

DOI: <https://doi.org/10.31933/unesrev.v5i2>

Diterima: 05/12/2022, Diperbaiki: 15/12/2022, Diterbitkan: 20/12/2022

TINJAUAN YURIDIS MENGENAI BLACK CAMPAIGN DI SOSIAL MEDIA

Sadath M. Nur¹, Deni Syaputra², Fauzia Zainin³¹⁾ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mohammad Husni Thamrin, IndonesiaE-mail: sadath31smn@gmail.com²⁾ Prodi Ilmu Hukum, Institut Teknologi Ilmu Sosial Khatulistiwa, IndonesiaEmail: deni-piliang@yahoo.com³⁾ Prodi Ilmu Hukum, Institut Teknologi Ilmu Sosial Khatulistiwa, IndonesiaE-mail: fauziasainin2303@gmail.com**Corresponding Author: Sadath M. Nur**

ABSTRACT

Social media has now experienced a massive and significant change in its use, one of which is as a place to carry out political activities (campaigns). The rules regarding black campaigning are in various laws and regulations. Even though there are regulations, there are still many black campaigns on social media. The emergence of the black campaign is a reflection of the moral decay of the Indonesian nation at this time. It is undeniable that the black campaign has had a very bad impact on the political education of the Indonesian people. The phenomenon that occurs is the participation of SARA in politics. Where do we know that the Indonesian state has pluralism, not only having one religion, culture, and ethnicity and between groups. This research is a normative legal research which has a method that is different from other research. Normative legal research focuses on written regulations in the form of literary literature or a literary approach (library research), both of which rely on secondary data sources which include primary legal materials and secondary legal materials. As for what can be formulated in this study are: (1) the legal consequences of black campaigns; (2) Elements that influence black campaign law enforcement; and (3) Efforts to Overcome Black Campaigns on Social Media.

Keywords: *Juridical Review, Black Campaign, Social Media*

ABSTRAK

Media sosial saat ini sudah mengalami perubahan pemanfaatannya secara massif dan signifikan, 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. Munculnya kampanye hitam menjadi cerminan bobroknya moral bangsa Indonesia saat ini. Tidak bisa dipungkiri bahwa black campaign amat sangat memberikan dampak yang buruk bagi pendidikan politik masyarakat Indonesia. Fenomena yang terjadi, yaitu keikutsertaan SARA dalam politik. Di mana kita ketahui

bahwa negara Indonesia memiliki kemajemukan, tidak hanya memiliki satu agama, budaya, serta suku dan antar golongan. Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif yang memiliki suatu metode yang berbeda dengan penelitian lainnya. Penelitian hukum normatif berfokus pada peraturan-peraturan tertulis berupa literatur-literatur kepustakaan atau pendekatan kepustakaan (library research) baik yang bersandar pada sumber data sekunder yang meliputi bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Adapun yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah: (1) Akibat hukum dari black campaign; (2) Unsur yang mempengaruhi penegakan hukum kampanye hitam (black campaign); dan (3) Upaya Menanggulangi Kampanye Hitam (Black Campaign) di Media Sosial.

Kata Kunci: Tinjauan Yuridis, Black Campaign, Sosial Media

PENDAHULUAN

Pemilihan umum di Indonesia selalu menyuguhkan berbagai dinamika di dalamnya, hal ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dan tak terbantahkan dari demokratisasi baik ditingkat lokal maupun ditingkat nasional. Maka hal inilah, yang dikenal dengan istilah pemilihan umum (pemilu) dalam sistem demokrasi, bahkan kebanyakan orang memberikan sebutan sebagai pesta demokrasi. Pesta demokrasi di era tahun 2004 hingga era saat ini dilakukan secara langsung, dengan memilih calon sesuai dengan kriteria pilihannya masing-masing. Pada proses pilpres, pileg hingga pilkada terdapat dinamika politik di dalamnya, termasuk dinamika yang menghasilkan kemenangan bagi pasangan calon. Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden maupun pemilihan Kepala Daerah merupakan suatu wujud nyata dari demokrasi dan menjadi sarana bagi rakyat dalam menyatakan kedaulatannya terhadap Negara dan Pemerintah.

Dalam negara demokrasi, negara memiliki peran penting dalam menjaga keamanan dan ketertiban, juga dalam pengembangan dan jaminan atas penyelenggaraan demokrasi itu sendiri (Maurice Punch, Ralph Crawshaw & Geoffrey Markham, 2016: 2-12). Negara Kesatuan Republik Indonesia disebut-sebut sebagai negara yang sistem pemerintahannya mempunyai sifat demokrasi, yang umumnya diberi istilah sebagai negara demokrasi. Negara demokrasi merupakan suatu negara yang bercirikan sebagai penganut sistem pemerintahan yang mempunyai tujuan untuk terciptanya kedaulatan rakyat yang menandakan bahwa kekuasaan tertinggi dan kedaulatan dikuasai sepenuhnya oleh rakyat untuk kemudian selanjutnya pemerintah menjalankan hak dan wewenangnya atas nama rakyat. Maka tidak heran apabila seluruh rakyat mempunyai kedudukan hak yang setara untuk berkesempatan memberikan kontribusi secara aktif atau turut berproses dalam pengambilan keputusan yang pada akhirnya, keputusan tersebut akan berpengaruh terhadap nasib hidup orang banyak (Nanik Prasetyoningsih, 2014: 251).

Bentuk pemerintahan yang sifatnya demokrasi, dapat diwujudkan salah satunya dengan adanya kehidupan berpolitik, yakni partai politik. Keberadaan partai politik selanjutnya memunculkan hal yang telah menjadi sebuah ketentuan umum berupa kegiatan untuk memilih presiden beserta wakil presidennya, kepala daerah tingkat kabupaten/kota maupun wakil-wakil rakyat (Miftah Toha, 2014: 113). Pemilu merupakan suatu kegiatan yang diadakan sebagai salah

satu perwujudan pemenuhan hak asasi manusia khususnya masyarakat Indonesia di bidang politik. Pemilu dipandang pula sebagai simbol sekaligus patokan dari demokrasi (Nanik Prasetyoningsih, 2014: 242).

Pemilu bertujuan untuk menciptakan kedaulatan rakyat, karena hakikatnya seluruh rakyat tidak mampu dalam memerintah sekaligus secara langsung maupun bersamaan. Maka dari itu, diperlukan cara untuk memilih wakil dari rakyat agar dapat memerintah baik dalam suatu daerah maupun suatu negara, seperti memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), anggota Dewan Perwakilan Daerah (DPD), presiden dan wakil presiden dan untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) untuk jangka waktu tertentu yang telah ditetapkan selama 5 (lima) tahun dalam setiap 1 (satu) periode. Tentu dalam pelaksanaannya, pemilu tidak dapat dilaksanakan dengan cara gegabah atau asal-asalan, akan tetapi harus adanya acuan yang mengatur dengan mengedepankan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil. Hal ini tertuang di dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum (UU/7/2017).

