

ANALISIS YURIDIS PENEGAKAN HUKUM TERHADAP PELAKU KAMPANYE HITAM (*BLACK CHAMPAIGN*) MELALUI MEDIA SOSIAL PADA PELAKSANAAN PEMILIHAN UMUM PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 19 TAHUN 2016 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK

Oleh:

Gunawan Pratama Sirait¹, Mukidi², Adil Akhyar³

^{1,2,3} Universitas Islam Sumatera Utara

Email: pratamagunawan89@gmail.com, mukidi@fh.uisu.ac.id,
adil.akhyar@fh.uisu.ac.id

ABSTRAK

Pelaksanaan kampanye politik mengalami perkembangan hingga pada pemanfaatan media sosial. Pemanfaatan media sosial Instagram dalam kampanye politik sering disalahgunakan untuk penyebaran *black campaign*. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaturan kampanye hitam (*black campaign*) melalui media sosial dalam pemilihan umum, bagaimana pertanggungjawaban pidana pelaku kampanye hitam (*black campaign*) melalui media sosial, bagaimana penegakan hukum terhadap pelaku kampanye hitam (*black campaign*) melalui media sosial pada pemilihan umum. Metode penelitian yang dilakukan adalah penelitian normatif dengan menggunakan metode telaah pustaka (*library research*). Jenis data penelitian ini adalah data primer dan data sekunder dan disusun secara sistematis dan untuk mentelaah data-data sekunder menggunakan pendekatan yuridis normatif dan dianalisis secara kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian dipahami pengaturan kampanye hitam (*black campaign*) melalui media sosial dalam pemilihan umum saat ini masih belum diatur rinci dalam UU No. 17 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum yang ditetapkan sejak tanggal 15 Agustus 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. Pertanggungjawaban pidana pelaku pembuat kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial adalah harus dilakukan dengan sengaja menyerang kehormatan atau nama baik seseorang.

Kata Kunci: Kampanye Hitam, Media Sosial, Pemilu, UU ITE

ABSTRACT

The implementation of political campaigns has progressed to the use of social media. The use of Instagram social media in political campaigns is often misused to spread black campaigns. The problem in this is how to regulate black campaign (black champagne) through social media in general sorting, what is the criminal responsibility of perpetrators of black campaign (black champagne) through social media, how to enforce the law against perpetrators of black campaign (black champagne) through social media in sorting general. The research method used was normative research using the library research method. The types of data for this research are primary data and secondary data and are arranged systematically

*Jurnal Ilmiah Metadata, ISSN :2723 -7737, Vol.6 No.2, Edisi Mei 2024
Published : 30-05-2024, Page : 103-117*

and to examine secondary data using a normative juridical approach and analyzed qualitatively. Based on the research results, it is understood that the regulation of black campaigning via social media in general terms is currently still not regulated in detail in Law no. 17 of 2017 concerning General Elections which was determined on 15 August 2017. The definition of a black campaign is only found in Law no. 8 of 2015. Black campaigns on social media in particular have not been clearly and firmly regulated in Law no. 17 of 2017. Criminal liability for perpetrators of black campaigning on social media must be done by intentionally attacking someone's honor or good name.

Keywords: Black Campaign, Social Media, Election, ITE Law

PENDAHULUAN

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. Hal inilah yang dikenal dengan istilah pemilihan umum (pemilu) dalam sistem demokrasi, bahkan kebanyakan orang memberikan sebutan sebagai pesta demokrasi.

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. Pelaksanaan Pemilu harus mengacu pada asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil, yang umumnya disingkat dan dikenal dengan istilah asas luber jurdil. Hal ini diatur dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum.

Kegiatan pemilu tidak dapat dipisahkan dengan suatu kegiatan yang umumnya dikenal dengan istilah kampanye. Keduanya, baik itu pemilu maupun kampanye dapat diibaratkan bagai dua sisi mata uang logam yang tidak terpisahkan antara satu dengan yang lainnya. Pasal 1 angka 35 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum memberikan definisi 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

Jurnal Ilmiah Metadata, ISSN :2723 -7737, Vol.6 No.2, Edisi Mei 2024
Published : 30-05-2024, Page : 103-117

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.

