



ASIAN LAW STUDENTS' ASSOCIATION
LOCAL CHAPTER UNIVERSITAS UDAYANA

LEGAL ESSAY

Demokrasi dan Kampanye Hitam dalam Penyelenggaraan Pemilihan Umum berdasarkan Kerangka Hukum di Indonesia (*Analisis atas Black Campaign dan Negative Campaign*)

VOL. 05 NO. 19

Authors:

- Pt. Ayu Nadya Putri Setiawan
- Pt. Gede Gangga Mahotama

Reviewer:

- Putu Edgar Tanaya, S.H., M.H.

**DEMOKRASI DAN KAMPANYE HITAM DALAM
PENYELENGGARAAN PEMILIHAN UMUM BERDASARKAN
KERANGKA HUKUM DI INDONESIA (ANALISIS ATAS *BLACK
CAMPAIGN* DAN *NEGATIVE CAMPAIGN*)**

Putu Ayu Nadya Putri Setiawan dan Putu Gede Gangga Mahotama

I. Pendahuluan

Indonesia adalah negara hukum, sebagaimana diatur dalam Pasal 1 Ayat (3) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (selanjutnya disebut UUD NRI 1945). Sebagai negara hukum, Indonesia menempatkan hukum sebagai fondasi kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara. Maka dari itu, setiap warga negara Indonesia wajib menaati hukum yang ada. Kemudian, Pasal 1 Ayat (2) UUD NRI 1945 juga menegaskan bahwa kedaulatan berada di tangan rakyat dan dilaksanakan berdasarkan konstitusi, yang berarti rakyat memiliki kekuasaan, tanggung jawab, hak, dan kewajiban untuk memilih pemimpin dan wakil rakyat secara demokratis.¹ Oleh karena itu, partisipasi masyarakat dalam demokrasi dijamin oleh negara, termasuk dalam pemilihan umum (selanjutnya disebut pemilu). Dalam penyelenggaraannya, pemilu tidak terpisahkan dari kegiatan kampanye. Kampanye seharusnya bertujuan untuk menyampaikan informasi dan membangun kesadaran agar pemilih lebih peduli dan berubah sikap. Namun, pada kenyataannya, kampanye seringkali menggunakan metode yang tidak etis atau bahkan melanggar hukum. Kampanye semacam ini sering disebut sebagai “kampanye hitam”, yang sering kali melibatkan penyebaran informasi yang menyesatkan, fitnah, dan propaganda negatif.² Hal ini bertentangan dengan hak dasar masyarakat untuk mendapatkan informasi yang benar, sebagaimana diatur dalam UUD NRI 1945.³

¹ Mughniy Arnita, “Pertanggungjawaban Pidana Pelaku Black Campaign di Media Sosial dalam Penyelenggaraan Pemilihan Umum 2024,” *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora* 2, no. 4 (Juli 2024), hlm. 235-236.

² Ali Imran Nasution et.al., “Peningkatan Peran Bawaslu Republik Indonesia dalam Mengawasi Kampanye Hitam di Media Sosial pada Pemilu Serentak 2024,” *Jurnal Civic Hukum* 8, no. 2 (November 2023), hlm. 174.

³ Denico Doly, “Penegakan Hukum Kampanye Hitam (Black Campaign) di Media Sosial: Pembelajaran Pemilihan Umum Presiden Tahun 2019,” *Kajian* 25, no. 1 (Maret 2020), hlm. 3.

Kampanye hitam, yang kerap dikenal dengan *black campaign*, saat ini belum memiliki pengaturan yang jelas dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum (selanjutnya disebut UU Nomor 7 Tahun 2017). Namun, penegakan hukum terkait kampanye hitam dapat ditafsirkan secara luas berdasarkan Pasal 12 huruf c UU Nomor 7 Tahun 2017, yang menyatakan bahwa Komisi Pemilihan Umum (selanjutnya disebut KPU) bertugas menyusun peraturan untuk setiap tahap pemilu, termasuk norma mengenai larangan kampanye hitam. Selain itu, Pasal 12 huruf l UU Nomor 7 Tahun 2017 menyebutkan bahwa KPU dapat melaksanakan tugas lain sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku, termasuk penafsiran terhadap ketentuan hukum untuk menemukan dasar bagi larangan kampanye hitam. Hal ini berbeda dengan kampanye negatif (*negative campaign*), yang meskipun dimaksudkan untuk menjatuhkan lawan politik, tidak melibatkan fitnah, melainkan memanfaatkan data yang valid, sehingga diperbolehkan selama proses pemilu.