Kepemiluan atau kegiatan pemilu tidak dapat dipisahkan dengan suatu kegiatan yang umumnya dikenal dengan istilah kampanye. Karena keduanya baik pemilu maupun kampanye, dapat diibaratkan bagai dua sisi mata uang logam yang tak terpisahkan antara satu dengan yang lainnya. Hal ini dapat dilihat dalam Pasal 1 angka 35 UU/7/2017, yang menyatakan bahwa kampanye pemilu adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh peserta pemilu atau pihak lain yang ditunjuk oleh peserta pemilu yakni partai politik yang berisi sekelompok orang yang terorganisir maupun oleh peserta pemilu perseorangan, yang isi materinya adalah tidak lain untuk meyakinkan pemilih dengan menyampaikan sekaligus menawarkan visi, misi, program yang akan dijalankan dan diusahakan dan/atau sekaligus memperlihatkan citra diri peserta pemilu sebagai bentuk promosi.

Kampanye dalam ketentuan Peraturan Komisi Pemilihan Umum nomor 4 Tahun 2017 Pasal 1 ayat 15 yang berbunyi: “Kampanye Pemilihan, yang selanjutnya disebut Kampanye adalah kegiatan menawarkan visi, misi, program Pasangan Calon dan/atau informasi lainnya, yang bertujuan mengenalkan atau meyakinkan Pemilih”.

Sedangkan menurut Imawan mengungkapkan kampanye adalah upaya persuasif untuk mengajak orang lain yang belum sepaham atau belum yakin pada ide-ide yang kita tawarkan, agar mereka bersedia bergabung dan mendukungnya (Cangara, Hafied: 2011, hlm 223).

Pada kondisi seperti inilah strategi kampanye masing-masing peserta pemilu dapat difungsikan secara penuh yakni dengan membuat sekaligus mempromosikan citra diri yang dapat memberikan persepsi baik kepada masyarakat mengenai mana yang nantinya dinilai lebih unggul di mata masyarakat sebagai pemilih. Strategi kampanye dapat di artikan sebagai perencanaan secara menyeluruh oleh peserta pemilu baik secara perseorangan maupun oleh sekelompok orang atau organisasi politik yang sifatnya sebagai suatu hal yang sudah dapat dipastikan mengenai tindakan-tindakan apa saja yang kiranya akan dijalankan pada saat itu dalam jangka waktu tertentu, yang tujuannya tidak lain adalah untuk memperoleh dukungan politik dari masyarakat demi mencapai tujuan politik di masa yang akan datang (Anwar Arifin, 2011: 145).

Namun pada kenyataannya, strategi kampanye sering kali dilakukan dengan berbagai cara dan strategi, salah satunya dengan menghalalkan berbagai cara sehingga dalam prosesnya, kampanye seolah-olah dianggap merupakan sebuah ajang untuk saling menjatuhkan antar kelompok, antar pendukung maupun antar peserta pemilu satu sama lain dan sekaligus berupaya keras membentuk opini sebagai bentuk promosi diri secara baik dan positif untuk meyakinkan masyarakat yang dalam hal ini pemilih itu sendiri.

Dengan kondisi tersebut pada akhirnya memunculkan perdebatan. Perdebatan yang muncul tersebut sudah menjadi hal yang lumrah terjadi selama masa proses kampanye, bahkan kadang kala perdebatan telah dimulai jauh sebelum masa kampanye berlangsung. Perdebatan dilakukan oleh hampir seluruh lapisan masyarakat, baik itu oleh para peserta pemilu sendiri, para anggota/simpatisan partai politik, hingga masyarakat biasa dengan latar belakang yang berbeda yang ironisnya belum tentu masyarakat tersebut akan berpartisipasi untuk ikut memilih pada saat hari pemungutan suara (Anwar Arifin, 2011: 146).

Dari perdebatan yang terjadi antar pendukung, selalu diiringi dengan munculnya fenomena kampanye hitam atau yang biasa dikenal dengan istilah *black campaign*. Kampanye hitam atau *black campaign* bertujuan untuk menjelek-jelekkan agar menjadi buruk di mata masyarakat, merugikan, menjatuhkan atau menyerang lawan politik, dilakukan dengan cara yang tidak baik bahkan mengarah kepada perbuatan jahat dan jauh dari etika politik, yang tidak sesuai dengan realita dan fakta, karena berita maupun informasi yang diperoleh dari sumber yang tidak jelas bahkan dapat menjurus pada fitnah dan hujatan. *Black campaign* seolah dianggap sebagai hal yang biasa saja dan dianggap kewajaran bagi sebagian orang, yang bertujuan dilakukannya untuk meyakinkan pemilih. Bentuk kampanye seperti ini sudah barang tentu, dapat merugikan bagi para peserta pemilu dalam hal harkat dan martabat, nama baik atau kehormatan yang harus dijaga selama masa kampanye dan juga masyarakat.

Perkembangannya, kampanye yang dilakukan mengalami beberapa perubahan dalam hal sarana yang digunakan, sehingga dalam penyampaian visi, misi dan program kerja beserta segala sesuatu yang berkaitan dengan peserta pemilu dilakukan dengan cara yang sedikit berbeda. Hal ini berlaku pula pada *black campaign*. Dahulu *black campaign* dilakukan melalui pembagian atau penyebaran informasi melalui media cetak seperti pamflet, fotokopian artikel, spanduk dan lain-lain, yang di dalamnya berisikan mengenai informasi-informasi negatif pihak lawan kepada masyarakat luas. Penyebaran itu dilakukan oleh tim sukses maupun simpatisan dari peserta pemilu yang terkait (Alfred B. David Dodu, 2017: 57). *Black campaign* disebut juga sebagai kampanye hitam. Namun era saat ini, *black campaign* dilakukan dengan menggunakan media yang lebih canggih sebagai bentuk adanya kemajuan teknologi dan informasi. Perkembangan zaman telah menuntut peserta pemilu untuk bekerja lebih produktif, inovatif dan kreatif dengan menawarkan visi dan misinya kepada masyarakat, sehingga hal ini media sosial mulai digunakan dalam bidang politik khususnya kampanye.

Dalam penggunaan media sosial dalam bidang politik tentu saja sangat beralasan, karena media sosial dianggap memberikan akses kemudahan dan sangat efektif untuk penyebaran informasi disamping pula sebagai sumber informasi, sehingga informasi yang ada menjadi cepat

tersebar luas secara bebas dan dengan mudah mendapatkan tanggapan secara cepat dan langsung. Media sosial dapat diakses kapanpun, dimanapun dengan berbagai kemudahan untuk mengaksesnya, sehingga kampanye melalui media sosial tidak mengeluarkan banyak biaya dan tentunya diminati semua kalangan.