Masing-masing peserta pemilu mempunyai strategi dalam berkampanye untuk mempromosikan citra diri yang dapat memberikan persepsi baik kepada masyarakat mengenai mana yang nantinya dinilai lebih unggul di mata masyarakat sebagai pemilih. Praktiknya strategi kampanye sering dilakukan dengan menghalalkan berbagai cara sehingga dalam prosesnya, kampanye seolah-olah dianggap merupakan sebuah wahana untuk saling menjatuhkan antar peserta pemilu satu sama lain dan sekaligus berupaya keras membentuk citra diri sebagai bentuk promosi diri secara baik dan positif untuk meyakinkan pemilih dengan menjelek-jelekan peserta pemilih lainnya.

Strategi dalam berkampanye selalu diiringi dengan munculnya fenomena kampanye hitam atau yang biasa dikenal dengan istilah *black campaign*. *Black campaign* dilakukan dengan tujuan menjelek-jelekan agar menjadi buruk di mata masyarakat, merugikan, menjatuhkan atau menyerang lawan politik, dilakukan dengan cara yang jahat di luar dari etika politik yakni tidak sesuai dengan fakta yang ada, diperoleh dari sumber yang tidak jelas dan menjurus pada fitnah dan hujatan. *Black campaign* seolah dianggap sebagai hal yang wajar dilakukan untuk meyakinkan pemilih. Bentuk kampanye seperti ini sudah pasti merugikan bagi para peserta pemilu dalam hal martabat, nama baik atau kehormatan yang harus dijaga selama masa kampanye dan juga masyarakat sendiri sebagai subjek penerima informasi.

Kampanye hitam (*black campaign*) dapat juga dilakukan dengan menggunakan media yang lebih canggih sebagai bentuk adanya kemajuan teknologi dan informasi. Perkembangan zaman telah menuntut peserta pemilu untuk bekerja lebih kreatif dalam menawarkan visi dan misinya kepada masyarakat, sehingga dalam hal ini media sosial mulai digunakan dalam bidang politik khususnya kampanye.

Penggunaan media sosial dalam bidang politik tentu saja beralasan, karena media sosial dianggap memberikan 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 dengan mudah oleh siapapun, kapanpun dan dimanapun, sehingga kampanye melalui media sosial tidak mengeluarkan banyak biaya dan tentunya diminati semua kalangan. Selain itu, media sosial bisa menjadi tempat berdialog tentang perbedaan pendapat yang sangat berhubungan dengan dukungan atau penolakan atas ide tertentu. Kehadiran media sosial memberi pengaruh yakni politik masyarakat melalui internet menjadi meningkat lebih pesat.

Pemanfaatan media sosial terutama *instagram* dalam berkampanye sering disalahgunakan oleh banyak oknum yang tidak bertanggung jawab yang dengan mudahnya menyisipkan *black campaign* dan sekaligus membuat situasi semakin memanas antara peserta pemilu satu dengan lainnya.

Tujuan 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. Meskipun *black campaign* tidak selalu menjadi jaminan sebagai strategi yang efektif untuk mendongkrak perolehan suara, namun nyatanya praktek *black campaign* sudah dipastikan sebagai bentuk keonaran yang dapat meresahkan dan membuat masyarakat merasa khawatir.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian berfungsi sebagai pedoman dan landasan tata cara dalam melakukan oprasional penelitian untuk menulis suatu karya ilmiah yang peneliti lakukan. Jenis penelitian hukum yang digunakan adalah yuridis normatif yaitu suatu penelitian yang menempatkan norma sebagai obyek penelitian, baik norma hukum dalam peraturan perundang-undangan, norma hukum yang bersumber dari suatu undang-undang.

Penelitian ini bersifat deskriptif analisis yaitu penelitian yang menggambarkan, menelaah, menjelaskan serta menganalisa peraturan perundang-undangan yang berkaitan pada tujuan penelitian ini. Tujuan dalam penelitian deskriptif adalah “untuk menggambarkan secara tepat sifat-sifat individu, keadaan, gejala atau kelompok tertentu, atau untuk menentukan frekuensi atau penyebaran suatu gejala atau frekuensi adanya hubungan tertentu antara gejala dan gejala lain dalam masyarakat.

Alat pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk mendukung yaitu berupa studi dokumen digunakan untuk memperoleh data sekunder dengan membaca, mempelajari, meneliti, mengidentifikasi dan menganalisis data sekunder yang berkaitan dengan objek penelitian.

