

Kampanye Hitam Pemilu pada Media Sosial

Muhammad Reza Azhari¹, Hadin Muhjad²

^{1,2} Ilmu Hukum, Universitas Lambung Mangkurat

e-mail: rezaazhari53@gmail.com¹, mhmuhjad@unlam.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini membahas kampanye hitam di media sosial dalam konteks regulasi hukum media social di Indonesia yang diatur oleh Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) serta Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum (UU Pemilu). Dengan metode hukum normatif yang bersifat deskriptif serta menggunakan pendekatan perundang-undangan dan konseptual, peneliti mencari dan mengumpulkan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan Pemilihan Umum dan Media Sosial dan mengikuti setelahnya penguatan teori dari buku-buku atau literatur hukum diikuti dengan alat pengumpul data studi lain berupa dokumen. Fokus utama penelitian ini adalah adanya konflik hukum antara Pasal 28 UU ITE dan Pasal 280 UU Pemilu, yang mana keduanya mengatur sanksi dan ketentuan hukum yang berbeda terhadap tindakan yang serupa, yaitu kampanye hitam di media sosial. Analisis ini dilakukan untuk mengidentifikasi dan memahami perbedaan dan potensi konflik dalam penerapan kedua undang-undang tersebut, serta implikasinya terhadap penegakan hukum di Indonesia. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi untuk harmonisasi regulasi guna menciptakan kepastian hukum yang lebih baik bagi masyarakat dan penyelenggara pemilu.

Kata kunci: *Pemilihan Umum, Informasi dan Transaksi Elektronik, Media Sosial*

Abstract

This study discusses black campaigns on social media within the context of legal regulation in Indonesia, as governed by Law Number 11 of 2008 concerning Electronic Information and Transactions (EIT Law) and Law Number 7 of 2017 concerning General Elections (Election Law). Using a normative legal method that is descriptive in nature, and employing a legislative and conceptual approach, the researchers seek and collect legislation related to General Elections and Social Media. This is followed by the reinforcement of theories from books or legal literature, complemented by other data collection tools in the form of documents. The main focus of this study is the legal conflict between Article 28 of the EIT Law and Article 280 of the Election Law, where both stipulate different sanctions and legal provisions for similar actions, namely black campaigns on social media. This analysis is conducted to identify and understand the differences and potential conflicts in the application of these two laws, as well as their implications for law enforcement in Indonesia. The results of this study are expected to provide recommendations for regulatory harmonization to create better legal certainty for the public and election organizers.

Keywords : *General Elections, Electronic Information and Transactions, Social Media*

PENDAHULUAN

Dalam membentuk negara yang demokratis diperlukan partisipasi oleh rakyat, salah satunya adalah Pemilu, sebagaimana perintah konstitusi yaitu Undang-Undang Dasar 1945 yang diatur dalam Pasal 22 E ayat (1) menegaskan bahwa Pemilihan Umum harus dilakukan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil setiap lima tahun sekali. Karena hal ini merupakan mandat konstitusional, maka menjadi tanggung jawab bersama kita untuk

memastikan bahwa proses pemilu berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip dasar pemilihan umum dan ketentuan konstitusi yang ada.

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, Aturan mengenai kampanye hitam (*black campaign*) saat ini secara tersirat diatur dalam UU No. 7 Tahun 2017. Pasal 280 ayat (1) huruf c UU No.7 Tahun 2017. Sedangkan Penyebaran informasi bohong pada media social diatur dalam Pasal 28 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)..

Sehubungan dengan Kampanye hitam (*black campaign*) saat ini belum diatur secara jelas dan tegas dalam UU No. 7 Tahun 2017. Bahwa tidak terdapat suatu definisipun 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 aturan berkampanye.

Kampanye hitam (*black campaign*) melalui media sosial saat ini sudah meresahkan Masyarakat hal ini karena media sosial dapat dijadikan sebagai alat kejahatan baru. 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.

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 terdampak 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

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.

