanya media sosial dilakukan dengan membagi atau menyebarkan informasi melalui brosur, pamflet, artikel, spanduk, dan lain-lain berisi berita bohong, fitnah, dan/atau informasi negatif yang ditujukan terhadap satu pasangan tertentu.<sup>20</sup> Penyebaran itu bisa dilakukan oleh siapa saja, baik itu oknum tim kampanye yang sudah terdaftar maupun oknum simpatisan yang bukan sebagai tim kampanye terdaftar.

Adanya kemudahan teknologi menyebabkan penyebaran kampanye hitam (*black campaign*) lebih massif dilakukan, karena dengan satu buah peralatan komputer atau *smartphone* bisa menyebarkan isi kampanye hitam (*black campaign*) ke seluruh dunia melalui internet. Penyebaran isi kampanye hitam (*black campaign*) melalui media sosial dikatakan lebih massif, karena dengan menyebarkan ulang (*re-share*) atau *copy-paste* sebuah *link* atau berita pada media sosial, maka berita itu akan tersebar dalam hitungan detik. Hal ini yang dimanfaatkan oleh pelaku kejahatan

<sup>15</sup> Pasal 35 ayat (3) Peraturan KPU Nomor 23 Tahun 2018 tentang Kampanye Pemilihan Umum.

<sup>16</sup> Pasal 36 ayat (1) Peraturan KPU Nomor 23 Tahun 2018 tentang Kampanye Pemilihan Umum.

<sup>17</sup> Christiany Juditha, "Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya", dalam *Jurnal Pekommas*, Volume 3 Nomor 1 April 2018, hlm. 32.

<sup>18</sup> CNCB Indonesia, "Survei Penggunaan Internet di RI Tembus 171,17 Juta Jiwa, 2019, (*online*), (<https://www.cncbindonesia.com/tech/20190516191935-37-73041/survei-pengguna-internet-di-ri-tembus-17117-juta-jiwa>, diakses 13 Oktober 2019).

<sup>19</sup> Dwi Andayani, "KPU DPT Pemilu Hasil Perbaikan Bertambah Jadi 192 Juta Orang Lebih?", 2019, (*online*), ([https://news.detik.com/berita/d-4501983/kpu-dpt-pemilu-hasil-perbaikan-bertambah-jadi-192-juta-orang-lebih?\\_ga=2.247560207.923657013.1572227354-1099439548.1506052852](https://news.detik.com/berita/d-4501983/kpu-dpt-pemilu-hasil-perbaikan-bertambah-jadi-192-juta-orang-lebih?_ga=2.247560207.923657013.1572227354-1099439548.1506052852), diakses 13 Oktober 2019).

<sup>20</sup> Alfred B. David Dodu. *loc.cit*, hlm. 54.

sehingga opini dapat terbentuk dan masyarakat akan mengubah pola pikirnya. Selain itu, banyak kampanye hitam (*black campaign*) dilakukan dengan membuat iklan yang justru isinya menipu. Iklan kampanye menipu cenderung menyesatkan dan mendistorsi kebenaran tentang calon lawan dan tidak ada cara yang lebih baik untuk membuktikannya karena tujuan iklan ini memang menipu dan mendistorsi kebenaran lawan politik.<sup>21</sup>

Kampanye hitam (*black campaign*) sudah menjadi tren sejak pelaksanaan kampanye pemilu tahun 2014 dan Pemilu DKI tahun 2017. Pada saat itu, media sosial diramaikan dengan konten yang berisikan isu-isu fitnah, bohong, adu domba, penghinaan, dan lain-lain untuk menjatuhkan citra lawan politik. Kampanye hitam (*black campaign*) juga terjadi pada Pemilu 2019. Pelaksanaan Pemilu 2019 telah selesai, akan tetapi sampai saat ini masih banyak terjadi kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial. Pada saat Pemilu 2019, kampanye hitam (*black campaign*) sudah mulai beredar di media sosial sebelum dilaksanakannya tahapan kampanye Pemilu. Kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial berisikan isu SARA, pelanggaran HAM, penghinaan, dan lain-lain beredar di media sosial. Oknum yang mendukung dari kedua belah pihak pasangan calon pada Pilpres 2019 mulai melakukan kampanye hitam (*black campaign*) kepada lawan politiknya. Para pendukung memiliki sebutan masing-masing pasangan calon pilpres pada saat berlangsungnya Pemilu 2019. Pendukung Calon Presiden nomor urut 01 disebut dengan cebong, sedangkan pendukung Calon Presiden nomor urut 02 disebut dengan kampret.<sup>22</sup>

Fenomena cebong dan kampret sampai tidak selesai pada konstentasi Pemilu 2019 berakhir saja dan berlanjut sampai dengan saat ini. Kampanye hitam (*black campaign*) tersebut membawa dampak tersendiri bagi pemerintahan saat ini. Kampanye

hitam (*black campaign*) di Indonesia bukan hanya akan berpengaruh pada hasil pemilu saja, akan tetapi juga membawa pengaruh terhadap psikologi masyarakat Indonesia. Informasi yang tidak jelas nilainya berpengaruh terhadap ketidakpercayaan (*distrust*) kepada pemerintah yang berkuasa saat ini. Secara politik, memang bisa saja menjadi baik, karena perhatian (evaluasi) kepada pemerintah akan menjadi lebih baik. Namun, tidak semua perhatian tersebut bersifat positif. Perhatian tersebut dapat menjadi hal yang justru akan memengaruhi keutuhan persatuan dan kesatuan bangsa. Pengaruh ini kemudian yang dapat dimanfaatkan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab untuk memperkeruh suasana, baik itu secara politik maupun keamanan negara.

Kampanye hitam (*black campaign*) tersebut memberikan dampak ketidakpercayaan terhadap pasangan calon yang sedang melakukan kontestasi. Pelaku kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial seringkali sulit untuk diungkap atau bahkan ditangkap, karena terdapat beberapa faktor yang selalu memengaruhi penegakan hukumnya. Penegakan hukum saat ini masih menjadi permasalahan yang belum berhenti untuk dikaji dan diteliti. Penegakan hukum ini berarti pelaksanaan atau implementasi dari suatu peraturan perundang-undangan sebagai perwujudan konsep yang telah menjadi sebuah kenyataan di masyarakat. Satjipto Rahardjo mengatakan bahwa penegakan hukum merupakan suatu usaha untuk mewujudkan ide-ide kepastian hukum, kemanfaatan sosial, dan keadilan menjadi kenyataan.<sup>23</sup> Keinginan-keinginan tersebut berupa pemikiran yang lahir dari pembuat undang-undang yang dituangkan dalam sebuah naskah akademis yang diproses melalui sebuah kajian atau penelitian mendalam. Wujud nyata dari sebuah naskah akademis berupa aturan yang termuat dalam batang tubuh sebuah undang-undang. Satjipto Rahardjo mengatakan bahwa hakikat dari penegakan hukum, apabila sebuah peraturan perundang-undangan diimplementasikan memberikan manfaat bagi masyarakat dan tercipta keadilan

<sup>21</sup> *Ibid.*

<sup>22</sup> Christie Stefanie, "Cebong dan Kampret Sinisme Dua Kubu Nihil Gagasan", 2018, (*online*), (<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180709153148-32-312746/cebong-dan-kampret-sinisme-dua-kubu-nihil-gagasan>, diakses 13 Oktober 2019).