Analisis data mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberikan kode dan mengategorikannya hingga kemudian mengorganisasikan dalam suatu bentuk pengelolaan data untuk menemukan tema dan hipotesis kerja yang diangkat menjadi teori substantif dan untuk menemukan teori dari data tersebut maka menggunakan metode kualitatif adalah penelitian yang mengacu pada norma hukum yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan dan putusan pengadilan serta norma-norma yang hidup dan berkembang dalam masyarakat.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pasal 1 ayat (35) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilu bahwa kampanye pemilu diartikan sebagai kegiatan peserta pemilu untuk meyakinkan pemilih dengan menawarkan visi, misi, program dan/atau citra diri peserta pemilu. Segala aktivitas di dunia maya yang dilakukan di Indonesia harus mengikuti peraturan yang tertuang dalam hukum dimaksud, tidak terkecuali penggunaan media sosial dan di sinilah letak titik kritis dimana kebebasan berpendapat seseorang dalam dunia maya dibatasi oleh aturan main dimaksud.

Kampanye dapat dilakukan dengan berbagai cara yang telah diatur sedemikian rupa oleh peserta pemilu beserta tim sukses masing-masing. Hal tersebut dilakukan demi bertambahnya perolehan suara sebagai bentuk pencapaian

Jurnal Ilmiah Metadata, ISSN :2723 -7737, Vol.6 No.2, Edisi Mei 2024
Published : 30-05-2024, Page : 103-117

dukungan massa pemilih untuk memenangkan pemilu. Selain untuk melakukan pencapaian dukungan dalam suatu proses pengambilan keputusan di dalam suatu kelompok, kampanye juga bisa dilakukan guna untuk mempengaruhi, menghambat, atau bahkan membelokkan suatu tujuan pencapaian yang dicita-citakan.

Faktanya yang akan dipilih atau yang umumnya disebut dengan peserta pemilu, ada kemungkinan mempunyai kualitas yang seimbang yakni sama kebagusannya atau bahkan sama dalam hal keburukannya, baik dalam hal persepsi rakyat mengenai citra dirinya maupun dalam hal visi, misi dan rencana program kerja kedepannya dan untuk memperoleh dukungan suara sekaligus memenangkan pemilu, setiap peserta pemilu mempunyai strategi atau perencanaan yang berbeda-beda dalam melakukan kampanye.

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 diartikan 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.

Kenyataannya, strategi kampanye sering dilakukan dengan menghalalkan berbagai cara sehingga dalam prosesnya, kampanye seolah-olah dianggap merupakan sebuah wahana untuk saling menjatuhkan antar peserta pemilu satu sama lain dan sekaligus berupaya keras membentuk citra diri sebagai bentuk promosi diri secara baik dan positif untuk meyakinkan pemilih.

Pemanfaatan media sosial dalam berkampanye sering disalahgunakan oleh banyak oknum yang tidak bertanggung jawab. Munculnya ambisi berlebihan untuk memenangkan pemilu sering dijadikan sebagai alasan untuk menyisipkan *black campaign* dalam media sosial. Penyalahgunaan media sosial dalam bentuk *black campaign* tersebut sudah dapat dipastikan akan menimbulkan efek negatif yakni

Jurnal Ilmiah Metadata, ISSN :2723 -7737, Vol.6 No.2, Edisi Mei 2024
Published : 30-05-2024, Page : 103-117

munculnya konflik dan berbagai kerugian dalam pelaksanaan pemilu. Meskipun para tokoh politik sebagai peserta pemilu telah bersepakat satu sama lain untuk tidak saling menyebarkan *black campaign*, namun pada nyatanya *black campaign* masih marak direncanakan secara terstruktur dan dilakukan oleh oknum tertentu yang berkedok akun *anonim* (tanpa nama) yang disinyalir sebagai relawan dari tokoh politik yang bersangkutan.

Kampanye politik melalui metode media sosial diberikan batasan yakni hanya dapat membuat maksimal 10 (sepuluh) untuk setiap jenis platform media sosial. Hal ini diatur dalam Pasal 35 ayat (2) Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 28 Tahun 2018 Tentang Kampanye Pemilihan Umum. Ini berarti berlaku bagi seluruh *platform* media sosial seperti *Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, Whatsapp, Line* dan lain-lain.