Tren media sosial yang paling sering digunakan dalam melakukan kampanye seperti Whats'App, Facebook hingga Instagram. Dengan dimanfaatkannya media sosial tersebut, tentu memberikan kemudahan dalam mendistribusikan informasi ke public secara luas. Dalam berkampanye, nyatanya seringkali disalahgunakan oleh banyak pihak yang dalam hal ini adalah oknum yang tidak bertanggung jawab, dengan mudahnya menyisipkan *black campaign* dan sekaligus membuat situasi semakin runyam dan memanas antara peserta pemilu satu dengan peserta pemilu lainnya. Media sosial memiliki potensi yang sangat besar dalam menyebarkan isu yang tidak benar sekaligus pula berpengaruh sangat massive dan signifikan, terutama dalam memberikan pengaruh kepada masyarakat dalam hal pengambilan keputusan. Tujuannya, tentu agar penyebaran isu yang tidak benar tersebut tidak lain adalah sebagai bagian dari rencana untuk menjatuhkan lawan politik yang nantinya akan mempengaruhi masyarakat untuk mempercayai keberadaan isu tersebut.

Walaupun *black campain* tidak dapat dijadikan sebuah jaminan sebagai strategi yang efektif untuk mendongkrak popularitas calon dan perolehan suaranya, namun kenyataannya praktek *black campaign* sudah dipastikan sebagai bentuk ancaman yang dapat meresahkan dan membuat masyarakat merasa khawatir. Efek-efek yang dapat ditimbulkan dari media sosial tersebut tidak bisa dianggap sepele dan remeh-temeh, sehingga perlu adanya aturan khusus yang tegas untuk menghadapi *black campaign* yang dilakukan di media sosial secara umum. Berangkat dari persoalan dan permasalahan sebagaimana yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul, "Tinjauan Yuridis Mengenai *Black Campaign* di Sosial Media".

Adapun yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah: (1) Akibat hukum dari *black campaign*; (2) Unsur yang mempengaruhi penegakan hukum kampanye hitam (*black campaign*); dan (3) Upaya menanggulangi kampanye hitam (*black campaign*) di Media Sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian hukum normatif adalah penelitian hukum yang meletakkan hukum sebagai sebuah bangunan sistem norma. Sistem norma yang dibangun adalah mengenai asas-asas, norma, kaidah dari peraturan perundangan, putusan pengadilan, perjanjian, serta doktrin (ajaran) (Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, 2017: 33). Pokok kajiannya adalah hukum yang dikonsepsikan sebagai norma atau kaidah yang berlaku dalam masyarakat dan menjadi acuan perilaku setiap orang, sehingga penelitian hukum normatif berfokus pada peraturan-peraturan tertulis berupa literatur-literatur kepustakaan atau pendekatan kepustakaan (*library research*) baik yang bersandar pada sumber data sekunder yang meliputi bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan, norma-norma dan kaedah-kaedah dan bahan hukum sekunder berupa pendapat-pendapat hukum/doktrin/teori yang diperoleh dari literatur hukum, hasil kajian atau

hasil penelitian, artikel ilmiah, maupun dari internet atau website yang masih ada relevansinya dengan pokok permasalahan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Akibat Hukum dari Black Campaign

Teknologi dalam perkembangannya di dunia dari masa ke masa, memudahkan proses kampanye. Seperti Televisi, handphone dan media sosial. Sementara itu, iklan Televisi masih merupakan komponen penting dari strategi komunikasi para politisi, hal ini adalah kampanye penting bagi para pihak yang menggunakan informasi yang diperoleh dari penelitian pasar dan metode baru.

Ada beberapa macam kampanye yang bisa dibedakan dari isinya, diantaranya adalah:

1. Kampanye Positif

Kampanye yang berisi pengenalan tentang produk atau seseorang yang dikampanyekan. Pada umumnya informasi yang disampaikan tentang hal-hal baik saja.

2. Kampanye Negatif

Kampanye negatif biasanya dilakukan oleh kompetitor dimana isi kampanyenya menyampaikan tentang kekurangan produk atau seseorang. Pada umumnya kampanye negatif ini berdasarkan data dan fakta yang sudah terjadi sebelumnya.

3. Kampanye Hitam

Kampanye hitam adalah kampanye yang bertujuan untuk membunuh karakter seseorang atau produk yang menjadi kompetitor. Namun, informasi yang disampaikan dalam kampanye hitam adalah fitnah, kebohongan, atau tuduhan tanpa bukti. (<https://www.maxmanroe.com/vid/sosial/pengertian-kampanye.html>)

Hal-hal yang dilarang dalam kampanye dan bentuk kampanye hitam menjelek-jelekkan lawan politik dengan isu-isu yang prokatif maupun isu-isu yang tidak berdasar tentu merupakan hal yang dilarang dalam pelaksanaan kampanye. Mengenai hal tersebut, dalam pelaksanaannya, berdasarkan Pasal 280 ayat (1) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum (UU/7/2017) menyatakan bahwa hal-hal yang dilarang dalam pelaksanaan kampanye pemilu adalah sebagai berikut:

1. Mempersoalkan dasar negara Pancasila, Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, dan bentuk Negara Kesatuan Republik Indonesia;
2. Melakukan kegiatan yang membahayakan keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia;
3. Menghina seseorang, agama, suku, ras, golongan, calon, dan/atau Peserta Pemilu yang lain;
4. Menghasut dan mengadu domba perseorangan ataupun masyarakat;
5. Mengganggu ketertiban umum;
6. Mengancam untuk melakukan kekerasan atau menganjurkan penggunaan kekerasan kepada seseorang, sekelompok anggota masyarakat, dan/atau Peserta Pemilu yang lain;
7. Merusak dan/atau menghilangkan alat peraga kampanye Peserta Pemilu;

8. Menggunakan fasilitas pemerintah, tempat ibadah, dan tempat pendidikan;
9. Membawa atau menggunakan tanda gambar dan/atau atribut selain dari tanda gambar dan/atau atribut Peserta Pemilu yang bersangkutan; dan
10. Menjanjikan atau memberikan uang atau materi lainnya kepada peserta Kampanye Pemilu.

Kampanye yang selalu dijadikan sebagai senjata dalam strategi berpolitik untuk mencapai tujuan politik yang dikehendaki, pada dasarnya terdiri dari 3 (tiga) jenis apabila dilihat dari segi substansi di dalam kampanye itu sendiri. Pertama, kampanye positif (*positive campaign*), yakni kampanye yang substansinya mengenai profil peserta pemilu yang sedang dikampanyekan dengan memuat berbagai informasi berupa promosi keunggulan dari yang bersangkutan atau segala hal yang dianggap positif, yang dikenal dengan istilah politik pencitraan. Kedua, kampanye negatif (*negative campaign*), yakni kampanye yang substansinya membeberkan mengenai kesalahan dan kelemahan atau kekurangan yang ada pada diri lawan politik yang bersangkutan. Kelemahan yang dimaksud adalah merupakan fakta terhadap segala hal yang pernah terjadi sebelumnya atau bahkan sedang terjadi yang senyatanya ada dengan bukti rekam jejak negatif yang dapat dipertanggungjawabkan. Ketiga, kampanye hitam (*black campaign*), yakni kampanye yang substansinya adalah membeberkan segala sesuatu yang penuh dengan kebohongan, fitnah, omong kosong atau rumor yang sengaja diciptakan oleh lawan politik yang bersangkutan dengan tidak bersumber dan tidak dapat dipertanggungjawabkan. Hal inilah yang biasa dikenal dengan istilah pembunuhan karakter (Rafli Fadilah Achmad, 2018: 701 dalam <http://Dx.Doi.Org/10.21143/Jhp.Vol48.No4.1799>).