<sup>23</sup> Satjipto Rahardjo, *Penegakan Hukum: Suatu Tinjauan Sosiologis*, Yogyakarta: Genta Publishing, 2009, hlm. 24.

yang berlaku bagi setiap orang dengan aturan tersebut.<sup>24</sup> Penegakan hukum dapat diimplementasikan bukan hanya karena adanya peraturan perundang-undangan saja, melainkan dapat tercipta dari adanya berbagai faktor yang mendukung penegakan hukum.

Sudikno Mertokusumo mengatakan bahwa hukum berfungsi sebagai perlindungan kepentingan manusia.<sup>25</sup> Keberadaan sebuah hukum tidak boleh keluar dari tujuan pembentukan itu sendiri. Hukum bukan untuk menindas masyarakat, tetapi aturan ada untuk menyejahterakan masyarakat. Hal ini menegaskan bahwa agar kepentingan masyarakat terlindungi, maka penegakan hukum harus terlaksana.<sup>26</sup> Sudikno Mertokusumo juga mengatakan bahwa dalam penegakan hukum ada 3 (tiga) unsur yang harus diperhatikan, yaitu kepastian hukum (*rechtssicherheit*), kemanfaatan (*zweckmassigkeit*), dan keadilan (*gerechtigkeits*).<sup>27</sup> Untuk itu, harus dilakukan kajian secara mendalam mengenai terciptanya kepastian hukum apabila diatur dalam sebuah peraturan perundang-undangan. Kemanfaatan dari sebuah aturan juga menjadi ciri dalam penegakan hukum. Aturan tersebut harus memberikan manfaat kepada masyarakat. Selain itu, keadilan harus tercipta ketika aturan tersebut sudah diundangkan.

Soerjono Soekanto mengatakan bahwa penegakan hukum adalah kegiatan menyasrakan hubungan nilai-nilai yang terjabarkan di dalam kaidah-kaidah/pandangan nilai yang mantap dan mengejwantah dalam sikap tindak sebagai rangkaian penjabaran nilai tahap akhir untuk menciptakan, memelihara, dan mempertahankan kedamaian pergaulan hidup.<sup>28</sup> Hal ini berarti bahwa untuk penegakan hukum, diperlukan sebuah keserasian antara aturan dengan apa yang dilaksanakan pada tataran kehidupan masyarakat. Soerjono Soekanto juga mengatakan

bahwa penegakan hukum bukanlah semata-mata untuk melaksanakan perundang-undangan, melainkan usaha untuk menyeimbangkan ketidakserasian antara nilai, kaidah, dan pola perilaku.<sup>29</sup> Berdasarkan hal tersebut, terdapat beberapa faktor yang memengaruhi penegakan hukum, yaitu:<sup>30</sup>

1. Faktor hukumnya sendiri yaitu peraturan perundang-undangan.
2. Faktor penegak hukum yakni pihak-pihak yang membentuk dan menerapkan hukum.
3. Faktor sarana atau fasilitas yang mendukung penegakan hukum.
4. Faktor masyarakat yakni lingkungan di mana hukum tersebut berlaku atau diterapkan.
5. Faktor kebudayaan.

Faktor-faktor yang memengaruhi penegakan hukum tersebut akan saling memengaruhi satu dengan yang lain. Penegakan hukum tidak akan berjalan dengan baik apabila kelima faktor tersebut tidak berjalan sebagaimana mestinya. Oleh karena itu, setiap faktor akan menjadi penting untuk dibahas dalam rangka penegakan hukum kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial.

### 1. Faktor Peraturan Perundang-Undangan

Aturan mengenai kampanye hitam (*black campaign*) saat ini secara tersirat diatur dalam UU No. 7 Tahun 2017. Pasal 280 ayat (1) UU No. 7 Tahun 2017 menyebutkan bahwa pelaksana, peserta, dan tim kampanye Pemilu dilarang untuk:

- a. mempersoalkan Dasar Negara Pancasila, Pembuka Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, dan bentuk Negara Kesatuan Republik Indonesia;
- b. melakukan kegiatan yang membahayakan keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia;
- c. menghina seseorang, agama, suku, ras, golongan, calon, dan/atau Peserta Pemilu yang lain;
- d. menghasut dan mengadu domba perseorangan ataupun masyarakat;
- e. mengganggu ketertiban umum;

<sup>24</sup> Satipto Rahardjo, *Masalah Penegakan Hukum*, Bandung: Sinar Baru, hlm. 15.

<sup>25</sup> Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum: Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Liberty, 1996, hlm. 145.

<sup>26</sup> *Ibid.*

<sup>27</sup> *Ibid.*

<sup>28</sup> Soerjono Soekanto, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004, hlm. 5.

<sup>29</sup> *Ibid.*, hlm. 7.

<sup>30</sup> *Ibid.* hlm. 8 – 42.

- f. mengancam untuk melakukan kekerasan atau menganjurkan penggunaan kekerasan kepada seseorang, sekelompok anggota masyarakat, dan/atau Peserta Pemilu yang lain;
- g. merusak dan/atau menghilangkan alat peraga kampanye Peserta Pemilu;
- h. menggunakan fasilitas pemerintah, tempat ibadah, dan tempat pendidikan;
- i. membawa atau menggunakan tanda gambar dan/atau atribut selain dari tanda gambar dan/atau atribut Peserta Pemilu yang bersangkutan; dan
- j. menjanjikan atau memberikan uang atau materi lainnya kepada peserta Kampanye Pemilu.

Pelanggaran terhadap Pasal 280 ayat (1) UU No. 7 Tahun 2017 dapat dikenai pidana sebagaimana diatur dalam Pasal 521 yang menyatakan bahwa setiap pelaksana, peserta, dan/atau tim kampanye pemilu yang dengan sengaja melanggar larangan pelaksanaan kampanye pemilu dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan denda paling banyak Rp24.000.000,00 (dua puluh empat juta rupiah).

Ketentuan Pasal 280 ayat (1) UU No. 7 Tahun 2017 tersebut memang tidak secara jelas mengatur mengenai kampanye hitam (*black campaign*). Penjelasan Pasal 280 ayat (1) UU No. 7 Tahun 2017 tidak menyebutkan apakah dalam ketentuan tersebut ada yang merupakan kampanye hitam (*black campaign*). Hal ini berbeda dengan apa yang disebutkan dalam Pasal 69 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota Menjadi Undang-Undang (UU No. 8 Tahun 2015) yang menyatakan bahwa dalam kampanye dilarang:

- a. mempersoalkan Dasar Negara Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
- b. menghina seseorang, agama, suku, ras, golongan, Calon Gubernur, Calon Wakil Gubernur, Calon Bupati, Calon Wakil Bupati,

- Calon Walikota, Calon Wakil Walikota, dan/atau Partai Politik;
- c. melakukan Kampanye berupa menghasut, memfitnah, mengadu domba Partai Politik, perseorangan, dan/atau kelompok masyarakat;
- d. menggunakan kekerasan, ancaman kekerasan atau menganjurkan penggunaan kekerasan kepada perseorangan, kelompok masyarakat, dan/atau Partai Politik;
- e. mengganggu keamanan, ketenteraman, dan ketertiban umum;
- f. mengancam dan menganjurkan penggunaan kekerasan untuk mengambil alih kekuasaan dari pemerintahan yang sah;
- g. merusak dan/atau menghilangkan alat peraga Kampanye;
- h. menggunakan fasilitas dan anggaran Pemerintah dan Pemerintah Daerah;
- i. menggunakan tempat ibadah dan tempat pendidikan;
- j. melakukan pawai yang dilakukan dengan berjalan kaki dan/atau dengan kendaraan di jalan raya; dan/atau
- k. melakukan kegiatan Kampanye di luar jadwal yang telah ditetapkan oleh KPU Provinsi dan KPU Kabupaten/Kota.