Akun media sosial yang sudah didaftarkan secara resmi dan sudah siap untuk digunakan sebagai media dalam berkampanye politik, paling sedikitnya memuat materi mengenai keunggulan visi, misi yang diciptakan dan juga program rencana yang akan dijalankan oleh peserta pemilu. Muatan yang dimaksud dapat dituangkan melalui bentuk yang berupa teks tulisan, audio maupun gambar atau gabungan antara ketiganya yang sifatnya naratif, grafis, karakter, interaktif atau tidak interaktif, dan yang dapat diterima melalui perangkat penerima pesan. Hal ini diatur secara tegas dalam Pasal 35 ayat (3) dan (4) Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 28 Tahun 2018 Tentang Kampanye Pemilihan Umum.

Black campaign termasuk tindak pidana pemilu yaitu tindak pidana pelanggaran dan/atau kejahatan yang bentuknya diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum sebagaimana Pasal 1 angka 2 Peraturan Mahkamah Agung Nomor 1 Tahun 2018 tentang Tata Cara Penyelesaian Tindak Pidana Pemilihan dan Pemilihan Umum. Selain itu, *black campaign* yang dilakukan melalui platform media sosial ini sangat erat kaitannya dengan pemanfaatan teknologi yang termasuk dalam tindak pidana siber (*cyber crime*), sehingga berlaku pula Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Informasi Dan Transaksi Elektronik dalam prosesnya.

Perbuatan *black campaign* dalam pemilu merupakan bagian dari tindak pidana dalam proses pemilu kepala daerah. Tindak pidana merupakan perbuatan/tindakan yang oleh aturan hukum dilarang dan diancam dengan pidana, dimana pengertian tindakan disini selain tindakan yang bersifat aktif (melakukan sesuatu yang sesungguhnya dilarang oleh hukum) juga perbuatan yang bersifat pasif (tidak berbuat sesuatu yang sesungguhnya diharuskan hukum oleh hukum).

Secara umum, istilah tindak pidana pemilu merupakan terminologis yang sama atau menjadi bagian dari tindak pidana dalam rezim hukum pidana. Istilah lain untuk tindak pidana adalah perbuatan pidana atau delik yang dalam bahasa Belanda disebut dengan *strafbaar feit* dan jika dikaitkan dengan pemilu, maka dapat diistilahkan dengan delik pemilu atau tindak pidana pemilu. Dengan menggunakan istilah delik atau tindak pidana pemilu maka akan menjadi lebih spesifik yaitu hanya terkait perbuatan pidana yang terjadi dalam proses penyelenggaraan pemilu. Istilah tindak pidana pemilihan umum diperuntukan bagi tindak pidana yang terjadi dalam atau berhubungan dengan pelaksanaan tahapan-tahapan pemilu.

Kampanye hitam tidak dikenal dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum, tetapi jika mengacu pada 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, sebagai UU yang sama-sama mengatur mengenai pemilihan, secara tegas disebutkan bahwa “melakukan kampanye berupa menghasut, memfitnah, mengadu domba partai politik, perseorangan, dan/atau kelompok masyarakat merupakan bentuk kampanye hitam atau *black campaign*” (Penjelasan Pasal 69 huruf c UU No. 8 Tahun 2015).

Walaupun istilah kampanye hitam tidak dikenal dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum, namun berdasarkan hal-hal yang dilarang dalam Undang-Undang tersebut yang dapat disamakan dengan kampanye hitam menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2015 adalah menghasut dan mengadu domba perseorangan ataupun masyarakat (huruf d). Tetapi UU No. 7 Tahun 2017 tidak mengategorikan tindakan tersebut sebagai tindak pidana pemilu.

Faktanya banyak ditemukan pelanggaran dalam berkampanye. Pelanggaran terhadap hal-hal yang dilarang dalam kampanye seperti penghinaan terhadap seseorang atau peserta pemilu yang lain berdasarkan SARA, serta menghasut dan mengadu domba perseorangan atau masyarakat dianggap sebagai kampanye hitam dalam berbagai media dan kalangan.

Salah satu bentuk pelanggaran yang paling sering dilakukan dan mendekati dengan karakteristik *black campaign* adalah perbuatan menghina peserta pemilu yang lain. Kurangnya penjelasan mengenai perbuatan menghina dalam undang-undang membuat ketentuan tersebut seakan menjadi pasal karet sehingga sering dimanfaatkan oleh pihak yang bertanggung jawab untuk menyerang salah satu peserta pemilu. Selain itu, perbuatan tersebut dapat dengan mudah dilakukan melalui berbagai macam cara dan media.