Dari segi norma, meskipun UU Nomor 7 Tahun 2017 mengatur kegiatan kampanye, pengaturan khusus mengenai kampanye hitam belum secara eksplisit dicantumkan, meskipun terdapat ketentuan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (selanjutnya disebut KUHP) yang dapat diterapkan. Lebih lanjut, meskipun kampanye pemilu diatur dalam UU Nomor 7 Tahun 2017, yang melarang tindakan yang dapat merugikan integritas pemilu, pengaturan mengenai kampanye hitam tidak diatur secara eksplisit.⁴ Walaupun begitu, terdapat beberapa ketentuan hukum yang dapat diaplikasikan. Sebagai contoh, Pasal 280 Ayat (1) UU Nomor 7 Tahun 2017 melarang pelaksana, peserta, dan tim kampanye untuk melakukan tindakan yang merugikan pihak lain, termasuk kampanye hitam. Tindakan yang dilarang mencakup penghinaan terhadap individu, agama, suku, ras, dan golongan lainnya. Selain itu, Pasal 521 UU Nomor 7 Tahun 2017 menetapkan pidana bagi mereka yang melanggar ketentuan dalam Pasal 280 UU Nomor 7 Tahun 2017, dengan ancaman hukuman penjara hingga 2 (dua) tahun dan denda maksimal Rp24.000.000,00 (dua puluh juta rupiah).

⁴ Sultoni Fikri, "Election Law Enforcement: Fighting Black Campaigns on Social Media," *Amsir Law Journal* 5, no. 2 (April 2024), hlm. 120.

Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2018 tentang Kampanye Pemilihan Umum juga mengatur kampanye pemilu melalui media sosial, termasuk kewajiban bagi peserta pemilu untuk mendaftarkan akun resmi media sosial mereka. Meskipun peraturan ini tidak secara eksplisit mendefinisikan kampanye hitam, peraturan tersebut memberikan kerangka kerja untuk mencegah penyebaran informasi negatif yang terkait dengan pemilu di platform digital. Selain itu, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UU Nomor 1 Tahun 2024) juga turut mengatur mengenai larangan penyebaran informasi yang menyesatkan di platform digital. Meskipun demikian, pelaksanaan aturan ini seringkali kurang efektif, mengingat banyaknya konten yang beredar di media sosial membuat sulitnya mengecek setiap akun yang telah menyebarkan konten terindikasi kampanye hitam. Dengan demikian, terdapat urgensi untuk mengeksplorasi lebih lanjut bagaimana ketentuan hukum yang ada dapat ditegakkan guna menjaga integritas proses demokrasi di Indonesia, khususnya dalam menghadapi kampanye hitam yang semakin marak di platform digital.⁵ Oleh karena itu, *legal essay* ini dibuat untuk mengedukasi pembaca mengenai bahaya kampanye hitam, dengan membahas definisi, dampak, pengaturan, dan solusi alternatif dalam mengatasi kampanye hitam di Indonesia.

II. Pembahasan

1. Definisi dan Dampak Kampanye Hitam terhadap Demokrasi di Indonesia

Kampanye adalah cara komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi orang mengikuti pandangan, sikap, atau tindakan yang diinginkan oleh penyampai pesan.⁶ Definisi kampanye pemilu diatur dalam Pasal 1 Angka 35 UU Nomor 7 Tahun 2017, yang menetapkan bahwa, “Kampanye Pemilu adalah kegiatan peserta

⁵ Kadek Mery Herawati, “Pengaturan Pemblokiran Konten Penyebaran Kampanye Hitam Melalui Media Sosial,” *Kertha Wicaksana* 18, no. 2 (Maret 2024), hlm. 62.