Penting untuk diketahui bahwa terdapat perbedaan sanksi yang diterapkan terhadap kampanye hitam di media sosial. Sanksi untuk kampanye hitam dalam pemilu diatur dalam Pasal 521 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum, yang berbunyi:

"Setiap pelaksana dan/atau tim Kampanye Pemilu yang dengan sengaja melanggar larangan Kampanye Pemilu sebagaimana dimaksud dalam Pasal 280 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf d, huruf e, huruf f, huruf g, huruf h, huruf i, huruf j, dan huruf k, dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan denda paling banyak Rp24.000.000,00 (dua puluh empat juta rupiah)."

Sedangkan sanksi untuk penyebaran berita bohong di media sosial diatur dalam Pasal 45A Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yang berbunyi:

1. "Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara

paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)."

2. "Setiap Orang yang 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 antar golongan (SARA) sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)."

Sehingga terdapat perbedaan dan potensi konflik hukum yang dapat membingungkan penyidik dan lembaga terkait dalam menangani kampanye hitam di Indonesia.

Oleh karena itu, penting bagi Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) untuk memberikan perhatian khusus terhadap regulasi dan penanganan kampanye di media sosial. Saat ini, UU Pemilu belum secara khusus mengatur pidana terkait penggunaan media sosial dalam konteks kampanye politik. Oleh karena itu diperlukan aturan hukum dan batasan yang jelas tentang kampanye hitam dalam pelanggaran pemilihan umum secara lugas dan jelas sehingga tercipta pemilihan umum yang harmonis dan berintegritas.

Tujuan penelitian perlindungan hukum terhadap integritas pemilihan umum pada kampanye hitam dalam perspektif konstitusional bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa peraturan yang mengatur tentang kampanye pemilihan umum dalam menangani permasalahan perlindungan hukum terhadap integritas pemilihan umum pada kampanye hitam di media social dalam perspektif konstitusional.

Pemilihan Umum

Pemilihan umum adalah proses formal di mana warga negara yang memenuhi syarat memberikan suara mereka untuk memilih perwakilan atau pemimpin dalam pemerintahan. Proses ini merupakan mekanisme penting dalam sistem demokrasi, yang memungkinkan rakyat untuk menentukan siapa yang akan mewakili mereka di badan legislatif, eksekutif, atau dalam posisi pemerintahan lainnya. Proses ini tidak hanya menjamin partisipasi politik yang aktif, tetapi juga memperkuat legitimasi pemerintahan yang terpilih karena didasarkan pada suara rakyat yang adil dan transparan. Lebih dari itu, pemilu merupakan mekanisme krusial dalam menjaga akuntabilitas dan transparansi pemerintahan, serta mendorong pergantian kekuasaan yang damai dan teratur. Dengan demikian, pemilu tidak hanya mengamankan stabilitas politik dan sosial, tetapi juga memperkuat nilai-nilai demokrasi dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.

Kampanye

Kampanye adalah kegiatan strategis untuk mempengaruhi opini publik atau memilih dengan tujuan memenangkan dukungan bagi suatu ideologi, calon, atau kebijakan. Dalam konteks pemilihan umum, kampanye merupakan sarana vital untuk mengedukasi, menginformasikan, dan meyakinkan pemilih tentang pilihan mereka. Tujuan utama kampanye adalah memenangkan suara pemilih untuk mencapai kemenangan dalam pemilihan, baik untuk perwakilan legislatif maupun eksekutif. Melalui kampanye, kandidat atau partai politik berusaha membangun citra positif, merespons isu-isu yang relevan, dan menjelaskan visi serta program kerja mereka kepada publik. Dengan demikian, kampanye bukan hanya sekadar upaya persuasif, tetapi juga refleksi dari proses demokratis yang mendasari keputusan politik dalam masyarakat.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian hukum normatif, yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengkaji peraturan perundang-undangan yang berlaku atau diterapkan terhadap suatu permasalahan hukum tertentu. Mengingat jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif, pendekatan yang diterapkan mencakup pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), pendekatan analisis (*analytical approach*), dan pendekatan kasus (*case approach*).