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. Selain itu, bertujuan juga sebagai proses pembunuhan karakter dengan mengarahkan pada opini buruk terhadap lawan politik dan sekaligus sebagai rencana untuk mengurangi peluang dipilihnya yang bersangkutan sebagai lawan politiknya sehingga dengan kata lain sebagai bentuk penyingkiran saingan yang dihadapinya.

Kampanye hitam dianggap sebagai tindak pidana karena mempunyai dampak yang besar, yaitu dapat menjatuhkan nama baik calon lain agar tidak disenangi masyarakat dan merusak kualitas demokrasi di Indonesia. Kampanye hitam (*black campaign*) banyak terjadi di media sosial dan penggunaan media sosial dalam kegiatan kampanye hitam dengan konten berisi penghinaan, fitnah dan berita bohong merupakan sebuah kejahatan mayantara dengan modus operandi *illegal contents*.

Karakter media sosial yang *real time* dan tidak dapat dibatasi penggunaannya, maka tidak mengherankan jika kampanye hitam cukup banyak beredar. Hal ini diperburuk dengan karakter orang-orang yang terbiasa untuk mudah percaya tanpa mencari sumber data yang benar dan dengan begitu saja

Jurnal Ilmiah Metadata, ISSN :2723 -7737, Vol.6 No.2, Edisi Mei 2024
Published : 30-05-2024, Page : 103-117

mudah membagikan *postingan* yang dibaca di media sosialnya. Hal ini tentu menjadi sangat meresahkan, karena informasi yang beredar tidak lagi dapat dikendalikan dan seringkali menjadi pemicu pertengkaran, keributan atau bahkan ujaran kebencian dan kasus-kasus SARA.

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.

Fenomena kampanye hitam atau yang biasa dikenal dengan istilah *black campaign*. *Black campaign* dilakukan dengan tujuan menjelek-jelekkan agar menjadi buruk di mata masyarakat, merugikan, menjatuhkan atau menyerang lawan politik, dilakukan dengan cara yang jahat di luar dari etika politik yakni tidak sesuai dengan fakta yang ada, diperoleh dari sumber yang tidak jelas dan menjurus pada fitnah dan hujatan. *Black campaign* seolah dianggap sebagai hal yang wajar dilakukan untuk meyakinkan pemilih. Bentuk kampanye seperti ini sudah pasti merugikan bagi para peserta pemilu dalam hal martabat, nama baik atau kehormatan yang harus dijaga selama masa kampanye dan juga masyarakat sendiri sebagai subjek penerima informasi.

Seiring perkembangan zaman dan teknologi tindak pidana pemilu juga semakin bermacam-macam bentuk, termasuk dalam hal *black campaign*. Dengan telah adanya internet dan media sosial, para pelaku *black campaign* bukan hanya melakukannya secara langsung atau dengan media massa/cetak namun sekarang hal yang sering ditemukan ialah *black campaign* melalui media sosial.

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), contoh *black campaign* yang biasanya terjadi adalah menyewa *buzzer* untuk menyebarkan berita-berita bohong (*hoax*) mengenai pasangan lawan ketika pilkada. Saat ini, media sosial mengubah cara pandang masyarakat terhadap kehidupan sosial.

Kampanye hitam (*black campaign*) yang dilakukan di dunia maya, khususnya media sosial sering 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 *cyber* tidak dapat mengkategorikan sesuatu dengan ukuran dan kualifikasi hukum konvensional untuk dapat dijadikan objek dan perbuatan.

Sulitnya pengungkapan berbagai kasus kampanye hitam (*black campaign*) yang beredar di media sosial 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 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.

Black campaign tidak diatur secara khusus 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 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*.