Topo Santoso, membedakan mengenai kampanye negatif dengan kampanye hitam atau *black campaign*. Dalam hukum kepemiluan, kampanye negatif diizinkan, sedangkan kampanye hitam dilarang dan dapat dikenakan sanksi pidana sebagaimana tertuang di dalam Pasal 280 ayat (1) huruf c dan Pasal 521. Sedangkan dalam Pasal 280 ayat (1) huruf c berbunyi, “menghina seseorang, agama, suku, ras, golongan, calon, dan/atau peserta pemilu yang lain.” Pasal 521, “Setiap pelaksana, peserta, dan/atau tim Kampanye Pemilu yang dengan sengaja melanggar larangan dalam Pasal 280 ayat (1) huruf a,b,c,d,e,f,g,h,i, atau j, dipidana penjara paling lama dua tahun dan denda paling banyak 24 juta rupiah”. (<https://law.ui.ac.id/perihal-kampanye-negatif-dan-kampanye-hitam-apa-bedanya/>)

Jika kampanye negatif dilakukan dengan menunjukkan kelemahan dan kesalahan pihak lawan politik, maka kampanye hitam adalah menuduh pihak lawan dengan tuduhan palsu atau belum terbukti, atau melalui hal-hal yang tidak relevan terkait kapasitasnya sebagai pemimpin. Sebagai contoh, kampanye negatif dalam kontes pemilihan presiden (pilpres) dilakukan dengan mengumbar data hutang luar negeri petahana calon presiden (capres) oleh pihak lawan. Sementara contoh untuk kampanye hitam, menuduh seseorang tidak pantas menjadi pemimpin karena agama atau rasnya. Kampanye negatif ini aspek hukumnya sah saja. Bahkan, itu berguna membantu pemilih membuat keputusannya. Misalnya saja, ada berita yang menunjukkan data-data, misalnya hutang luar negeri, hal demikian sah saja dan dapat dikeluarkan. Pemilih akan lebih cerdas dalam memilih dan menentukan pilihannya.

Totok Suhartoyo, memaparkan ada 3 (tiga) hal pembeda kampanye negatif dengan kampanye hitam. Pertama, dari sisi sumber, pelaku kampanye negatif jelas, sedangkan pelaku kampanye hitam tidak jelas. Kedua, dari sisi tujuan, kampanye negatif bertujuan untuk mendiskreditkan karakter seseorang, dan kampanye hitam bertujuan untuk menghancurkan karakter seseorang. Ketiga, dari sisi kebenaran, kampanye negatif menggunakan data yang sah, sementara kampanye hitam datanya tak sah atau mengada-ada. (<https://law.ui.ac.id/perihal-kampanye-negatif-dan-kampanye-hitam-apa-bedanya/>). Maka sudah barang tentu kampanye negatif dan kampanye hitam memiliki sisi perbedaannya yang signifikan, hal tersebut sangat berbeda dari sisi maksud dan tujuannya.

Pada kesempatan yang sama, Mahfud MD menjelaskan bahwa kampanye negatif mengungkapkan fakta yang menunjukkan kekurangan seseorang. Hal itu berbeda dengan *black campaign*. Kampanye hitam tidak didasarkan pada fakta dan cenderung berupa fitnah yang berpotensi mengarah pada tindak pidana. "Black campaign itu fitnah. Tidak ada, diada-adakan itu namanya fitnah. Black campaign itu tidak boleh, itu adalah tindak pidana". Kalau *negative campaign* itu fakta tentang kekurangan seseorang, prestasi rapor merah tentang pekerjaan". Menurutnya saat ini, khususnya di media sosial, kampanye negatif sudah banyak dilakukan. Mereka yang melakukan kampanye negatif tidak bisa ditindak secara hukum sepanjang apa yang disampaikan sesuai fakta. (Kompas.com. Mengapa Kampanye Negatif Boleh, Kampanye Hitam Tak Boleh?", dalam <https://nasional.kompas.com/read/2018/10/15/14305051/mengapa-kampanye-negatif-boleh-kampanye-hitam-tak-boleh>. Diakses pada hari Jumat tanggal 23 Juli 2021).

Fakta yang ada, dapat dijadikan sebagai pertimbangan dalam memilih pada saat pemungutan suara. Hal ini dikarenakan masyarakat secara umum, berhak tahu rekam jejak para peserta pemilu sepenuhnya. Tidak hanya mengetahui sisi baiknya saja tetapi juga sisi buruknya terutama mengenai kelemahan atau kekurangannya sehingga nantinya dapat menilai sendiri berdasarkan persepsinya. Sebaliknya, justru masyarakat secara umum harus menghindari *black campaign*. *Black campaign* dilarang karena informasi yang sengaja dibebaskan adalah tuduhan yang sifatnya hanya omong kosong tidak berdasar atau mengada-ada saja (Muhammad Rizaldi: 2014, 19).

Faktanya dalam masyarakat, *negative campaign* berubah dapat menjadi *black campaign*. Yang awalnya hanya berisi fakta yang senyatanya ada dan benar-benar terjadi, yakni mengenai kelemahan atau kesalahan lawan politik yang bersangkutan, namun kemudian tidak segan diolah sedemikian rupa dengan ditambah bumbu kebohongan seperti tuduhan buruk tidak berdasar lalu semakin berkembang menjadi fitnah, rumor atau hoaks, agar menjadi suatu berita yang fenomenal dan menyebar secara luas dan cepat bahkan dengan mudahnya disangkutkan dengan unsur isu suku, agama, ras dan antar golongan (SARA). Mengingat SARA sebagai identitas kultural yang keberadaannya adalah merupakan sebuah realitas yang tidak dapat ditepis dan sekaligus sebagai sesuatu ciri khas yang unik serta menggambarkan kekayaan Indonesia. Sehingga isu SARA merupakan suatu hal yang sangat sensitif yang dapat membuat keadaan semakin memanas (Nina Widyawati, 2015, 266).

Hal tersebut dilakukan atas dasar dorongan sikap tidak mau kalah saing, sehingga memicu untuk berperilaku jahat yang memunculkan perasaan kekhawatiran, keresahan, kecemasan atau bahkan ketakutan secara berlebih terhadap kualitas lawan politik yang dihadapinya. Penyebaran *black campaign* yang dilakukan untuk menjatuhkan nama baik lawan politik yang dihadapinya dengan harapan yang bersangkutan dijauhi dan tidak disukai masyarakat secara umum sebagai pemilih sehingga nantinya tidak akan mendapatkan dukungan suara (Fauziah dan Sri Praptianingsih, 2015: 18).

Selain itu, bertujuan juga sebagai proses pembunuhan karakter dengan mengarahkan pada opini buruk terhadap lawan politik yang bersangkutan seperti yang telah disebutkan di atas dan sekaligus sebagai rencana untuk mengurangi peluang dipilihnya yang bersangkutan sebagai lawan politiknya sehingga dengan kata lain sebagai bentuk penyingkiran saingan yang dihadapinya (La Januru, 2017: 193).