Dalam hal pengumpulan bahan hukum, penelitian normatif umumnya dimulai dengan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), di mana peneliti mencari dan mengumpulkan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan Kampanye Hitam dalam Pemilihan Umum di media sosial. Setelah itu, dilakukan penguatan teori dari buku-buku atau literatur hukum (*conceptual approach*), diikuti dengan pengumpulan data tambahan berupa dokumen yang terkait dengan kerangka konsep yang diteliti mengenai kampanye hitam dalam Pemilihan Umum di media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Kampanye Hitam Dalam Pemilihan Umum

1. Dasar Hukum Penyelenggaraan Kampanye

Pemilu di Indonesia merupakan sebuah proses demokrasi yang telah berlangsung sejak awal kemerdekaan, dengan pemilu pertama diadakan pada tahun 1955. Seiring berjalannya waktu, pemilu di Indonesia mengalami berbagai perubahan dan penyempurnaan dalam pelaksanaannya. Salah satu elemen penting dalam pemilu adalah kampanye, yang bertujuan untuk memperkenalkan calon dan partai politik kepada masyarakat luas. Pada mulanya, pemilu di Indonesia dirancang untuk memilih wakil rakyat secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil. Prinsip-prinsip ini termaktub dalam Pasal 22E UUD 1945, yang menjadi dasar hukum penyelenggaraan pemilu di Indonesia. Pasal tersebut mengatur tentang pelaksanaan pemilu setiap lima tahun sekali, serta menetapkan bahwa pemilu diselenggarakan oleh suatu komisi pemilihan umum yang bersifat nasional, tetap, dan mandiri. Selanjutnya, dalam setiap pemilu, kampanye memegang peranan krusial. Kampanye adalah sarana bagi partai politik dan calon untuk menyampaikan visi, misi, serta program kerja mereka kepada masyarakat, kampanye dalam pemilu tidak hanya menjadi alat bagi calon untuk memperoleh dukungan, tetapi juga merupakan bagian integral dari proses pemilu yang demokratis.

Tujuan utama dari pengaturan ini adalah untuk memastikan bahwa semua peserta pemilu memiliki kesempatan yang setara dalam menyampaikan visi, misi, dan program kerja mereka kepada masyarakat, serta untuk mencegah terjadinya penyimpangan yang dapat merusak integritas pemilu.

2. Kasus-Kasus Kampanye Hitam di Indonesia

Indonesia menyelenggarakan Pemilihan Umum (Pemilu) yang dimulai dari Pemilu legislatif dan kemudian dilanjutkan ke pemilihan Presiden dan Wakil Presiden. Salah satu masalah yang kerap mencuat dalam Pemilu adalah kampanye hitam (*black campaign*) yang sering dilakukan oleh salah satu kandidat atau tim kampanye kandidat tersebut untuk menjatuhkan kandidat lainnya. *Black campaign*, tidak seperti kampanye negatif (*negative campaign*), dilarang karena cenderung ke arah fitnah dan menyebarkan berita bohong terkait kandidat tertentu

Di Indonesia, *black campaign* masih sering terjadi dikarenakan sulitnya kegiatan itu ditindak. Letak kesulitannya terdapat pada pengaturan dalam Undang-undang No. 8 Tahun 2012 tentang Pemilihan Umum, pasal 249 ayat (4) bahwa pelanggaran kampanye baru dapat ditindak apabila ada pengaduan atau pelaporan terlebih dahulu kepada Bawaslu mengenai adanya dugaan pelanggaran atau kelalaian dalam pelaksanaan pemilu. Adanya batas kadaluarsa yang begitu cepat, yaitu hanya 7 (tujuh) hari sejak diketahui dan/atau ditemukannya pelanggaran pemilu-lah yang menjadikan pelanggaran tersebut sulit ditindak, karena biasanya baru dilaporkan kepada Bawaslu setelah batas kadaluarsa tersebut.

Selain itu, penggunaan media elektronik dalam kegiatan-kegiatan *black campaign* belum diatur secara lengkap dan memadai oleh Undang-undang maupun peraturan terkait dengan pemilihan umum, sehingga pemikiran para penegak hukum belum sampai pada pelanggaran yang dilakukan melalui media dan cara tersebut. Situasi paling sering terjadi adalah, adanya beberapa pihak penegak hukum yang memiliki pemikiran bahwa kondisi aman terkendali dapat dicapai apabila laporan pelanggaran

pemilu tidak ditindak lanjuti sehingga tidak muncul dimasyarakat, sehingga tidak perlu sampai ada tindak lanjut dari pelanggaran tersebut. Ini menunjukkan bahwa ada beberapa pihak penegak hukum kurang berani menindak pelanggaran *black campaign* yang dilakukan oleh partai-partai, terutama partai-partai besar.