Penjelasan Pasal 69 huruf c UU No. 8 Tahun 2015 menentukan bahwa melakukan Kampanye berupa menghasut, memfitnah, mengadu domba partai politik, perseorangan, dan/atau kelompok masyarakat merupakan kegiatan yang dikenal dengan istilah kampanye hitam (*black campaign*).

Ketentuan mengenai larangan kampanye juga diatur dalam PKPU No. 23 Tahun 2018. Pasal 69 PKPU No. 23 Tahun 2018 mengatur kembali larangan sebagaimana diatur dalam Pasal 280 ayat (1) UU No. 7 Tahun 2017 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 No. 7 Tahun 2017. Pasal 269 ayat (1) UU No. 7 Tahun 2017 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 hal tersebut, dapat dikatakan bahwa selain pelaksana, peserta, dan tim kampanye pemilu tidak terkena sanksi sebagaimana diatur dalam Pasal 521 UU No. 7 Tahun 2017. Namun, pembuatan dan penyebaran kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial belum tentu bisa dikenakan Pasal 521 UU No. 7 Tahun 2017. Hal ini disebabkan Pengguna (akun) media sosial seringkali tidak diketahui kebenaran pemilik akunnya (anonim). Ini merupakan salah satu trik para pelaku kejahatan kampanye hitam (*black campaign*) dalam melaksanakan kegiatannya. Pembentukan akun anonim ini memang menguntungkan bagi para pelaku kejahatan, karena sulit dilacak keberadaannya. Selain itu, pengguna media sosial tidak dapat dikategorikan sebagai pelaksana, peserta, dan tim kampanye pemilu.

Selain UU No. 7 Tahun 2017, seseorang yang melakukan kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial akan dikenakan Pasal 27 ayat (3) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU No. 19 Tahun 2016) yang menyatakan bahwa setiap orang dilarang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik. Pelanggaran atas ketentuan ini dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp750.000.000,00 (tujuh ratus lima puluh juta rupiah)<sup>31</sup> adapun ketentuan ini merupakan delik aduan.<sup>32</sup> Selain itu, Pasal 28 ayat (2) UU No. 19 Tahun 2016 juga mengatakan bahwa setiap orang dilarang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antargolongan

(SARA). Apabila hal tersebut dilanggar, maka sanksi yang mengancam yaitu pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).<sup>33</sup> Pasal 28 ayat (2) UU No. 19 Tahun 2016 dipergunakan oleh Polri untuk penegakan hukum atas kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial. Hal ini sebagaimana dikatakan oleh Kepala Unit 5 Subdirektorat *Cyber Crime* Ditreskrimsus Polda Metro Jaya Komisaris, James Hutajulu, mengatakan, pelaku black campaign di media sosial dapat dijerat dengan Pasal 28 ayat (2) jo Pasal 45 ayat (2) UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.<sup>34</sup>

Kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial dilakukan secara terstruktur dan massif. Hal ini didukung dengan teknologi saat ini sehingga memungkinkan untuk membuat sebuah akun yang kemudian pembentukan konten atau isi media sosialnya dikerjakan oleh sebuah akun robot.<sup>35</sup> Hal ini tentu saja akan menyulitkan bagi penegak hukum untuk melakukan penegakan hukum. Pelanggaran atas kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial saat ini banyak dikenakan Pasal 28 ayat (2) UU No. 19 Tahun 2016. Pasal ini berlaku apabila ada seseorang yang dengan sengaja untuk menyebarkan informasi yang menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan berdasarkan atas isu SARA. Selain hal tersebut, tidak dapat dikenakan ketentuan Pasal 28 ayat (2) UU No. 19 Tahun 2016. Pasal 28 ayat (2) UU No. 19 Tahun 2016 ini juga banyak menimbulkan pro dan kontra, karena tidak ada definisi yang jelas mengenai menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu. Definisi menimbulkan rasa kebencian dan permusuhan menjadi perdebatan sendiri dari

<sup>31</sup> Pasal 45 ayat (3) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

<sup>32</sup> *Ibid* ayat (5).

<sup>33</sup> Pasal 45A ayat (2) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

<sup>34</sup> SherlyPuspita, "Pelaku "*Black Campaign*" di Medsos, Ancaman Hukuman 6 Tahun Penjara", 2018, (*online*), (<https://megapolitan.kompas.com/read/2018/03/09/12152151/pelaku-black-campaign-di-medsos-ancaman-hukuman-6-tahun-penjara>, diakses 14 Oktober 2019).

<sup>35</sup> Mawa Kresna, "Jejaring Akun Robot Pendukung Jokowi Tersangkut Situs Skandal Sandi", 2018, (*online*), (<https://tirto.id/jejaring-akun-robot-pendukung-jokowi-tersangkut-situs-skandal-sandi-c3XZ>, diakses 14 Oktober 2019).

berbagai kalangan, sehingga dapat dikatakan bahwa Pasal 28 ayat (2) tersebut menjadi “pasal karet”.<sup>36</sup>

Aturan mengenai kampanye hitam (*black campaign*) memang sudah dilapis dengan beberapa undang-undang yang mengikat. Walaupun aturan mengenai kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial tidak diatur secara khusus di dalam UU No. 7 Tahun 2017, tetapi diatur secara jelas kampanye hitam (*black campaign*) dilarang oleh peraturan perundang-undangan. Aturan yang tersebar dalam berbagai peraturan perundang-undangan, baik UU No. 7 Tahun 2017, UU No. 19 Tahun 2019, maupun UU No. 8 Tahun 2015 agak mengganggu, karena aturan yang tersebar dalam berbagai peraturan perundang-undangan mempunyai potensi terhadap tidak maksimalnya penegakan hukum. Pengertian atau substansi yang diatur dalam peraturan perundang-undangan tersebut belum tentu dapat diberlakukan pada peristiwa hukum tertentu.

## 2. Faktor Penegak Hukum

Faktor kedua dalam penegakan hukum yaitu terkait dengan penegak hukum. Penegak hukum yang dimaksud adalah orang-orang yang secara langsung dan tidak langsung berkecimpung di bidang penegakan hukum.<sup>37</sup> Berjalannya penegakan hukum tidak akan terlepas dari penegak hukum itu sendiri. Penegak hukum yang secara langsung yang dimaksud, yaitu profesi yang diberikan mandat berdasarkan peraturan perundang-undangan untuk melaksanakan penegakan hukum, seperti polisi, advokat, jaksa, dan hakim. Penegak hukum tersebut diberikan kewenangan dalam peraturan perundang-undangan untuk menjalankan profesinya, sehingga dapat terlaksana penegakan hukum secara maksimal. Adapun penegak hukum yang tidak langsung dapat diartikan sebagai orang yang mempunyai kredibilitas di bidang tertentu yang secara fungsional dapat dimanfaatkan untuk melakukan upaya preventif dalam penegakan

hukum, yaitu dosen, penyuluh, guru, atau tokoh masyarakat. Penegak hukum diharapkan memiliki kemampuan atau kapabilitas dalam pemahaman atas peraturan perundang-undangan mengenai kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial. Kampanye hitam (*black campaign*) untuk pelaksanaan Pemilu 2019 beredar di dunia maya, khususnya media sosial.