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 (Christie Stefanie dalam <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180709153148-32-312746/cebong-dankampret-sinisme-dua-kubu-nihil-gagasan>).

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.

Persoalan mengenai definisi dari *black campaign* atau kampanye hitam tidak diatur secara pasti di dalam undang-undang terkait pemilu di Indonesia, namun dalam penjelasan Pasal 69 huruf c Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2016 Tentang Perubahan Kedua 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/10/2016), dengan tegas menjelaskan bahwa perbuatan yang bentuknya berupa hasut, fitnah, adu domba antara para peserta pemilu, baik antara partai politik, perseorangan dan atau suatu kelompok masyarakat tertentu, termasuk ke dalam perbuatan yang selama ini dikenal dengan istilah *black campaign*.

Black campaign atau Kampanye hitam, dalam era perkembangannya tidak hanya selalu dilakukan melalui mulut ke mulut semata, akan tetapi sudah merambah melalui penggunaan media lain, seperti melalui media massa berupa media cetak maupun media elektronik yang masih tetap mendominasi hingga saat ini dan kemudian lebih merambah lagi hingga pada pemanfaatan teknologi yang lebih canggih seperti media sosial yang *real time* dan tidak dapat dibatasi penggunaannya. Penggunaan media sosial di era digital seperti saat ini, telah merambah secara luas dan massif di masyarakat, tentu saja menjadikan media sosial merupakan media yang dianggap praktis dan ekonomis oleh seluruh kalangan yang memanfaatkan platform media sosial ini.

Sudah menjadi rahasia umum bahwa media sosial menjadi salah satu metode yang paling efektif dalam berkampanye politik. Hal ini diatur dengan tegas dalam Pasal 275 ayat (1) huruf e UU/7/2017, yang menyatakan bahwa dalam berkampanye, dapat dilakukan dengan melalui metode media sosial. Sejalan dengan itu pula, hal yang sama mengenai pemanfaatan media sosial sebagai metode kampanye, diatur dalam Pasal 23 ayat (1) huruf e jo. Pasal 35 ayat (1) PKPU/28/2018. Pemanfaatan media sosial dapat dirasakan secara signifikan dan menjadi semakin berkembang pesat khususnya di bidang politik. Media sosial memberikan banyak kemudahan, salah satunya untuk menjembatani hubungan komunikasi antara para tokoh politik dengan masyarakat khususnya dalam hal ini yang biasa disebut dengan istilah *netizen*.

Netizen dari gabungan kata Internet dan citizen (warga, penduduk), Netizen adalah pengguna Internet, atau juga disebut-sebut sebagai penghuni yang aktif terlibat di komunitas online di Internet. Aktifitas itu bisa bermacam-macam jenisnya, dari yang sekadar ngobrol dan seneng-senang sampai aktivisme yang menuntut perubahan di dunia maya atau bahkan dunia maya. (<https://www.kompasiana.com/irazzam/56b009b8149773bc1063655e/netizen-itu-apa-sih-apa-peran-mereka>). Diakses pada hari ini Senin tanggal 9 Agustus 2021.

Maka, komunikasi dan hubungan antara keduanya menjadi lebih intens dan dekat, walaupun pada kenyataannya terhalang perbedaan tempat dan jarak maupun waktu, sehingga tetap dapat berkomunikasi secara langsung. Hal inilah yang kemudian dimanfaatkan untuk ajang kampanye dan menyampaikan maksud dan tujuannya. Para tokoh politik berlomba-lomba untuk mendekati diri dengan para *netizen* yang kemudian sekaligus dapat menciptakan citra dirinya secara baik. Semua dilakukan hanya untuk menggiring opini masyarakat khususnya *netizen* ke arah positif sesuai yang diinginkan dan dicita-citakannya.

Penyalahgunaan media sosial dalam bentuk *black campaign*, sudah dapat dipastikan akan menimbulkan efek negatif, yakni munculnya konflik dan berbagai kerugian dalam pelaksanaan pemilu. Efek yang dapat ditimbulkan oleh media sosial tersebut tidak bisa dianggap sepele. Walaupun para tokoh politik sebagai peserta pemilu telah bersepakat satu sama lain untuk tidak saling menyebarkan *black campaign* kepada siapapun, namun dalam kenyataannya *black campaign* masih saja marak bahkan direncanakan secara masif, terstruktur dan sistematis yang dilakukan oleh oknum tertentu yang berkedok akun anonim (akun tanpa nama) yang disinyalir kuat sebagai relawan dari tokoh politik yang bersangkutan, hal ini perlu diwaspadai.

Oleh karena itu, pelaksanaan kampanye melalui media sosial di Indonesia diatur dalam undang-undang yang bertujuan untuk mengurangi bahkan mencegah maraknya praktek *black campaign*. Kampanye politik melalui metode sosial media diberikan batasan, hanya dapat membuat maksimal 10 (sepuluh) untuk setiap jenis platform media sosial. Hal ini, diatur dalam Pasal 35 ayat (2) PKPU/28/2018. Hal ini, berlaku bagi media sosial lainnya, seperti Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, Whatsapp, Line, Telegram bahkan Tik Tok dan lain-lain. Menurut Pasal 36 PKPU/28/2018, masih ada prosedur lain yang perlu dipenuhi dan diperhatikan terkait akun media sosial yang akan digunakan untuk berkampanye, yakni akun media sosial yang dimaksud harus secara resmi didaftarkan oleh pelaksana kampanye paling lambat 1 (satu) hari sebelum masa kampanye dimulai.

Berdasarkan UU/7/2017 dan PKPU/28/2018, platform media sosial sebagai wadah iklan kampanye yang berbentuk komersial atau layanan masyarakat harus berlaku adil dan berimbang dengan memberi kesempatan yang sama setiap peserta pemilu, sekaligus menentukan standar tarif iklan kampanye komersial yang berlaku sama untuk setiap peserta pemilu yang berdasarkan aturannya, tarif iklan kampanye layanan masyarakat harus lebih rendah daripada tarif iklan kampanye komersial. Platform media sosial pun harus bersikap hati-hati, untuk tidak melakukan pelanggaran-pelanggaran dalam melaksanakan fungsinya sebagai media untuk pemberitaan, penyiaran dan iklan kampanye, yakni antara tidak diperkenankan menjual pemblokiran segmen (*blocking segment*) dan/atau pemblokiran waktu (*blocking time*) untuk kepentingan kampanye pemilu, tidak diperkenankan pula menerima program sponsor dalam format atau segmen apapun untuk kepentingan iklan kampanye pemilu termasuk untuk tidak diperkenankan menjual spot iklan yang tidak dimanfaatkan oleh salah satu peserta pemilu kepada peserta pemilu yang lain dan lain-lain.

Black Campaign yang dilakukan melalui media sosial dapat dijerat dengan UU/7/2017 dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik (UU/19/2016). Mengingat *black campaign* melalui media sosial dapat dikategorikan sebagai tindak pidana pemilu disamping pula merupakan tindak pidana siber karena erat kaitannya dengan pemanfaatan teknologi.