3. Kategori Kampanye Hitam

Black campaign merupakan model kampanye dengan cara membuat suatu isu atau gosip yang ditujukan kepada pihak lawan, tanpa didukung fakta atau bukti yang jelas (fitnah). Kampanye Hitam juga merupakan kampanye yang terselubung. Pelakunya biasanya tidak memperlihatkan identitasnya siapa ataupun kelompok dari mana. Isi dari kampanye hitam pun tidak rasional dan tidak dapat dibahas secara terbuka, sehingga kebanyakan khalayak akan menerima isi kampanye ini begitu saja tanpa bisa melakukan protes dari isi kampanye hitam ini. Media yang dipakai dalam kegiatan ini pun beraneka ragam mulai dari Short Message Service (SMS), pamflet, baliho, dan yang kini menjadi tren adalah melalui media sosial.

4. Peran Media Sosial Terhadap Maraknya Kampanye Hitam

Media sosial telah mengubah lanskap politik global dengan cara yang tidak terduga. Di satu sisi, mereka memberikan *platform* bagi partisipasi yang lebih luas dalam proses politik, memfasilitasi pertukaran ide dan informasi yang cepat. Namun, di sisi lain, media sosial juga menjadi sarana untuk menyebarkan informasi palsu, memanipulasi opini publik, dan melancarkan kampanye hitam. Untuk memahami peran media sosial dalam maraknya kampanye hitam, perlu dianalisis lebih dalam.

Kelebihan dan Kelemahan Media Sosial dalam Konteks Kampanye Hitam

Kelebihan Media Sosial:

- a. Peningkatan Partisipasi Politik: Media sosial memungkinkan partisipasi politik yang lebih luas dari berbagai kalangan masyarakat, termasuk mereka yang sebelumnya kurang terlibat dalam proses politik.
- b. Pengungkapan Kekurangan Sistem: Dengan memungkinkan informasi yang lebih mudah tersebar, media sosial dapat mengungkapkan kekurangan atau masalah dalam sistem politik yang sebelumnya mungkin tersembunyi atau tidak diakui.
- c. Transparansi: Media sosial dapat memaksa pemerintah dan kandidat politik untuk lebih transparan dalam tindakan dan kebijakan mereka, karena masyarakat dapat dengan cepat mengetahui dan merespons berbagai tindakan atau keputusan.

Kelemahan Media Sosial:

- a. Penyebaran Informasi Palsu: Salah satu kelemahan utama media sosial adalah kemampuannya untuk menyebarkan informasi yang tidak benar atau fitnah dengan cepat, tanpa adanya mekanisme kontrol yang memadai.
- b. Polarisasi dan Konflik: Algoritma media sosial cenderung memperdalam polarisasi dengan menempatkan pengguna dalam "filter bubble" yang membatasi paparan mereka terhadap pandangan alternatif.
- c. Kerentanan terhadap Manipulasi: Media sosial rentan terhadap manipulasi oleh pihak-pihak yang memiliki kepentingan politik atau ekonomi tertentu, yang dapat memanfaatkan platform ini untuk mencapai tujuan mereka sendiri.

Media sosial memberikan kemungkinan yang luas untuk meningkatkan partisipasi politik dan akses informasi, tetapi juga membawa risiko serius terkait dengan kampanye hitam dan manipulasi opini publik. Untuk memaksimalkan manfaat dari media sosial dalam konteks politik, perlu adanya upaya bersama untuk mengembangkan regulasi yang efektif, meningkatkan literasi digital masyarakat, dan memperkuat kerjasama internasional untuk menghadapi tantangan yang kompleks ini. Dengan demikian, masyarakat dapat lebih percaya diri dalam menghadapi informasi politik yang ditemukan di media sosial, sambil tetap menjaga integritas proses demokratis.

Legalitas Pemilihan Umum Yang Dilakukan Melalui Kampanye Hitam Pada Media Sosial

Pada Pemilu tahun 2019 Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) pada periode Agustus 2018 sampai dengan Februari 2019 mengidentifikasi ada 771 konten hoaks di dunia maya.