Polisi Republik Indonesia (Polri) telah melakukan pembelajaran dari pelaksanaan Pilkada Tahun 2018. Pelaksanaan Pilkada Tahun 2018 tersebut marak terjadi kampanye hitam (*black campaign*), hoaks, dan lain-lain yang di dunia maya (media sosial). Hal ini membuat Polri mengambil keputusan untuk membentuk sebuah Satuan Tugas (Satgas) Nusantara yang bertujuan untuk meminimalisasi terjadinya isu-isu provokatif terkait isu primordialisme (SARA) agar tidak berkembang menjadi konflik sosial.<sup>38</sup> Selain itu, Polri juga meningkatkan patroli siber dalam pelaksanaan Pemilu 2019, untuk menangkal kampanye hitam (*black campaign*), ujaran kebencian, dan hoaks.<sup>39</sup> Meskipun pembentukan Satgas Nusantara sudah dilakukan, pembentukan dan penyebaran kampanye hitam (*black campaign*) masih banyak terjadi di media sosial. Canggihnya teknologi yang tidak diikuti dengan kemampuan para penegak hukum untuk mencegah terjadinya kejahatan yang dilakukan melalui teknologi tersebut, akan menyebabkan terhambatnya penegakan hukum. Penegak hukum harus memiliki pengetahuan yang cukup besar terhadap teknologi yang saat ini berkembang. Pengetahuan atas dunia maya menjadi modal bagi para penegak hukum untuk melakukan penegakan hukum atas beredarnya kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial. Penegak hukum juga harus memiliki peta sebaran pelaku yang menyebarkan kampanye

<sup>36</sup> Bintoro Agung Sugiharto, “Pasal Karet UU ITE Jadi Pamungkas Jeratan Hukum”, 2016, (*online*), (<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20161228182458-185-182719/pasal-karet-uu-ite-jadi-pamungkas-jeratan-hukum>, diakses 15 Oktober 2019).

<sup>37</sup> Satjipto Rahardjo, *Penegakan Hukum*, *op.cit.* hlm. 19-20.

<sup>38</sup> Akhdi Martin Pratama, “Polri Bentuk Satgas Nusantara Untuk Dinginkan Tensi Pilkada Serentak”, 2018, (*online*), (<https://nasional.kompas.com/read/2018/01/19/20044351/polri-bentuk-satgas-nusantara-untuk-dinginkan-tensi-pilkada-serentak>, diakses 15 Oktober 2019).

<sup>39</sup> Samsuduha Wildansyah, “Kapolda Metro Imbau Jajaran Gencarkan Patroli Siber Jelang Pemilu”, 2019, (*online*), (<https://news.detik.com/berita/d-4456017/kapolda-metro-imbau-jajaran-gencarkan-patroli-siber-jelang-pemilu>, diakses 15 Oktober 2019).

hitam (*black campaign*) di media sosial. Dunia maya memang sulit diketahui akun penggunaannya (akun anonim), akan tetapi penutupan atas akun tersebut dapat dilakukan oleh penegak hukum secara masif dengan menggunakan teknologi.

Soerjono Soekanto menyatakan bahwa penegakan hukum adalah kegiatan menyasrakan hubungan nilai-nilai yang terjabarkan dalam kaidah-kaidah mantap dan sikap tindak sebagai rangkaian penjabaran nilai tahap akhir.<sup>40</sup> Ini berarti bahwa penegakan hukum dapat dilakukan oleh instansi atau lembaga yang diberikan tugas untuk melakukan penegakan hukum. Selain Polri, penegakan hukum Pemilu dapat dilakukan oleh Bawaslu. Bawaslu memiliki kewenangan untuk melakukan penindakan atas konten atau isi kampanye yang bersifat fitnah, kebohongan, atau yang bertujuan untuk menjatuhkan pihak lawan. Namun, proses pidana terhadap tindak pidana kampanye hitam (*black campaign*) tetap berada pada wilayah kerja kepolisian. Bawaslu membantu dan melakukan kerjasama dengan pihak kepolisian untuk mengantisipasi beredarnya kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial dengan menutup akun yang melakukan penyebaran kampanye hitam (*black campaign*).

### 3. Faktor Sarana atau Fasilitas

Sarana atau fasilitas dalam melaksanakan penegakan hukum kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial sangat penting. Hal ini dikarenakan media yang dipergunakan untuk melakukan kampanye hitam bukan lagi melalui perangkat keras (*hardware*) atau dalam bentuk nyata. Dunia maya tidak mengenal adanya bentuk fisik. Berdasarkan apa yang diungkapkan oleh Pierre Levy yang dikutip oleh Bagus Edi Prayogo<sup>41</sup>, mengatakan bahwa:

*“the internet is an open, flexible, and dynamic informational environment that allows people to*

*develop new knowledge orientations. People are involved in a democratic world which promotes a more interactive society-based allocation of power. The online realm acts as a meeting place of sorts for people to expand their social spheres, create opportunities for new knowledge, and offer spaces for broadly sharing different views (Soukup, 2006: 423)”*

Berdasarkan apa yang diungkapkan oleh Pierre Levy, informasi di internet bersifat terbuka, fleksibel dan dinamis, dimana sebuah informasi dapat bebas diakses atau di buat oleh siapapun yang ingin mengakses dan membuat informasi tersebut. Kebebasan ini juga mengartikan bahwa setiap informasi dapat berisi kebenaran atau memang ditunjukkan untuk sebuah kebohongan belaka. Keberadaan internet sebagai “*virtual world*” atau “*cyberspace*” dalam realitanya mampu mengubah kebiasaan atau perilaku manusia di dunia nyata.<sup>42</sup>

Ada perbedaan mendasar dalam melaksanakan penegakan hukum di dunia nyata dengan dunia maya. Penegakan hukum di dunia nyata memerlukan peralatan atau fasilitas yang memadai sehingga dapat mencakup seluruh tindak pidana penyebaran kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial. Sarana atau fasilitas bisa yang berupa pendidikan atau pelatihan kepada penegak hukum terkait dengan kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial. Peralatan atau *hardware* dalam rangka untuk menanggulangi kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial juga menjadi penting untuk diadakan.

Kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial berada pada wilayah ruang maya, artinya untuk menanggulangi kampanye hitam (*black campaign*) tersebut juga berada pada wilayah ruang maya. Oleh karena itu, kemampuan penegak hukum dalam melakukan penegakan hukum dan penanggulangan kampanye hitam (*black campaign*) menjadi sangat penting. Untuk itu, sumber daya manusia (SDM) memerlukan dukungan anggaran dan fasilitas yang sangat baik. Perlengkapan dan kemampuan yang dimiliki oleh

<sup>40</sup> Soerjono Soekanto, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi...*, *op.cit.*

<sup>41</sup> Bagus Edi Prayogo dan Agung Pandu Winasis, “Penanggulangan Kampanye Hitam sebagai Hambatan Demokrasi di Era Disrupsi Teknologi Informasi dengan Sinergitas Bawaslu, Menkominfo, dan Tim Cyber POLRI”, dalam *Prosiding Seminar Nasional Hukum Universitas Negeri Semarang*. Volume 4 Nomor 3 Tahun 2018. hlm. 1132

<sup>42</sup> Ibrahim R, “Juridiksi Dunia Maya (Cyberspace) dalam Sistem Hukum Nasional Abad XXI”, dalam *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia (UII), No. 24 Volume 10 September 2003, hal. 120.

penegak hukum menjadi prioritas utama dalam melakukan penegakan hukum di ruang maya. Hal ini juga memerlukan upaya pengutan pada tataran regulasi yang ada dan akan ada. Pembentukan regulasi atau peraturan perundang-undangan bagi para penegak hukum sangat penting dilakukan, karena regulasi akan berimplikasi pada turunya anggaran untuk melakukan penegakan hukum.