Selama ini prakteknya, UU/7/2017 hanya diberlakukan terhadap orang yang mempunyai hubungan langsung dengan pemilu misalnya peserta pemilu dalam hal apabila melakukan *black campaign* melalui media sosial. Sedangkan anggota masyarakat secara umum yang tidak langsung berhubungan dengan kepentingan pemilu dalam hal ini peserta kampanye, apabila

dianggap melakukan *black campaign* melalui media sosial, maka dijerat dengan UU 19/2016. Oleh karena itu, persepsi mengenai subjek tindak pidana pemilu haruslah diluruskan dan diselaraskan agar pemberlakuannya tidak menimbulkan ketidakpastian dan ketidakadilan bagi masyarakat.

Unsur yang mempengaruhi penegakan hukum kampanye hitam (*black campaign*)

Tindak pidana (*delict*) dalam pemilu diatur dalam UU/7/2017 tentang Pemilu, dalam Buku Ke-5, yang terdiri dari ketentuan tentang penanganan tindak pidana Pemilu (Bab I, Pasal 476 sampai dengan Pasal 487) dan ketentuan pidana Pemilu (Bab II, 488 sampai dengan Pasal 554). Selain dalam UU/7/2017 tentang Pemilu, ketentuan mengenai tindak pidana dalam pemilu juga telah diatur dan/atau mengacu pada peraturan perundang-undangan lain, yaitu UU/8/1981 tentang Hukum Acara Pidana (KUHAP) terkait dengan proses penyelidikan, penyidikan, penuntutan dan pemeriksaan tindak pidana pemilu sebagaimana diamanatkan dalam Pasal 477, Peraturan Mahkamah Agung No. 2 Tahun 2018 tentang Hakim Khusus Tindak Pidana Pemilihan dan Pemilihan Umum sebagaimana diamanatkan dalam Pasal 485 ayat (6) dan Peraturan Bawaslu No. 31 Tahun 2018 tentang Sentra Penegakan Hukum Terpadu sebagaimana diamanatkan dalam Pasal 486 ayat (11) yang menggantikan Peraturan Bawaslu No. 9 Tahun 2018.

Sesuai dengan beberapa asas peraturan perundang-undangan tersebut, maka peraturan perundang-undangan yang kedudukannya berada di bawah undang-undang seperti Peraturan Mahkamah Agung No. 2 Tahun 2018 dan Peraturan Bawaslu No. 31 Tahun 2018 tidak boleh bertentangan dengan dan/atau harus bersumber dan berdasar pada UU/7/2017 sebagaimana teori jenjang norma atau *stufentheorie* dari Hans Kelsen dan teori jenjang norma hukum atau *die theorie vom stufenordnung der rechtsnormen* dari Hans Nawiasky yang menyebutkan bahwa suatu norma itu berlaku, bersumber dan berdasar pada norma yang di atasnya (Maria Farida Indrati Soeprapto, 2014: 47).

Maka dengan demikian halnya, mengenai UU/8/1981 tentang Hukum Acara Pidana (KUHAP) yang bersifat umum untuk semua tindak pidana, hal-hal yang diatur didalamnya terkait dengan penyelidikan, penyidikan, penuntutan dan pemeriksaan tindak pidana di sidang pengadilan menjadi tidak berlaku atau terkesampingkan oleh ketentuan yang diatur dalam UU/7/2017 tentang Pemilu yang mengatur secara teknis dan khusus mengenai tindak pidana Pemilu dan tata cara penanganannya.

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.

Untuk meningkatkan ketertiban dan kepastian hukum dalam masyarakat diperlukan sebuah penegakan hukum yang proporsional dan tidak tebang pilih. Hal ini dilakukan antara lain dengan menertibkan fungsi, tugas dan wewenang lembaga-lembaga yang bertugas menegakkan

hukum menurut proporsi dan ruang lingkupnya masing-masing, serta didasarkan atas sistem kerjasama yang baik dan mendukung tujuan yang hendak dicapai. Oleh karenanya, penegakan hukum dalam pelaksanaan atau implementasi dari suatu peraturan perundang-undangan sebagai perwujudan konsep yang telah menjadi sebuah kenyataan di masyarakat.

Penegakan hukum adalah proses dilakukannya upaya untuk tegaknya atau berfungsinya norma-norma hukum secara nyata sebagai pedoman perilaku dalam lalu lintas atau hubungan-hubungan hukum dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara. Ditinjau dari sudut subjeknya, penegakan hukum itu dapat dilakukan oleh subjek yang luas dan dapat pula diartikan sebagai upaya penegakan hukum oleh subjek dalam arti yang terbatas atau sempit. Dalam arti luas, proses penegakan hukum itu melibatkan semua subjek hukum dalam setiap hubungan hukum. Siapa saja yang menjalankan aturan normatif atau melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu dengan mendasarkan diri pada norma aturan hukum yang berlaku, berarti dia menjalankan atau menegakkan aturan hukum. Dalam arti sempit, dari segi subjeknya itu, penegakan hukum itu hanya diartikan sebagai upaya aparaturnya penegakan hukum tertentu untuk menjamin dan memastikan bahwa suatu aturan hukum berjalan sebagaimana seharusnya. Dalam memastikan tegaknya hukum itu, apabila diperlukan, aparaturnya penegak hukum itu diperkenankan untuk menggunakan daya paksa (Jimly Asshiddiqie, Penegakan Hukum, dalam PDF, dalam http://www.docudesk.comhttp://www.jimly.com/makalah/namafile/56/Penegakan_Hukum.pdf).

Pengertian penegakan hukum itu dapat pula ditinjau dari sudut objeknya, yaitu dari segi hukumnya. Dalam hal ini, pengertiannya juga mencakup makna yang luas dan sempit. Dalam arti luas, penegakan hukum itu mencakup pula nilai-nilai keadilan yang terkandung di dalamnya bunyi aturan formal maupun nilai-nilai keadilan yang hidup dalam masyarakat. Tetapi, dalam arti sempit, penegakan hukum itu hanya menyangkut penegakan peraturan yang formal dan tertulis saja. Karena itu, penerjemahan perkataan '*law enforcement*' ke dalam bahasa Indonesia dalam menggunakan perkataan 'penegakan hukum' dalam arti luas dan dapat pula digunakan istilah 'penegakan peraturan' dalam arti sempit. Perbedaan antara formalitas aturan hukum yang tertulis dengan cakupan nilai keadilan yang dikandungnya ini bahkan juga timbul dalam bahasa Inggris sendiri dengan dikembangkannya istilah '*the rule of law*' versus '*the rule of just law*' atau dalam istilah '*the rule of law and not of man*' versus istilah '*the rule by law*' yang berarti '*the rule of man by law*'. Dalam istilah '*the rule of law*' terkandung makna pemerintahan oleh hukum, tetapi bukan dalam artinya yang formal, melainkan mencakup pula nilai-nilai keadilan yang terkandung di dalamnya. Karena itu, digunakan istilah '*the rule of just law*'. Dalam istilah '*the rule of law and not of man*' dimaksudkan untuk menegaskan bahwa pada hakikatnya pemerintahan suatu negara hukum modern itu dilakukan oleh hukum, bukan oleh orang. Istilah sebaliknya adalah '*the rule by law*' yang dimaksudkan sebagai pemerintahan oleh orang yang menggunakan hukum sekedar sebagai alat kekuasaan belaka (Ibid).