1. Struktur Peraturan Perundang-Undangan Dalam Kampanye

a. Undang-Undang Dasar 1945

Undang-Undang Dasar 1945 (UUD 1945) merupakan konstitusi negara yang menyatakan prinsip-prinsip dasar mengenai kebebasan berpendapat, berkumpul, dan berekspresi. Pasal 28E ayat (3) UUD 1945 secara tegas menjamin bahwa setiap warga negara berhak atas kebebasan berserikat, berkumpul secara damai, dan mengeluarkan pendapat. Dalam konteks kampanye politik, kebebasan berekspresi ini menjadi landasan konstitusional yang penting.

b. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum (UU Pemilu) merupakan landasan hukum utama yang mengatur seluruh proses pemilihan umum di Indonesia. Beberapa aspek terkait kampanye yang diatur dalam UU ini antara lain:

Pasal 280: Menetapkan larangan-larangan dalam kampanye, seperti larangan mengganggu ketertiban umum, menghasut, atau mengadu domba yang dapat mengganggu stabilitas dan keamanan negara.

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).

Pasal 281: Mengatur tentang iklan kampanye yang disiarkan melalui media massa, termasuk ketentuan mengenai pengawasan dan pembatasan iklan kampanye untuk menjaga keadilan dan kesetaraan akses dalam kompetisi politik.

Pasal 282: Menyebutkan larangan bagi beberapa pejabat negara tertentu, seperti anggota TNI/Polri dan pejabat pemerintah, untuk turut serta dalam kampanye politik guna menjaga netralitas institusi dan mencegah penyalahgunaan kekuasaan.

c. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) pada mulanya dibuat untuk melindungi konsumen dari maraknya tindak pidana e-commerce. Namun, dalam praktiknya, UU ITE juga sering digunakan untuk menangani kasus penyebaran berita bohong di internet. Pasal 28 UU ITE secara khusus mengatur tentang penyebaran berita bohong dan menyesatkan, serta informasi yang dapat menimbulkan kebencian atau permusuhan berdasarkan suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA).

Pasal 28 UU ITE:

- 1) Pasal 28 ayat (1): "Setiap Orang dengan sengaja, dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik."
- 2) Pasal 28 ayat (2): "Setiap Orang 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)."

Pasal 45 UU ITE:

- 1) Pasal 45A ayat (1): "Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian

konsumen dalam Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)."

- 2) Pasal 45A ayat (2): "Setiap Orang yang 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) sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)."

Dengan demikian, UU ITE memiliki ketentuan yang cukup tegas terkait dengan penyebaran berita bohong dan informasi yang dapat menimbulkan kebencian atau permusuhan di internet, dengan ancaman sanksi yang cukup berat bagi pelakunya.

d. Peraturan Pemerintah

Peraturan Pemerintah (PP) diperlukan untuk mengisi detail teknis pelaksanaan UU Pemilu. Meskipun tidak semua aspek kampanye diatur dalam PP, PP dapat mengatur berbagai aspek teknis terkait dengan administrasi pemilu, pengelolaan logistik, dan persyaratan administratif lainnya yang mendukung pelaksanaan pemilihan umum yang efektif dan efisien.

e. 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

Pasal 69: Menyebutkan larangan-larangan dalam kampanye, termasuk:

Dalam Kampanye dilarang:

- 1) mempersoalkan dasar negara Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
- 2) 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;
- 3) melakukan Kampanye berupa menghasut, memfitnah, mengadu domba Partai Politik, perseorangan, dan/atau kelompok masyarakat;
- 4) menggunakan kekerasan, ancaman kekerasan atau menganjurkan penggunaan kekerasan kepada perseorangan, kelompok masyarakat dan/atau Partai Politik;
- 5) mengganggu keamanan, ketenteraman, dan ketertiban umum;
- 6) mengancam dan menganjurkan penggunaan kekerasan untuk mengambil alih kekuasaan dari pemerintahan yang sah;
- 7) merusak dan/atau menghilangkan alat peraga Kampanye;
- 8) menggunakan fasilitas dan anggaran Pemerintah dan Pemerintah Daerah;
- 9) menggunakan tempat ibadah dan tempat pendidikan;
- 10) melakukan pawai yang dilakukan dengan berjalan kaki dan/atau dengan kendaraan di jalan raya; dan/atau
- 11) melakukan kegiatan Kampanye di luar jadwal yang telah ditetapkan oleh KPU Provinsi dan KPU Kabupaten/Kota.