#### 4. Faktor Masyarakat

Soerjono Soekanto mengatakan bahwa faktor masyarakat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain sebelum faktor masyarakat yaitu faktor penegak hukum dan faktor fasilitas atau sarana.<sup>43</sup> Berdasarkan pendapat Soerjono Soekanto tersebut, tercermin bahwa masyarakat akan berperilaku berdasarkan apa yang menjadi contoh di dalam masyarakat itu sendiri. Masyarakat justru melihat kepada perilaku para penegak hukum atau orang-orang yang dianggap sebagai tokoh masyarakat. Pada saat Pemilu 2019, memang terlihat secara jelas bahwa terdapat 2 (dua) kubu yang saling mendukung pasangan masing-masing. Adapun dukungan dari partai politik dan tokoh-tokoh masyarakat, karena seringkali muncul di televisi. Para tokoh masyarakat, politisi, dan akademisi seringkali mempertontonkan pertunjukan politik yang tidak sehat. Saling serang antara tokoh masyarakat, politisi, dan akademisi di media sosial juga tidak luput terjadi. Sebenarnya saling serang visi dan misi ini dapat disebut sebagai kampanye negatif, akan tetapi kampanye negatif ini menjadi sebuah kebiasaan kurang baik dalam proses demokrasi di Indonesia. Kampanye negatif yang dilakukan oleh para tokoh di media sosial ini menjadi kesempatan kepada orang lain untuk melakukan kampanye hitam (*black campaign*) kepada masyarakat.

Para penegak hukum yang sudah berusaha untuk melakukan penegakan hukum akan sia-sia melakukannya apabila masih terdapat tokoh masyarakat, politisi, dan akademisi yang justru memperkeruh suasana pada saat berlangsungnya Pemilu 2019. Berbagai "permainan politik" yang dimainkan oleh para politisi menjadi sebuah

kebiasaan negatif yang nantinya merupakan hal yang wajar sehingga menjadi permasalahan tersendiri. Hal ini justru menjadi cambuk bagi penegak hukum untuk melakukan penegakan hukum atau penanggulangan terhadap kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial. Seseorang yang melakukan kampanye hitam (*black campaign*) bisa saja dikarenakan adanya dorongan bahwa lawan politiknya harus kalah, akan tetapi pada kenyataannya justru menghalalkan segala cara untuk mengalahkan lawan politiknya. Hal ini mengakibatkan masyarakat terbawa arus untuk menyebarkan kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial.

#### 5. Faktor Kebudayaan

Faktor kebudayaan juga tidak terlepas dari faktor masyarakat itu sendiri. Masyarakat yang seringkali terprovokasi terhadap sesuatu hal menjadi celah bagi para pelaku pembuat kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial. Masyarakat Indonesia sangat menjunjung tinggi budaya yang berlaku di masyarakat, akan tetapi justru hal ini terkadang menjadi hal yang dimanfaatkan oleh orang yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan budaya negatif.

Budaya negatif yang dimaksud yaitu kebiasaan masyarakat untuk mengikuti hal yang jelek (melawan hukum) sehingga dianggap sebagai suatu kebiasaan yang dapat menjadi budaya negatif yang dapat berlaku di masyarakat dan dianggap sebagai hal yang wajar. Media sosial saat ini bukan hanya sebagai media untuk melakukan sosialisasi antar-seseorang dengan orang lain. Media sosial saat ini lebih banyak digunakan untuk melakukan perdagangan (jual beli *online*) dan juga menyebarkan informasi yang berbau politik. Perpindahan manfaat media sosial ini dimanfaatkan oleh pembuat kampanye hitam (*black campaign*) untuk melaksanakan rencana dan kegiatannya. Sejak munculnya berbagai media sosial di internet, seringkali ditemui konten atau isi media sosial yang justru menjelekkan sebuah institusi atau pribadi seseorang. Hal ini sudah terjadi pada saat berlangsungnya Pemilu 2014, yaitu media sosial menjadi tempat untuk menjelekkan masing-masing pasangan calon

<sup>43</sup> Soerjono Soekanto, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi...*, loc. cit., hlm. 46.

presiden dan wakil presiden. Kebiasaan untuk menjelek-jelekan (kampanye negatif) ini berlanjut sampai dengan Pilkada DKI Jakarta tahun 2017, yang ditandai dengan saling serang antar-pendukung calon gubernur dengan menggunakan konten yang berisikan fitnah atau berita bohong (hoaks). Kebiasaan menyebarkan berita bohong (hoaks) dan fitnah ini berlanjut sampai ke Pemilu 2019.

Budaya atau kebiasaan jelek untuk menyebarkan kampanye hitam (*black campaign*) akan memengaruhi penegakan hukum. Masyarakat yang terbiasa menyebarkan kampanye hitam (*black campaign*) akan semakin banyak, sehingga semakin terbiasa dengan isi atau konten yang berbau kampanye hitam (*black campaign*). Kebiasaan ini akan menghambat penegakan hukum, karena akan mempengaruhi aduan yang dilakukan oleh orang yang terkena atas kampanye hitam (*black campaign*) tersebut.

### Upaya Menanggulangi Kampanye Hitam (*Black Campaign*) di Media Sosial

Soerjono soekanto mengatakan penegakan hukum bukanlah semata-mata untuk melaksanakan peraturan perundang-undangan, akan tetapi usaha untuk menyeimbangkan ketidakserasian antara nilai, kaidah, dan pola perilaku.<sup>44</sup> Berdasarkan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa dalam penegakan hukum harus terjadi sinkronisasi antara peraturan yang berlaku dengan perilaku yang dilakukan oleh masyarakat dan penegak hukum itu sendiri. Dalam melaksanakan penegakan hukum diperlukan sebuah upaya untuk menanggulangi terjadinya kejahatan atau tindak pidana tertentu. Sudarto mengatakan bahwa penegakan hukum dapat dilaksanakan dengan upaya penal (represif) dan upaya non-penal (preventif).<sup>45</sup> Upaya represif yaitu pemberantasan setelah terjadinya kejahatan dengan dilakukannya penyelidikan dan penyidikan oleh kepolisian yang untuk selanjutnya dapat diproses melalui

pengadilan dan diberikan sanksi yang sesuai dengan peraturan yang berlaku, sedangkan upaya preventif yaitu pencegahan sebelum terjadinya kejahatan dengan lebih diarahkan kepada proses sosialisasi peraturan perundang-undangan atau sosialisasi mengenai bahaya kampanye hitam (*black campaign*).<sup>46</sup> Upaya preventif secara khusus dilakukan untuk mencegah<sup>47</sup> agar tidak dilakukannya penyebaran atau pembuatan kampanye negatif oleh masyarakat.