Penegakan hukum tersebut akan saling memengaruhi satu dengan yang lainnya. Tentu diperlukan subjek dalam penegakan hukum, yaitu sebuah upaya dari aparaturnya penegakan hukum, untuk menjamin dan memastikan bahwa suatu aturan hukum berjalan sebagaimana seharusnya sesuai dengan aturan hukum yang berlaku. Selain itu pula dalam arti luas, penegakan hukum itu

mencakup pula nilai-nilai keadilan yang terkandung di dalamnya bunyi aturan formal maupun nilai-nilai keadilan yang hidup dalam masyarakat. Tetapi, dalam arti sempit, penegakan hukum itu hanya menyangkut penegakan peraturan yang formal dan tertulis saja. Oleh karena itu, menjadi penting dalam rangka penegakan hukum kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial.

Penegakan hukum memiliki peranan yang sangat penting agar *black campaign* tidak meluas dan tidak menjurus kepada konflik horizontal di masyarakat. Maka, diperlukan sebuah komitmen dan ketegasan dari pemerintah dalam hal ini aparat penegak hukum untuk bertindak tegas terhadap bahayanya *black campaign*, selain itu peran serta masyarakat luas juga dibutuhkan untuk sama-sama menjaga pemilihan umum agar berjalan lancar dan sukses sesuai dengan yang dicita-citakan bersama. Hal ini sejalan dengan asas Pemilu di Indonesia, yaitu (1) Langsung; (2) Umum; (3) Bebas; (4) Rahasia; (5) Jujur; dan (6) Adil.

Upaya Menanggulangi Kampanye Hitam (Black Campaign) di Media Sosial

Di tengah meningkatnya pengguna internet Indonesia, media sosial tidak bisa dipungkiri keberadaannya sebagai sarana paling efektif untuk menyalurkan pendapat warganet. Kampanye dengan menggunakan media sosial juga dinilai jauh lebih efektif dan efisien menasar kaum menengah ke atas, dibandingkan dengan melakukan kampanye konvensional, yaitu menggunakan atribut partai politik dan berorasi di ruangan terbuka (https://www.kominfo.go.id/content/detail/14795/mengatur-kampanye-di-media-sosial/0/sorotan_media).

Dalam Undang-undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilu, di Pasal 1 ayat 35, kampanye pemilu diartikan sebagai kegiatan peserta pemilu untuk meyakinkan pemilih dengan menawarkan visi, misi, program dan/atau citra diri peserta pemilu. Dalam Peraturan KPU (PKPU) Nomor 23 Tahun 2018 tentang Kampanye Pemilu, pengaturan kampanye di media sosial hanya sebatas mengatur pendaftaran akun milik peserta pemilu.

KPU membatasi setiap peserta pemilu hanya boleh memiliki akun media sosial yang digunakan untuk kampanye paling banyak 10 akun. Namun, KPU tidak mengatur mengenai penyebaran konten kampanye, yang bisa saja dilakukan oleh orang di luar tim kampanye, atau oleh buzzer politik musiman yang muncul lima tahunan sekali. Belum lagi fenomena hoaks dan ujaran kebencian yang dengan mudahnya tersebar hanya dengan satu klik di akun media sosial.

Munculnya kampanye hitam (*black campaign*) dalam kontestasi politik bisa saja muncul karena pasangan calon atau timnya yang merasa khawatir akan besarnya potensi suara yang mungkin didapatkan oleh lawan politiknya, meski sesungguhnya akan sangat sulit untuk membuktikan siapa dari lawan politiknya yang menyerang melalui aktivitas *black campaign*. Munculnya serangan berupa *black campaign* apabila tidak bisa diredam dengan komitmen politik pasangan calon maka berpotensi untuk menimbulkan adanya dorongan dari kelompok pendukung untuk melakukan serangan balik. Akan tetapi serangan balik ini bisa terjadi secara sporadis karena bisa ditargetkan kepada banyak lawan politik yang dicurigai, sedang disisi lain belum tentu semua lawan politik itu melakukan *black campaign*.

Serangan dari *black campaign* yang dilakukan oleh pihak yang tidak menyebutkan identitasnya bisa menimbulkan fitnah politik bukan hanya terhadap pihak yang diserang, tetapi juga terhadap pihak lain yang sesungguhnya tidak melakukan perbuatan *black campaign*, namun pada akhirnya dianggap oleh masyarakat sebagai pihak yang melakukan *black campaign* itu sendiri. Sikap saling serang antar kelompok melalui *black campaign* akan sangat berpotensi menimbulkan konflik antar masa pendukung yang berdampak pada munculnya potensi gangguan keamanan, karenanya tindakan pencegahan dan penegakan hukum terhadap aktivitas *black campaign* kemudian perlu dilakukan secara benar, procedural, professional dan proporsional.

Perlunya pengawasan yang tersistem, dilakukan oleh lembaga atau badan yang dibentuk oleh negara berdasarkan peraturan perundang-undangan dalam hal ini dapat melalui Komite Pemilihan Umum (KPU) dan Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) hingga Dewan Kehormatan Penyelenggaraan Pemilu (DKPP) yang bertugas untuk melakukan penyelenggaraan Pemilu. Polri yang telah membentuk Satgas Nusantara yang bertujuan meminimalisir SARA dalam bentuk polarisasi, politik identitas, hoaks, ujaran kebencian dalam bentuk *black campaign* (kampanye hitam). Polri juga dapat kerjasama dengan Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN) serta kemeninfo untuk memberantas *black campaign* atau kampanye hitam di media sosial, agar dapat ditangani secara serius. Selain itu peran serta masyarakat maupun lembaga atau badan independen yang turut andil dalam hal pengawasan Pemilu. Kerjasama semacam ini perlu dilakukan agar terciptanya pemilu yang aman dan damai seperti yang dicita-citakan Bersama.

Penegakan hukum itu bisa bersifat preventif dan juga represif. Penegakan hukum preventif merupakan serangkaian upaya tindakan yang dimaksudkan sebagai pencegahan agar tidak terjadi pelanggaran atau penyimpangan ketentuan yang ada. Penegakan hukum preventif ini dapat dilakukan dengan memberikan bekal pemahaman dan kesadaran bagi masyarakat, maupun pihakpihak yang terkait. Sementara itu penegakan hukum represif dilakukan, apabila telah terjadi pelanggaran hukum. Maksud dari penegakan hukum represif bukan sebagai upaya pencegahan pelanggaran, melainkan untuk menanggulangi kalau ada permasalahan hukum, terutama jika ada pelanggaran (Victorianus MH Randa Puang: 2015, 63).

Sebagaimana tersebut di atas, dalam penegakan hukum pemilu, dapat dilakukan cara dan upaya, misalnya saja dengan upaya preventif (pencegahan), hal ini 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*).