Apabila kampanye yang dilangsungkan mengandung perbuatan jahat atau dilakukan dengan cara buruk dan penuh kebohongan, maka hal itu sudah dapat dikategorikan sebagai *black campaign*, karena pada dasarnya, tidak ada bentuk khusus dari *black campaign* ini. Meskipun tidak diatur secara pasti definisi maupun bentuk *black campaign*, undang-undang terkait pemilu di Indonesia mengatur

Jurnal Ilmiah Metadata, ISSN :2723 -7737, Vol.6 No.2, Edisi Mei 2024
Published : 30-05-2024, Page : 103-117

mengenai hal-hal atau bentuk-bentuk perbuatan yang dilarang dalam pelaksanaan kampanye pemilu yang dapat mengindikasikan adanya praktek *black campaign*.

Selain itu, *black campaign* 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.

Praktiknya *black campaign* pada kenyataannya telah lama dilakukan dalam berkampanye politik. Hanya saja awal kemunculannya, *black campaign* masih dikenal dengan istilah *smear campaign* yang berarti kampanye kotor yakni kampanye dilangsungkan dengan cara yang kotor, buruk atau tidak baik dan hingga pada perkembangannya, *smear campaign* lebih dikenal dengan istilah *black campaign* seperti saat ini.

KESIMPULAN

Pengaturan kampanye hitam (*black campaign*) melalui media sosial dalam pemilihan umum 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.

Pertanggungjawaban pidana pelaku pembuat kampanye hitam (*black campaign*) di media sosial adalah harus dilakukan dengan sengaja menyerang kehormatan atau nama baik seseorang dengan menuduhkan suatu hal yang dimaksudkan agar tuduhan itu diketahui oleh umum melalui bentuk tulisan atau gambar dan menyiarkan, mempertunjukkan atau menempelkannya pada publik/umum. Penghinaan dan pencemaran nama baik yang dilakukan melalui jejaring sosial harus berupa pendistribusian, transmisi dan membuat dapat diaksesnya informasi elektronik dan atau dokumen elektronik yang memuat penghinaan dan/atau pencemaran nama baik secara sengaja dan tanpa hak dapat dijerat dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-

Jurnal Ilmiah Metadata, ISSN :2723 -7737, Vol.6 No.2, Edisi Mei 2024
Published : 30-05-2024, Page : 103-117

Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik. Pertanggungjawaban pidana dapat bergantung pada bentuk dari tindak pidana *black campaign* yang dilakukan.

Penegakan hukum terhadap pelaku kampanye hitam (*black campaign*) melalui media sosial pada pemilahan umum adalah apabila pelaku melakukan *black campaign* dalam bentuk pencemaran nama baik atau penghinaan maka besaran pidana yang dapat diberikan adalah paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp750.000.000,00 (tujuh ratus lima puluh juta rupiah) dan jika dalam bentuk menyebarkan informasi dengan tujuan menimbulkan rasa kebencian kepada lawan politik (individu) sanksi pidana dapat penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

DAFTAR PUSTAKA

- M. Hamdan. *Tindak Pidana Suap dan Money Politic*. Medan: Pustaka Bangsa Press. 2017.
- Moeljatno. *Asas-Asas Hukum Pidana*. Jakarta: Rineka Cipta. 2018.
- Moh. Mahfud, MD. *Hukum dan Pilar-pilar Demokrasi*. Yogyakarta:Gama Media Offset. 2019.
- Sukarna. *Sistem Politik*, Bandung: Alumi. 2017.
- Teguh Prasetyo. *Hukum Pidana*, Jakarta: Rajawali Pers. 2018.
- Tongat. *Dasar-Dasar Hukum Pidana dalam Perspektif Pembaharuan*. Malang: UMM Press. 2016.
- Topo Santoso. *Tindak Pidana Pemilu*, Jakarta: Sinar Grafika, 2016.
- Nst, V. F. H., Asmuni, A., & Anggraini, T. (2024). Review Of Fiqh Muamalah On The Forms Of Online Buying And Selling Contracts In The Tiktok Shop Application. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(3), 10804-10812.
- Ichsan, R. N., Nst, V. F. H., Nasution, L., & Hutabarat, L. (2024). The effect of halal labeling on the performance of small and medium enterprise (SME) in medan city. *Jurnal Mantik*, 8(1), 421-427.
- Lubis, M. R., Ichsan, R. N., Nasution, L., Nst, V. F. H., & Lubis, D. (2024). Analysis Of Factors Affecting The Amount Of People's Business Credit Loans In Lubuk Pakam District, Deli Serdang Regency, North Sumatra Province. *Jurnal Ekonomi*, 13(02), 915-923.
- Nst, V. F. H., Majid, M. S. A., & Harahap, I. (2024). The Role Of Imports In Development According To Islamic And Conventional Macroeconomic Perspectives. *Moneter: Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 12(1), 100-106.
- Devi, R. S., Lubis, M. A., Nst, V. F. H., & Sihombing, A. (2024). Persaingan Usaha Tidak Sehat Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang

- Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Jurnal Ilmiah METADATA*, 6(1), 108-118.
- Nasution, L., Ichsan, R. N., Nst, V. F. H., & Rizkina, S. (2024). Pendampingan Akreditasi Institusi Perguruan Tinggi Di Akademi Keperawatan Hkbp Balige. *Pedamas (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(01), 113-117.
- Nst, V. F. H., Nasution, M. Y., & Sugianto, S. (2024). Relationship ushul Fiqh, Qowa'id Fiqih dan Maqashid Al-Syariah With Islamic Economy. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 1017-1023.
- Nst, V. F. H., Tarigan, A. A., & Nasution, Y. S. J. (2023). Prinsip Equilibrium Perilaku Berkonsumsi Dalam Perspektif Al Qur'an Surat Al Furqon Ayat 67. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(6), 10024-10034.
- Lubis, M. R., Siregar, G. T., Nurita, C., Nst, V. F. H., & Lubis, D. (2023). Peningkatan Kesadaran Hukum Masyarakat: Memahami Perbedaan Tindak Pidana Penipuan dan Penggelapan. *Bulletin of Community Engagement*, 3(2), 261-270.
- Ichsan, R. N., Nst, V. F. H., Nasution, L., & Hutabarat, L. (2024). The effect of halal labeling on the performance of small and medium enterprise (SME) in medan city. *Jurnal Mantik*, 8(1), 421-427.
- Lubis, M. A., Siregar, G. T., Lubis, M. R., Nst, V. F. H., & Ichsan, R. N. (2023). Prosedur Jual Beli Tanah Dan Bangunan Warisan Yang Dilakukan Dihadapan Ppat (Procedure For Sale And Purchase Of Heritage Land And Buildings Carried Out Before The Ppat). *PKM Maju UDA*, 4(3), 1-13.
- Ichsan, R. N., Syahbudi, M., & Nst, V. F. H. (2023). Development of Islamic Human Resource Management in The Digital Era For MSMEs and Cooperatives in Indonesia. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(2), 497-512.
- Ichsan, R. N., Tanjung, A. M., & Nst, V. F. H. (2023). Pemanfaatan Website Online Single Submission (Oss) Dalam Kegiatan Usaha Mikro Kecil Menengah Dikota Medan Berbasis Maqashid Syariah. *Jurnal PKM Hablum Minannas*, 2(2), 57-72.
- Ichsan, R. N., Lubis, M. A., Nst, V. F. H., & Panggabean, N. R. (2023). Sosialisasi Peningkatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Berbasis Manajemen Syariah Di Kecamatan Medan Area Kota Medan. *PKM Maju UDA*, 4(2), 42-49.
- Nst, V. F. H., Suma, D., Siregar, B. A., Ichsan, R. N., Panggabean, N. R., & Sibarani, J. P. (2023). Pendampingan Pemasaran Keripik Ubi Dalam Meningkatkan Penjualan Berbasis Digital Di Desa Marendal 1 Kecamatan Patumbak, Deli Serdang-Sumatera Utara. *Jurnal PKM Hablum Minannas*, 2(1), 45-52.
- Ammar, D., Danialsyah, D., Lubis, M. F. R., Purba, A. R., & Nst, V. F. H. (2023). Pelaksanaan Pemberian Marga Dalam Sistem Perkawinan Etnik Mandailing (Studi di Lembaga Adat Budaya Mandailing Medan). *Jurnal PKM Hablum Minannas*, 2(1), 68-79.
- Siregar, G., Lubis, M. A., Lubis, M. R., Nst, V. F. H., & Nasution, L. (2023). Perbuatan Melawan Hukum Akibat Membangun Di Atas Tanah Wakaf



Jurnal Ilmiah Metadata, ISSN :2723 -7737, Vol.6 No.2, Edisi Mei 2024

Published : 30-05-2024, Page : 103-117

*(Unlawful Actions Caused By Building On The Waqf Land). PKM Maju
UDA, 4(1), 31-38*