Upaya preventif dapat dilakukan dengan berbagai cara, agar setiap kampanye hitam (*black campaign*) dapat dicegah atau berkurang di media sosial. Penegakan hukum atas peredaran kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial, penegakan hukum secara tidak langsung juga harus dilakukan dalam rangka menanggulangi penyebaran kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial. Upaya preventif dapat dilakukan oleh setiap orang atau lembaga negara yang ditunjuk untuk melakukan upaya penanggulangan kampanye hitam (*black campaign*). Adapun upaya preventif dilakukan melalui:

#### 1. Literasi Media

Literasi media menjadi salah satu modal bagi masyarakat untuk menggunakan media sosial. Literasi media dipergunakan untuk melakukan analisa mengenai isi atau konten yang ada pada media sosial. Selain itu, budaya membaca, memeriksa, dan menganalisa menjadi penting dalam penggunaan media sosial. Hobs dalam *National Leadership Conference on Media Education* sebagaimana disadur oleh Juditha<sup>48</sup> mengatakan bahwa literasi media adalah kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengkomunikasikan pesan dalam berbagai bentuknya. Adapun konsep literasi media tersebut pada Tabel 1.

<sup>46</sup> *Ibid.*

<sup>47</sup> Moh. Hatta, *Beberapa Masalah Penegakan Hukum: Pidana Umum & Pidana Khusus*, Yogyakarta: Liberty, 2009, hlm. 26.

<sup>48</sup> Juditha C, "Literasi Media Pada Anak di Daerah Perbatasan Indonesia dan Timor Leste", dalam jurnal *IPTEK Komunikasi*, 2013, hlm 47-62, (*online*), ([http://balitbang.kominfo.go.id/balitbang/bppki-yogyakarta/files/2013/07/04\\_Artikel\\_Christiany-Juditha-Juni-2013.pdf](http://balitbang.kominfo.go.id/balitbang/bppki-yogyakarta/files/2013/07/04_Artikel_Christiany-Juditha-Juni-2013.pdf), diakses tanggal 15 Oktober 2019).

<sup>44</sup> Soerjono Soekanto, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi...*, hlm. 7.

<sup>45</sup> Soedarto, *Hukum dan Hukum Pidana*, Bandung: Alumni, 1986, hlm. 111.

Tabel 1. Model Konsep Literasi Media

No.	Kategori Literasi Menurut <i>National Leadership Conference on Media Education</i>	Keterangan	Indikator
1.	Mengakses	Pemahaman dan pengetahuan menggunakan dan mengakses media dan mampu memahami isi pesan	1. Media yang digunakan 2. Frekuensi penggunaan 3. Tujuan penggunaan 4. Mengerti isi pesan
2.	Menganalisis	Mampu memahami tujuan pesan media dan dapat mengidentifikasi pengirim pesan melalui media dan apa isi pesan tersebut	1. Kemampuan mengingat pesan yang diterima melalui media 2. Mampu menjelaskan maksud dari pesan 3. Mampu mengidentifikasi pengirim pesan 4. Mampu menilai pesan media yang dapat menarik perhatian
3.	Mengevaluasi	Mampu menilai pesan yang diterima kemudian dibandingkan dengan perspektif sendiri. Hal ini mencakup penilaian subjektif seorang individu atau reaksi sikap terhadap pesan serta implikasi lain dari pesan	1. Sikap, perasaan atau reaksi yang dirasakan setelah menerima pesan dari media 2. Mengungkapkan informasi apa saja yang menyarankan atau memberikan informasi yang berguna bagi pengguna
4.	Mengkomunikasikan	Mampu mengkomunikasikan pesan yang diterima dari media dalam bentuk apa saja kepada orang lain	Pesan yang diterima dikomunikasikan dalam bentuk apa saja

Sumber: *National Leadership Conference on Media Education*

Berdasarkan Tabel 1, literasi media dapat dibagi beberapa kriteria dalam melaksanakan literasi media kepada masyarakat terhadap penggunaan media sosial pada saat pelaksanaan Pemilu, yaitu mengakses, menganalisa, mengevaluasi, dan mengkomunikasikan. Literasi media tersebut dapat dilakukan oleh guru, dosen, KPU, Bawaslu, tokoh masyarakat, dan penegak hukum yang secara langsung melakukan penegakan hukum. Polisi memiliki peranan untuk melakukan pelayanan kepada masyarakat, dengan menunjukkan bagaimana menggunakan media sosial dengan baik.

Literasi media ini perlu dipahami oleh penegak hukum. Pemahaman bukan hanya sekedar mengetahui saja mengenai sebuah informasi, akan tetapi juga menganalisa mengenai isi atau konten yang disebar di dalam media sosial. Selain itu, evaluasi juga perlu dilakukan, apakah ketika isi atau konten tersebut ikut disebar akan menyebabkan dampak negatif kepada orang lain atau dirinya sendiri?

Literasi media dapat dilakukan sejak usia dini. Gerakan nasional #SiBerkreasi mengatakan terdapat dua metode yang dapat dilakukan untuk melakukan literasi media. Salah satu upaya literasi media yaitu dengan memasukkan pengetahuan literasi digital ke kurikulum sekolah mulai dari Sekolah Dasar (SD) sampai tingkat perguruan tinggi. Adapun metode lainnya yaitu dengan menyebarkan konten baik bagi generasi muda melalui *public figure* media sosial (artis dan *key opinion leader*).<sup>49</sup>

## 2. Kerja Sama Antar-Lembaga

Sifat internet yang terbuka di ruang maya dapat diakses oleh siapapun menjadi sulit untuk di kendalikan. Oleh karena itu, penanggulangan kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial

<sup>49</sup> Bintoro Agung, "Program Literasi Digital Sasar Milenial Demi Tekan Hoax", 2017, (online), (<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20171002171758-192-245609/program-literasi-digital-sasar-milenial-demi-tekan-hoax>, diakses 15 Oktober 2019).

tidak bisa dikerjakan oleh satu lembaga saja. Hal ini memerlukan adanya kerja sama antar-lembaga negara untuk mengendalikan apa yang terdapat dalam dunia maya tersebut, termasuk penegakan hukumnya.

Penegakan hukum akan dapat berjalan dengan baik, apabila penegak hukumnya membangun sinergitas untuk melakukan upaya pencegahan sampai dengan upaya represif. Bawaslu dan KPU merupakan dua lembaga negara yang dibentuk berdasarkan peraturan perundang-undangan dan bertugas untuk melakukan penyelenggaraan Pemilu. Tahun 2018, Polri melalui Polda Metro Jaya telah membentuk Satgas Nusantara yang bertujuan untuk meminimalisir isu SARA khususnya di wilayah hukum Polda Metro Jaya.<sup>50</sup> Selain itu, Polri telah membentuk kerja sama dengan Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN) serta Kemenkominfo untuk memberantas kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial.<sup>51</sup> Kerja sama yang dilakukan oleh Polri ini perlu disempurnakan dengan mengajak KPU dan Bawaslu.

Selain melakukan kerja sama dengan lembaga negara, pemerintah juga perlu melakukan kerja sama dengan penyedia situs media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, *whatsapp*, dll. Kerja sama dilakukan dengan meminta kepada penyedia situs untuk melakukan upaya pencegahan apabila terdapat kampanye hitam (*black campaign*) yang beredar pada situs atau aplikasi tersebut.

Apabila upaya preventif sudah dilakukan oleh berbagai elemen, maka tahapan selanjutnya yaitu dengan melakukan penegakan hukum secara represif. Penegakan hukum dilakukan kepada para pelaku yang membuat dan menyebarkan kampanye negatif di media sosial. Upaya represif tidak terlepas dari sistem peradilan pidana yang berlaku di Indonesia. Selain itu, upaya represif dapat dilakukan dengan pemblokiran akun media sosial atau situs yang membuat dan menyebarkan

kampanye hitam (*black campaign*). Kerja sama yang dilakukan antara Bawaslu, Polri, BSSN, dan Kemenkominfo juga memerlukan dasar aturan yang jelas mengenai apa yang akan dilakukan apabila terdapat akun yang membuat atau secara sporadik melakukan kampanye hitam (*black campaign*). Salah satu upaya penanggulangan yang bisa dilakukan yaitu dengan melakukan pemblokiran terhadap situs-situs atau akun media sosial yang melakukan kampanye hitam (*black campaign*). Pemblokiran ini tentu saja dilakukan dengan penelaahan oleh penegak hukum atas akun atau situs yang melakukan kampanye hitam (*black campaign*). Pemblokiran dapat dilakukan jika patroli siber terus dilakukan oleh para penegak hukum.