Pasal 187: Mengatur sanksi pidana bagi yang melanggar ketentuan dalam Pasal 69, dengan ancaman pidana sebagai berikut:

Setiap orang yang dengan sengaja melakukan perbuatan yang dilarang dalam kampanye sebagaimana dimaksud dalam Pasal 69 huruf a, huruf b, huruf c, huruf d, huruf e, huruf f, huruf g, huruf h, huruf i, dan huruf j dipidana dengan pidana penjara paling singkat 3 (tiga) bulan atau paling lama 18 (delapan belas) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp600.000 (enam ratus ribu rupiah) atau paling banyak Rp6.000.000 (enam juta rupiah).

Dengan adanya ketentuan ini, UU No. 1 Tahun 2014 memberikan landasan hukum yang jelas untuk menindak tindakan kampanye hitam yang dapat merusak

proses demokrasi dan mencederai prinsip-prinsip pemilihan umum yang adil dan jujur.

f. Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU)

PKPU adalah peraturan turunan yang dikeluarkan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) untuk mengatur sbecara rinci pelaksanaan teknis kampanye dan berbagai aspek terkait pemilihan umum. Beberapa PKPU yang terkait dengan kampanye di antaranya:

PKPU Nomor 23 Tahun 2018 tentang Kampanye Pemilihan Umum: Mengatur jenis-jenis kampanye yang diperbolehkan, batasan-batasan yang harus dipatuhi dalam kampanye seperti larangan fitnah dan ujaran kebencian, serta tata cara penyelenggaraan kampanye untuk memastikan proses kampanye berlangsung dengan adil dan transparan.

PKPU Nomor 24 Tahun 2018 tentang Dana Kampanye Pemilihan Umum: Mengatur tentang sumber dan penggunaan dana kampanye, serta kewajiban pelaporan terkait dengan penggunaan dana kampanye untuk memastikan transparansi dan akuntabilitas penggunaan dana dalam kampanye politik.

g. Ketentuan Tambahan

Selain UUD 1945, UU, PP, dan PKPU, terdapat juga ketentuan tambahan yang dikeluarkan oleh KPU atau instansi terkait lainnya untuk memberikan panduan lebih lanjut atau menjelaskan hal-hal teknis terkait dengan pelaksanaan kampanye. Ketentuan tambahan ini dapat berupa:

Surat Edaran KPU: Dokumen yang dikeluarkan oleh KPU untuk memberikan panduan atau penjelasan tambahan terkait pelaksanaan kampanye, misalnya mengenai aturan penggunaan alat peraga kampanye atau tata cara pelaporan pelanggaran kampanye.

Peraturan Daerah (Perda): Di beberapa daerah, terdapat peraturan tambahan yang mengatur hal-hal spesifik terkait dengan pelaksanaan kampanye di tingkat lokal, seperti aturan penggunaan ruang publik untuk kampanye atau penyelesaian sengketa kampanye di tingkat daerah.

SIMPULAN

Konsep kampanye hitam dalam pemilu merujuk pada upaya strategis untuk menjatuhkan reputasi atau kredibilitas kandidat lawan melalui penyebaran informasi yang salah, menyesatkan, atau negatif. Tujuannya adalah mengalihkan dukungan pemilih dengan menciptakan persepsi buruk terhadap lawan. Metode yang digunakan dalam kampanye hitam bisa mencakup rumor, fitnah, berita palsu (hoax), serta manipulasi media sosial dan berita.

Secara etika dan hukum, kampanye hitam sering dianggap tidak etis dan dapat melanggar hukum, seperti pencemaran nama baik atau penyebaran hoax yang dapat dikenai sanksi sesuai pasal 280 UU 7 tahun 2017 tentang Pemilihan Umum. Untuk menghadapi kampanye hitam, kandidat perlu strategi kontra yang efektif seperti klarifikasi informasi, penggunaan bukti nyata, dan membangun kembali kepercayaan publik melalui transparansi dan komunikasi yang baik.