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, DKPP dan Pemerintah saja, akan tetapi menjadi kewajiban bagi setiap orang maupun Lembaga atau badan independent,

dapat melakukan pencegahan dalam pembentukan dan penyebaran kampanye hitam (*black campaign*) di jejaring 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 *cybercrime* 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 situs media sosial dan akademisi.

KESIMPULAN

Dalam kampanye politik, media sosial dapat dimanfaatkan berbagai pihak sesuai dengan kegunaan dan kebutuhannya, namun pemanfaatan media sosial, sebagai media sering disalahgunakan penggunaannya oleh banyak oknum yang tidak bertanggung jawab dengan cara menyisipkan muatan kampanye hitam (*black campaign*) demi tercapainya tujuan politik yang dikehendaki. Efek yang ditimbulkan dengan adanya *black campaign* lebih dari sekedar pembunuhan karakter, sebab jatuhnya nama baik peserta pemilu, tetapi juga berefek bagi masyarakat dalam hal mengenai hak untuk mendapatkan suatu informasi berkualitas secara akurat dan objektif, mengingat media sosial pada masa ini difungsikan sebagai sumber utama informasi public secara luas. Oleh karena itu, tidak bisa dianggap remeh dan sepele, sehingga pelaksanaan kampanye salah satunya kampanye melalui media sosial di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum (UU/7/2017) dan diatur pula secara lebih rinci dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 28 Tahun 2018 tentang Perubahan atas Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 23 Tahun 2018 tentang Kampanye Pemilihan Umum (PKPU 28/2018) yang bertujuan untuk mengurangi sekaligus mencegah maraknya praktek *black campaign*.

Agar tidak terjadi kampanye hitam (*black campaign*), maka penyelenggara pemilu dan penegakan hukum perlu memberikan perhatian lebih terhadap keberadaan situs atau webside terkait kampanye hitam (*black campaign*) yang berada pada berbagai situs internet dan jejaring media sosial semacam Facebook, Instagram, What's App, Telegram, YouTube, Line bahkan TikTok dan jejaring media sosial lainnya. Upaya penanggulangan dan pencegahan terhadap 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*).

Upaya penanggulangan atau pencegahan terhadap kampanye hitam (*black campaign*) harus dilakukan dan didukung oleh semua orang termasuk seluruh elemen maupun lembaga yang memiliki otoritas (kewenangan) untuk melakukan penegakan hukum dan upaya pencegahan. Upaya preventif bukan hanya merupakan tanggung jawab dari penegak hukum, Bawaslu, KPU, DKPP dan Pemerintah saja, akan tetapi menjadi kewajiban bagi setiap orang maupun Lembaga atau badan independent, dapat juga melakukan pencegahan dalam pembentukan dan penyebaran kampanye hitam (*black campaign*) di jejaring 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 *cybercrime* 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 situs media sosial dan akademisi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar, *Komunikasi Politik: Filsafat-Paradigma-Teori-Tujuan-Aplikasi-Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*, (Jakarta: Graha Ilmu, 2011).
- Cangara, Hafied, *Komunikasi Politik Konsep, Teori dan Strategi*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011).
- David Dodu, Alfred B., *Penerapan Regulasi Politik Kampanye Hitam: Studi asus Pada Pilkada Kabupaten Banggai Tahun 2015*, (*Jurnal Wacana Politik*, Vol. 2, Nomor 1, Maret 2017).
- Fajar, Mukti dan Achmad, Yulianto, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Cetakan IV (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017).
- Fadilah Achmad, Rafli, *Ancaman Pidana Bagi Intellectual Dader Black Campaign: Studi Putusan Nomor 17/Pid.Sus/2014/Pn.Bul*, *Jurnal Hukum & Pembangunan*, Vol. 48, Nomor 4, Desember 2018.
- Indrati Soeprapto, Maria Farida, *Ilmu Perundang-undangan, Jenis, Fungsi, dan Materi Muatan*, Cetakan Ke-13, (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 2014).
- Fauziyah dan Praptianingsih, Sri, *Pola Penyelesaian Sengketa Pemilihan Kepala Desa Di Kabupaten Bondowoso*, (*Rechtsidee*, Vol. 2, Nomor 1, Juni 2015).
- Januru, La, *Analisis Wacana Black Campaign Pada Pilpres Tahun 2014 Di Media Kompas, Jawa Pos Dan Kedaulatan Rakyat*, (*Jurnal Natapraja*, Vol. 4 Nomor 2, Desember 2017).
- Maurice Punch, Ralph Crawshaw & Geoffrey Markham, “*Democratic principles and police fatal force: Avoidance of debate, unresolved accountability and human right*”. (*International Journal Law, crime, and Justice* 46, 2016).

- Miftah Toha, *Birokrasi Politik Dan Pemilihan Umum Di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2014).
- Nanik Prasetyoningsih, *Dampak Pemilihan Umum Serentak Bagi Pembangunan Demokrasi Indonesia*, (Jurnal Media Hukum, Vol. 21, Nomor 2, Desember 2014).
- Randa Puang, Victorianus MH, *Hukum Pendirian Usaha Dan Perizinan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2015).
- Rizaldi, Muhammad, *Pro Dan Kontra Black Campaign Dalam Pemilihan Umum Di Indonesia*, (*Fiat Justitia*, Vol. 2 Nomor 2, Oktober 2014), hlm. 19.
- Widyawati, Nina, *Etnisitas Dan Agama Sebagai Isu Politik*, *Jurnal Masyarakat Dan Budaya*, (Vol.17 Nomor 2, Agustus 2015).
- <https://www.maxmanroe.com/vid/sosial/pengertian-kampanye.html>. Diakses pada hari Rabu tanggal 19 Mei 2021.
- <http://Dx.Doi.Org/10.21143/Jhp.Vol48.No4.1799>. Diakses pada hari Rabu tanggal 19 Mei 2021.
- <http://dx.doi.org/10.21070/jjhr.v2i1.8>. Diakses pada hari Rabu tanggal 19 Mei 2021.
- <https://doi.org/10.21831/jnp.v4i2.12625>. Diakses pada hari Kamis tanggal 20 Mei 2021.
- Stefanie, Christie, “*Cebong dan Kampret Sinisme Dua Kubu Nihil Gagasan*”, 2018, (online), dalam (<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180709153148-32-312746/cebong-dankampret-sinisme-dua-kubu-nihil-gagasan>). Diakses pada hari Jumat tanggal 21 Mei 2021.
- <https://www.kompasiana.com/irazzam/56b009b8149773bc1063655e/netizen-itu-apa-sih-apa-peran-mereka>. Diakses pada hari Jumat tanggal 21 Mei 2021.
- Jimly Asshiddiqie, *Penegakan Hukum*, PDF, <http://www.docudesk.com> dalam http://www.jimly.com/makalah/namafile/56/Penegakan_Hukum.pdf. Diakses pada hari ini Selasa, 19 Oktober 2021.
- https://www.kominfo.go.id/content/detail/14795/mengatur-kampanye-di-media-sosial/0/sorotan_media. Diakses dihari Kamis 9 Desember 2021.