Kewenangan untuk melakukan pemblokiran terhadap situs atau akun media sosial tertuang dalam UU No. 19 Tahun 2016 secara jelas mengatakan bahwa pemerintah wajib melakukan pencegahan penyebaran dan penggunaan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang dilarang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Pasal 40 ayat (2b) UU No. 19 Tahun 2016 mengatakan Pemerintah dalam melakukan pencegahan 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. Berdasarkan Pasal 40 ayat (2a) dan ayat (2b), dapat diartikan bahwa kedua ayat tersebut memberikan mandat kepada pemerintah untuk melakukan pemutusan terhadap akun atau situs yang melakukan kampanye hitam (*black campaign*). Adapun pemblokiran atau pemutusan terhadap situs atau akun yang berisikan kampanye hitam (*black campaign*) dimaksudkan untuk menjaga keutuhan bangsa dan negara. Kampanye hitam (*black campaign*) dapat membahayakan keutuhan bangsa dan negara, karena dengan adanya kampanye hitam (*black campaign*) dapat membentuk opini publik yang tidak baik terhadap seseorang atau lembaga tertentu

<sup>50</sup> Samsuduha Wildansyah, "Kapolda metro Imbau Jajaran Gencarkan Patroli Siber Jelang Pemilu", *op.cit.*

<sup>51</sup> Bagus Edi Prayogo dan Agung Pandu Winasis, "Penanggulangan Kampanye Hitam sebagai Hambatan Demokrasi di Era Disrupsi Teknologi Informasi dengan Sinergitas Bawaslu, Menkominfo, dan Tim Cyber POLRI", *loc.cit.* hlm. 1135.

Upaya penanggulangan atau pencegahan terhadap kampanye hitam (*black campaign*) harus dilakukan dan didukung oleh semua orang termasuk seluruh lembaga yang memiliki kewenangan untuk melakukan penegakan hukum dan upaya pencegahan. Upaya preventif bukan hanya merupakan tanggung jawab dari penegak hukum, Bawaslu, KPU, dan Pemerintah saja, akan tetapi menjadi kewajiban bagi setiap orang untuk melakukan pencegahan dalam pembentukan dan penyebaran kampanye hitam di media sosial. Upaya represif juga memerlukan sebuah perangkat hukum yang secara maksimal dapat menjalankan peranannya. Hal ini mengartikan bahwa penegak hukum yang sudah diberikan amanat kepada dirinya diharapkan dapat bekerja secara profesional dan memiliki kemampuan yang maksimal. Kemampuan yang maksimal ini perlu didukung oleh pelatihan atau pendidikan yang berkaitan dengan *cyber crime* dan permasalahan Pemilu di dunia maya. Hal ini tentu saja berkaitan dengan anggaran yang harus tersedia untuk melakukan pendidikan atau pelatihan tersebut. Selain itu, perlu diciptakan suatu sistem yang dalam dunia maya yang menyaring dan mendeteksi dini ketika terdapat konten negatif atau kampanye hitam (*black campaign*). Pembentukan sistem atau aplikasi ini diharapkan dapat mendeteksi sedini mungkin konten negatif atau kampanye hitam (*black campaign*) di internet atau di media sosial. Sistem ini dapat dilakukan dengan kerja sama atau kolaborasi antara pemerintah, Polri, penyedia sistus media sosial, dan akademisi.

## PENUTUP

### A. Kesimpulan

Beberapa faktor yang memengaruhi penegakan hukum kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial yaitu: *pertama* faktor peraturan perundang-undangan, kampanye hitam (*black campaign*) saat ini masih belum diatur rinci dalam UU No. 17 Tahun 2017, definisi kampanye hitam (*black campaign*) hanya ditemui dalam UU No. 8 Tahun 2015. Kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial khususnya, belum secara jelas dan tegas diatur dalam UU No. 17 Tahun

2017. Kedua, faktor penegak hukum, keberadaan penegak hukum saat ini masih belum secara maksimal dikarenakan personil penegak hukum tersebut masih banyak yang belum memiliki kemampuan yang cukup dalam menanggulangi kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial, hal ini disebabkan karena keterbatasan anggaran yang dimiliki sehingga terhambatnya pendidikan dan pelatihan kepada para penegak hukum. *Ketiga*, faktor sarana dan fasilitas yang menjadi kendala klasik dalam penegakan hukum. Teknologi semakin canggih, akan tetapi peralatan dan fasilitas dalam penegakan hukum juga tidak terpenuhi dapat menjadi penghambat penegakan hukum kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial. *Keempat*, faktor masyarakat, seringkali masyarakat justru mengikuti orang-orang yang memiliki kekuasaan melakukan kampanye negatif sehingga menyebabkan masyarakat terbiasa dan tidak bisa membedakan mana yang kampanye negatif dan mana yang kampanye hitam. *Kelima*, faktor kebudayaan. budaya atau kebiasaan jelek untuk menyebarkan kampanye hitam (*black campaign*) akan mempengaruhi penegakan hukum. Masyarakat yang terbiasa menyebarkan kampanye hitam (*black campaign*) akan semakin banyak, dan semakin terbiasa dengan isi atau konten yang berbau kampanye hitam (*black campaign*).

Penyelenggara Pemilu dan penegak hukum perlu memberikan perhatian lebih terhadap keberadaan situs atau kampanye hitam (*black campaign*) yang berada pada berbagai situs internet. Upaya penanggulangan kampanye hitam (*black campaign*) dapat dilakukan melalui upaya preventif dan represif. Adapun upaya preventif dilakukan dengan melakukan literasi media, kerja sama antar-lembaga, serta membuat aplikasi pendeteksi dini konten negatif. Upaya represif dilakukan dengan melakukan penegakan hukum dan menutup akun atau situs yang melakukan kampanye hitam (*black campaign*).

### B. Saran

Penegakan hukum dapat berjalan dengan baik, apabila kelima faktor penegakan hukum dapat diperbaiki atau diatasi dengan baik.

Selain itu, untuk mendukung penegakan hukum tersebut perlu dilakukan beberapa hal yaitu:

1. UU No. 7 Tahun 2017 perlu mengatur secara jelas dan tegas kategori kampanye hitam dan serta penyebarannya.
2. Pelaksanaan kampanye hitam (*black campaign*) sarat dengan teknologi yang terus berkembang, oleh karena itu perlu peraturan pelaksanaan terhadap penegakan hukum yang mengikuti perkembangan teknologi tersebut karena hukum sebaiknya selalu mengikuti perkembangan teknologi tersebut.
3. Pencegahan kampanye hitam (*black campaign*) dilakukan sedini mungkin dengan mematikan sumbernya. Pencegahan ini juga memerlukan sebuah peningkatan SDM serta sarana dan prasarana berupa *software* dan *hardware* yang muktahir.
4. Peningkatan kemampuan *monitoring*, *control*, dan *surveillance* untuk melakukan pemutusan jaringan situs kampanye hitam (*black campaign*) yang disertai dengan landasan hukumnya.
5. Pemberdayaan masyarakat melalui literasi media untuk mendukung kegiatan *monitoring*, *control*, dan *surveillance* yang dilakukan pemerintah.