⁶ Hafied Cangara, *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*, (Depok: Raja Grafindo Persada, 2016), hlm. 239.

pemilu atau pihak lain yang ditunjuk oleh peserta pemilu untuk menyakinkan pemilih dengan menawarkan visi, misi, program dan/atau citra diri peserta pemilu.” Dalam kampanye, terdapat tiga jenis berdasarkan isinya, yakni kampanye positif, negatif, dan hitam. Kampanye positif memperkenalkan kelebihan peserta pemilu. Kampanye negatif berisi informasi tentang kekurangan lawan berdasarkan fakta yang sebenarnya terjadi, yang memang diperbolehkan selama segala informasi yang disebarkan memang merupakan sebuah fakta.⁷ Sebaliknya, kampanye hitam menyebarkan tuduhan tanpa bukti untuk merusak reputasi lawan politik.⁸ Kampanye hitam cenderung lebih banyak mengandung informasi yang tidak berdasar dari fakta yang ada.⁹ Sayangnya, seiring dengan perkembangan teknologi, kampanye hitam semakin sering muncul melalui platform digital, baik oleh simpatisan maupun oknum tertentu.¹⁰

Tidak hanya itu, kampanye hitam di Indonesia kerap kali terkait erat dengan isu yang berkaitan dengan Suku, Agama, Ras, dan Antargolongan (SARA). Agama, yang seharusnya menjadi sesuatu yang sakral dan dihormati, sering kali disalahgunakan untuk kepentingan yang menyimpang. Semakin maraknya penggunaan agama sebagai alat politik untuk meraih kekuasaan dalam pemilu menjadi fenomena yang mengkhawatirkan. Tindakan ini memicu polarisasi dalam masyarakat, menjadikan agama, yang seharusnya berfungsi sebagai sumber kedamaian dan persatuan, sebagai alat untuk memperkuat perbedaan dalam keyakinan. Sebagai ilustrasi, politisasi agama telah menjadi bagian dari strategi kampanye hitam, dengan memengaruhi dan memanipulasi pemahaman agama seseorang melalui propaganda ke dalam keyakinan masyarakat. Dampaknya, perpecahan menjadi sulit untuk dicegah, dan konflik muncul sebagai akibat dari

⁷ Andrian Thanzani et.al., “Black Campaign melalui Media Elektronik dari Perspektif Hukum Pemilu,” *Journal Evidence of Law* 1, no. 3 (September 2022), hlm. 44.

⁸ Sadath M. Nur, Deni Syaputra, dan Fauzia Zainin, “Tinjauan Yuridis mengenai Black Campaign di Sosial Media,” *UNES Law Review* 5, no. 2 (November 2022), hlm. 514.

⁹ Dedi Mulyadi, M. Rendi Aridhayandi, dan Ricky Junior, “JCK Kampanye Hitam (Black Campaign) di Media Sosial dalam Demokrasi Pemilihan Kepala Daerah,” *Jurnal Cahaya Keadilan* 11, no. 01 (April 2023), hlm. 13.

¹⁰ Inke Nur Dewanti, “Black Campaign Social Media sebagai Komunikasi Aktor Politik dalam Pemilihan Umum di Indonesia,” *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi* 6, no. 1 (Juni 2022), hlm. 100.

interaksi antar kelompok atau individu yang berusaha mempertahankan argumen atas nama agama mereka. Perbedaan yang semakin tajam antar kelompok ini menimbulkan kekhawatiran akan potensi disintegrasi bangsa, yang mengancam persatuan nasional dengan semakin meluasnya perpecahan.¹¹

Kampanye hitam memiliki dampak yang sangat merugikan terhadap lingkungan perpolitikan masyarakat. Selain memicu konflik di antara para calon, tim sukses, dan pendukungnya, kampanye ini juga dapat mengurangi partisipasi dan kepercayaan warga negara terhadap keseluruhan proses pemilu. Ketika rakyat merasa bahwa informasi yang mereka terima telah dimanipulasi, mereka cenderung kehilangan minat untuk berpartisipasi dalam pemilu. Penurunan partisipasi ini tentu saja akan mengurangi kualitas demokrasi secara keseluruhan, karena semakin sedikit rakyat yang berpartisipasi, semakin banyak suara dan aspirasi masyarakat yang tidak terdengar. Kurangnya keterwakilan ini pada akhirnya menciptakan ketidakadilan dan kurangnya inklusivitas dalam proses politik, yang tentu merusak dasar-dasar demokrasi itu sendiri.¹²