Ketidakharmonisan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), Undang-Undang 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum menjadi Undang-Undang mengatur legalitas pemilihan umum terhadap kampanye hitam di media sosial, ketidakharmonisan dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum. Ketidakharmonisan ini muncul karena UU Pemilu hanya mengikat penyelenggara dan peserta pemilu, sedangkan UU ITE mengikat masyarakat umum. Selain itu, sanksi yang dijatuhkan oleh UU ITE terhadap masyarakat umum lebih berat dibandingkan dengan sanksi yang diberikan kepada penyelenggara dan peserta pemilu menurut UU Pemilu. Hal ini menimbulkan perbedaan perlakuan hukum yang signifikan antara masyarakat umum dan penyelenggara serta peserta pemilu dalam kasus kampanye hitam di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Anthony Downs, "Journal of Political Economy", Vol. 65, No. 2 (Apr., 1957)
- 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.
- Bryan A. Garner, 2009, *Black's Law Dictionary*, ninth edition, St. Paul: West.
- 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 17 April 2024.
- Erwin Jusuf Thaib, *Problematisasi Dakwah Di Media Sosial*, (Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri, 2021).
- Hyronimus Rhiti, 2015, *Filsafat Hukum Edisi Lengkap (Dari Klasik ke Postmodernisme)*, Ctk. Kelima, Universitas Atma Jaya, Yogyakarta.
<https://tirto.id/apa-itu-kampanye-negatif-di-pemilu-beda-dengan-kampanye-hitam-gNGg>
diakses pada tgl 29 April 2024
<https://law.ui.ac.id/permasalahan-black-campaign-dalam-pemilihan-umum-wawancara-dengan-wirdyaningsih-s-h-m-h/> diakses pada tgl 29 April 2024
- kbki.kemdikbud.go.id Mengacu pada KBBI Daring (Dalam Jaringan) Edisi VI Hak Cipta Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kemendikbud.
- Khudzaifah Dimiyati dan Kelik Wardiono, 2004, *Metode Penelitian Hukum*, Surakarta: Fakultas Hukum UMS.
- Jimly Asshiddiqie, 2006, *Pengantar Ilmu Hukum Tata Negara*, Sekretariat Jenderal dan Kepaniteraan Mahkamah Konstitusi, Jakarta.
- Johnny Ibrahim. 2005. *Teori & Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Malang: Bayumedia Publishing.
- Mahfud MD. 1999. *Hukum dan Pilar-Pilar Demokrasi*. Gama Media. Yogyakarta.
- Muhammad Nasir Badu, 2015, *Demokrasi dan Amerika Serikat*, Universitas Hasanuddin, Volume 1, Nomor 1, Tahun 2015.
- Muhammad Yuris Azmi, 'Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta Dan Undang-Undang Tentang Jaminan Fidusia', Universitas Sebelas Maret, IV.1 (2016).
- Republik Indonesia, *Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945; Pemegang Paten Perlu Perlindungan Hukum*", *Republika*, 24 Mei 2004.
- Peter Mahmud Marzuki, 2011, *Penelitian Hukum*, Edisi Pertama Cetakan Ke-7, Jakarta: Kencana.
- Peraturan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum.*
- Peraturan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2016, *Handbook Of Research Of Effective Advertising Strategies In The Social Media Age*, Cambridge: IGI Global.
- Philipus M. Hadjon, 2011, *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta.
- Satjipto Rahardjo, 2014, *Ilmu Hukum*, Ctk. Kedelapan, Citra Aditya Bakti, Bandung,
- Satjipto Rahardjo, 2003, *Sisi-Sisi Lain dari Hukum di Indonesia*, Jakarta: Kompas.
- Soedjono Dirdjosisworo, 2008, *Pengantar Ilmu Hukum*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Soerjono Soekanto. 1999. *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta, UI Press.
- [Zainal Arifin Hoesein, dan Arifudin. 2017. Penetapan Pemilih dalam Sistem Umum. Depok : PT RajaGrafindo Persada.](https://www.rajagrafindo.com/produk/9786027100000)