## DAFTAR PUSTAKA

### Jurnal

- Dodu, Alfred B. David. (2017). Penerapan Regulasi Politik Kampanye Hitam: Studi Kasus Pada Pilkada Kabupaten Banggai Tahun 2015, *Jurnal Wacana Politik*, Vol. 2 No. 1 Maret, hlm. 52 – 60.
- Judhita, C. (2013). Literasi media pada anak di daerah perbatasan Indonesia dan Timor Leste. *Jurnal IPTEK Komunikasi*, Vol. 15, No. 1, Juni, hlm. 47 – 62.
- \_\_\_\_\_. (2018). Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya, *Jurnal Pekommas*, Vol. 3, No. 1, April, hlm. 31 – 44.

R, Ibrahim. (2003). Juridiksi Dunia Maya (*Cyberspace*) dalam Sistem Hukum Nasional Abad XXI, *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, Vol. 10, No. 24, September, hlm. 119 - 127.

### Buku

- Budhijanto, Danrivanto. (2016). *Revolusi Cyberlaw Indonesia: Pembaruan dan Revisi UU ITE 2016*. Bandung: Refika Aditama.
- Hatta, Moh. (2009). *Beberapa Masalah Penegakan Hukum: Pidana Umum & Pidana Khusus*. Yogyakarta: Liberty.
- Mansur, Dikdik M. Arief dan Elisatris Gultom. (2005). *Cyber Law: Aspek Hukum Teknologi Informasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Mertokusumo, Sudikno. (1996). *Mengenal Hukum: Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Liberty,
- Rahardjo, Satjipto. (2009). *Penegakan Hukum: Suatu Tinjauan Sosiologis*, Yogyakarta: Genta Publishing.
- \_\_\_\_\_. (1983). *Masalah Penegakan Hukum*. Bandung: Sinar Baru.
- Ramli, Ahmad M.. (2010). *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia*. Bandung: Refika Aditama.
- Soedarto. (1986). *Hukum dan Hukum Pidana*. Bandung: Alumni.
- Soekanto, Soerjono. (2004). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Soekanto, Soerjono. (2013). *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Buletin dan Prosiding**
- Prayogo, Bagus Edi. dan Winasis, Agung Pandu. (2018). Penanggulangan Kampanye Hitam sebagai Hambatan Demokrasi di Era Disrupsi Teknologi Informasi dengan Sinergitas Bawaslu, Menkominfo, dan Tim Cyber POLRI, dalam *Prosiding Seminar Nasional Hukum Universitas Negeri Semarang*. Volume 4 Nomor 3 Tahun 2018.

## Internet

- Andayani, Dwi. (2019). KPU: DPT Pemilu Hasil Perbaikan Bertambah Jadi 192 Juta Orang Lebih?, (*online*). ([https://news.detik.com/berita/d-4501983/kpu-dpt-pemilu-hasil-perbaikan-bertambah-jadi-192-juta-orang-lebih?\\_ga=2.247560207.923657013.1572227354-1099439548.1506052852](https://news.detik.com/berita/d-4501983/kpu-dpt-pemilu-hasil-perbaikan-bertambah-jadi-192-juta-orang-lebih?_ga=2.247560207.923657013.1572227354-1099439548.1506052852), diakses 13 Oktober 2019).
- Apriliana, Dian. (2019). Deretan Kampanye Hitam Yang Merujuk pada Jokowi di Pilpres, (*online*), (<https://www.idntimes.com/news/indonesia/dian-apriliana/deretan-kampanye-hitam-yang-merujuk-pada-jokowi-di-pilpres/full>, diakses 7 Oktober 2019).
- CNCB Indonesia. (2019). Survei Penggunaan Internet di RI Tembus 171,17 Juta Jiwa, (*online*). (<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190516191935-37-73041/survei-pengguna-internet-di-ri-tembus-17117-juta-jiwa>, diakses 13 Oktober 2019).
- CNN Indonesia. (2019). Kampanye Hitam Perusak Demokrasi dan Pembidik Pemilih Galau, (*online*). (<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20190226162906-32-372779/kampanye-hitam-perusak-demokrasi-dan-pembidik-pemilih-galau>, diakses 7 Oktober 2019).
- Daud, Ameidy. (2019). Perludem Identifikasi Lima Masalah Pemilu 2019, (*online*). (<https://katadata.co.id/berita/2019/04/24/perludem-identifikasi-lima-masalah-pemilu-2019>, diakses 7 Oktober 2019).
- Kresna, Mawa. (2018). "Jejaring Akun Robot Pendukung Jokowi Tersangkut Situs Skandal Sandi." (*online*), (<https://tirto.id/jejaring-akun-robot-pendukung-jokowi-tersangkut-situs-skandal-sandi-c3XZ>, diakses 14 Oktober 2019).
- Law.ui.id. (2014). Permasalahan Black Campaign Dalam Pemilihan Umum: Wawancara dengan Wirnyaningsih SH MH. (*online*), (<https://law.ui.ac.id/v3/permasalahan-black-campaign-dalam-pemilihan-umum-wawancara-dengan-wirnyaningsih-s-h-m-h/>, diakses 7 Oktober 2019).
- Mansur, Agus. (2019). Konten Hoax Warnai Dunia Maya, (*online*). (<http://www.neraca.co.id/article/114161/jelang-pilpres-771-konten-hoax-warnai-dunia-maya>, diakses 11 Oktober 2019).
- Pratama, Akhdi Martin. (2018). Polri Bentuk Satgas Nusantara Untuk Dinginkan Tensi Pilkada Serentak, (*online*). (<https://nasional.kompas.com/read/2018/01/19/20044351/polri-bentuk-satgas-nusantara-untuk-dinginkan-tensi-pilkada-serentak>, diakses 15 Oktober 2019).
- Puspita, Sherly. (2018). Pelaku "Black Campaign" di Medsos, Ancaman Hukuman 6 Tahun Penjara. (*online*). (<https://megapolitan.kompas.com/read/2018/03/09/12152151/pelaku-black-campaign-di-medsos-ancaman-hukuman-6-tahun-penjara>, diakses 14 Oktober 2019).
- Stefanie, Christie. (2018). Cebong dan Kampret Sinisme Dua Kubu Nihil Gagasan, (*online*). (<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180709153148-32-312746/cebong-dan-kampret-sinisme-dua-kubu-nihil-gagasan>, diakses 13 Oktober 2019).
- Sugiharto, Bintoro Agung. (2016). Pasal Karet UU ITE Jadi Pamungkas Jeratan Hukum, (*online*). (<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20161228182458-185-182719/pasal-karet-uu-ite-jadi-pamungkas-jeratan-hukum>, diakses 15 Oktober 2019).
- Sugiharto, Bintoro Agung. (2017). Program Literasi Digital Sasar Milenial Demi Tekan Hoax, (*online*). (<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20171002171758-192-245609/program-literasi-digital-sasar-millennial-demi-tekan-hoax>, diakses 15 Oktober 2019).
- Wildansyah, Samsuduha. (2019). Kapolda Metro Imbau Jajaran Gencarkan Patroli Siber Jelang Pemilu, (*online*). (<https://news.detik.com/berita/d-4456017/kapolda-metro-imbau-jajaran-gencarkan-patroli-siber-jelang-pemilu>, diakses 15 Oktober 2019).