2. Pengaturan Hukum terkait Kampanye Hitam di Indonesia

Dalam KUHP, terdapat beberapa pasal yang dapat digunakan untuk menjerat pelaku kampanye hitam. Misalnya, Pasal 310 KUHP menyebutkan bahwa tindakan menyerang kehormatan atau nama baik seseorang, dapat dikenakan pidana penjara atau denda sebagaimana di bawah ini:

“Pasal 310

- (1) Barang siapa sengaja menyerang kehormatan atau nama baik seseorang dengan menuduhkan sesuatu hal, yang maksudnya terang supaya hal itu diketahui umum, diancam karena pencemaran dengan pidana penjara paling lama sembilan bulan atau pidana denda paling banyak empat ribu lima ratus rupiah.

¹¹ Aisyah Dara Pamungkas dan Ridwan Arifin, “Demokrasi dan Kampanye Hitam dalam Penyelenggaraan Pemilihan Umum di Indonesia (Analisis atas Black Campaign dan Negative Campaign),” *DIKTUM: Jurnal Syariah Dan Hukum* 17, no. 1 (Juli 2019), hlm. 25-26.

¹² Irman Puansah dan Natalia Parapat, “Kampanye Hitam pada Pemilihan Kepala Daerah di Indonesia,” *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, dan Humaniora* 8, no. 3 (Agustus 2024), hlm. 1402.

- (2) Jika hal itu dilakukan dengan tulisan atau gambaran yang disiarkan, dipertunjukkan atau ditempelkan di muka umum, maka diancam karena pencemaran tertulis dengan pidana penjara paling lama satu tahun empat bulan atau pidana denda paling banyak empat ribu lima ratus rupiah.”

Selain itu, Pasal 311 KUHP juga mengatur mengenai fitnah. Jika seseorang terbukti menyebarkan tuduhan palsu yang mencemarkan nama baik orang lain, orang tersebut dapat dikenakan hukuman pidana sebagaimana berikut:

“Pasal 311 KUHP

- (1) Jika yang melakukan kejahatan pencemaran atau pencemaran tertulis dibolehkan untuk membuktikan apa yang dituduhkan itu benar, tidak membuktikannya, dan tuduhan dilakukan bertentangan dengan apa yang diketahui, maka dia diancam melakukan fitnah dengan pidana penjara paling lama empat tahun.
- (2) Pencabutan hak-hak berdasarkan pasal 35 No. 1 - 3 dapat dijatuhkan.”

Dengan adanya Pasal 311 Ayat (2) KUHP, maka sangat dimungkinkan dilakukannya pencabutan hak-hak tertentu sesuai dengan Pasal 35 KUHP, termasuk hak untuk memilih dan dipilih dalam pemilu, kepada pelaku kampanye hitam yang menyebarkan fitnah. Selain diatur dalam KUHP, kampanye hitam juga diatur dalam UU Nomor 7 Tahun 2017, yang secara jelas melarang berbagai tindakan selama masa kampanye, seperti yang tercantum di bawah ini:¹³

“Pasal 280

- (1) Pelaksana, peserta, dan tim Kampanye Pemilu dilarang:
- a. mempermasalahkan dasar negara Pancasila, Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, dan bentuk Negara Kesatuan Republik Indonesia;
 - b. melakukan kegiatan yang membahayakan keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia;
 - c. menghina seseorang, agama, suku, ras, golongan, calon, dan/atau Peserta Pemilu yang lain;

¹³ Elisa Winata, Kayla Puti, dan Hilda Pramesti, “Kegiatan Black Campaign di Platform Tiktok Jelang Pemilihan Umum 2024 di Indonesia,” *Multilingual: Journal of Universal Studies* 4, no. 2 (Juni 2024), hlm. 52.

- d. menghasut dan mengadu domba perseorangan ataupun masyarakat;
- e. mengganggu ketertiban umum;
- f. mengancam untuk melakukan kekerasan atau menganjurkan penggunaan kekerasan kepada seseorang, sekelompok anggota masyarakat, dan/atau Peserta Pemilu yang lain;
- g. merusak dan/atau menghilangkan alat peraga kampanye Peserta Pemilu;
- h. menggunakan fasilitas pemerintah, tempat ibadah, dan tempat pendidikan;
- i. membawa atau menggunakan tanda gambar dan/atau atribut selain dari tanda gambar dan/atau atribut Peserta Pemilu yang bersangkutan; dan menjanjikan atau memberikan uang atau materi lainnya kepada peserta Kampanye pemilu.”

Dengan ketentuan ini, dapat dilihat bahwa kampanye hitam berkaitan dengan Pasal 280 Ayat (1) huruf c UU Nomor 7 Tahun 2017 yang menyatakan, “menghina seseorang, agama, suku, ras, golongan, calon, dan/atau peserta pemilu lainnya.” Sanksi atas pelanggaran ketentuan ini kemudian diatur lebih lanjut dalam Pasal 521 UU Nomor 7 Tahun 2017 yang menyebutkan bahwa, “Setiap pelaksana, peserta, dan/atau tim Kampanye Pemilu yang dengan sengaja melanggar larangan pelaksanaan 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, atau huruf j, dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan denda paling banyak Rp24.000.000,00 (dua puluh empat juta rupiah).” Di samping itu, terdapat pula UU Nomor 1 Tahun 2024 yang walaupun tidak secara eksplisit menyebutkan pemilu, tetap berkaitan dengan kegiatan kampanye hitam yang dilakukan secara digital, sebagaimana di bawah ini:¹⁴

“Pasal 27A

Setiap Orang dengan sengaja menyerang kehormatan atau nama baik orang lain dengan cara menuduhkan suatu hal, dengan maksud supaya hal tersebut

¹⁴ Kadek Mery Herawati, *op.cit* (63).

diketahui umum dalam bentuk Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang dilakukan melalui Sistem Elektronik.”

“Pasal 28

- (2) Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang sifatnya menghasut, mengajak, atau memengaruhi orang lain sehingga menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan terhadap individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan ras, kebangsaan, etnis, warna kulit, agama, kepercayaan, jenis kelamin, disabilitas mental, atau disabilitas fisik.
- (3) Setiap Orang dengan sengaja menyebarkan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang diketahuinya memuat pemberitahuan bohong yang menimbulkan kerusuhan di masyarakat.”

Sementara itu, mengenai sanksi-sanksi yang dikenakan terhadap pelanggaran kampanye hitam, ketentuannya diatur lebih lanjut:

“Pasal 45

- (4) Setiap Orang yang dengan sengaja menyerang kehormatan atau nama baik orang lain dengan cara menuduhkan suatu hal, dengan maksud supaya hal tersebut diketahui umum dalam bentuk Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang dilakukan melalui Sistem Elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 27A, dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan/atau denda paling banyak Rp400.000.000,00 (empat ratus juta rupiah).”

“Pasal 45A

- (2) Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang sifatnya menghasut, mengajak, atau memengaruhi orang lain sehingga menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan terhadap individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan ras, kebangsaan, etnis, warna kulit, agama, kepercayaan, jenis kelamin, disabilitas mental, atau disabilitas fisik 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).

- (3) Setiap Orang yang dengan sengaja menyebarkan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang diketahuinya memuat pemberitahuan bohong yang menimbulkan kerusuhan di masyarakat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (3), dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).”

Pengaturan mengenai kampanye hitam dalam konteks digital di Indonesia diatur dalam UU Nomor 1 Tahun 2024. Meskipun undang-undang ini tidak secara eksplisit menyebutkan pemilu, pasal-pasalnya tetap relevan untuk menangani praktik kampanye hitam yang dilakukan melalui media elektronik. Dalam Pasal 27A UU Nomor 1 Tahun 2024 mengatur bahwa setiap orang yang dengan sengaja menyerang kehormatan atau nama baik orang lain melalui tuduhan yang disebarkan dalam bentuk informasi elektronik dapat dikenakan sanksi. Ini menunjukkan bahwa tindakan menyebarkan informasi negatif yang merugikan reputasi seseorang, termasuk dalam konteks kampanye politik, dapat dianggap sebagai pelanggaran hukum. Selanjutnya, Pasal 28 UU Nomor 1 Tahun 2024 menegaskan larangan bagi individu untuk mendistribusikan informasi elektronik yang bersifat menghasut atau mempengaruhi orang lain sehingga menimbulkan kebencian terhadap individu atau kelompok tertentu. Hal ini mencakup penyebaran informasi menyesatkan yang dapat memicu konflik atau perpecahan dalam masyarakat, yang sering kali terjadi dalam kampanye hitam.

Adapun ketentuan mengenai sanksi, dalam Pasal 45 UU Nomor 1 Tahun 2024 menyebutkan bahwa pelanggaran terhadap Pasal 27A UU Nomor 1 Tahun 2024 dapat dikenakan hukuman penjara maksimal 2 (dua) tahun dan/atau denda hingga Rp400.000.000,00 (empat ratus juta rupiah). Sementara itu, dalam Pasal 45A UU Nomor 1 Tahun 2024 memperberat sanksi bagi mereka yang secara sengaja mendistribusikan informasi bohong atau menyesatkan, dengan ancaman hukuman penjara hingga enam tahun dan/atau denda maksimal Rp1.000.000.000,00 (satu

miliar rupiah). Dengan demikian, meskipun UU Nomor 1 Tahun 2024 tidak secara langsung mengatur pemilu, undang-undang ini memberikan landasan hukum untuk menangani kasus kampanye hitam di dunia digital Indonesia.

3. Solusi Alternatif dalam Mengatasi Kampanye Hitam di Indonesia

Menurut riset UNESCO pada tahun 2022, minat membaca di Indonesia berada di peringkat ke-60 dari 70 negara. Dalam riset yang sama, ditunjukkan bahwa minat baca masyarakat Indonesia sangat rendah, hanya 0,001%. Artinya, dari 1.000 orang di Indonesia, hanya 1 orang yang rajin membaca.¹⁵ Oleh karena itu, selain dengan tindakan hukum, perlu juga dilakukan upaya sosialisasi dan edukasi tentang literasi media untuk menangani kampanye hitam di media sosial. Literasi media memiliki arti sebagai tindakan memeriksa dan memverifikasi informasi yang tersebar di media sosial, serta menilai keakuratan, pesan, niat, dan tujuan dari informasi tersebut.¹⁶ Edukasi tentang literasi media bisa dilakukan dengan melibatkan pengajar, KPU, Badan Pengawas Pemilu (selanjutnya disebut Bawaslu), pemimpin komunitas, dan aparat penegak hukum dalam sosialisasi langsung ke masyarakat. Hal ini tentu akan membantu masyarakat untuk lebih bijaksana dalam memilih berita di media sosial.¹⁷ Di samping itu, Bawaslu juga dapat mengatasi kampanye hitam melalui koordinasi dengan platform media sosial seperti Facebook, WhatsApp, dan X untuk memperkuat pemantauan dan analisis konten media sosial secara *real-time*.¹⁸ Teknologi kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence* dapat dimanfaatkan pula oleh Bawaslu untuk mendeteksi

¹⁵ Bintang Ramadhan, "Budaya Literasi Rendah, Menjadikan Indonesia sebagai Peringkat Ke-2 Terbawah Dunia tentang Literasi," *kompasiana.com*, diakses pada 24 Agustus 2024, <https://www.kompasiana.com/bintangramadhan5/6569c1d8c57afb21aa32dc23/budaya-literasi-rendah-menjadikan-indonesia-sebagai-peringkat-ke-2-terbawah-dunia-tentang-literasi#>.

¹⁶ Darmawan, Aditya Priyatna, "Pengamat Ingatkan Ada "Negative Campaign" dan "Black Campaign", Apa Itu?" *kompas.com*, diakses pada 25 Agustus 2024, <https://www.kompas.com/tren/read/2024/01/20/143000165/pengamat-ingatkan-ada-negativ-campaign-dan-black-campaign-apa-itu-?page=all>.

¹⁷ Sultoni Fikri, *op.cit*, (122-123).

¹⁸ NH, Dwi, "Jelang Pencoblosan, Kemenkominfo Imbau Masyarakat Waspadai Kampanye Hitam," *kompas.com*, diakses pada 25 Agustus 2024, <https://nasional.kompas.com/read/2024/02/09/17001971/jelang-pencoblosan-kemenkominfo-imbau-masyarakat-waspada-kampanye-hitam?page=all>.

temuan kampanye hitam. Tidak hanya itu, Bawaslu bisa memanfaatkan sistem pelaporan publik di platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk melaporkan konten yang mengandung unsur kampanye hitam. Dengan cara ini, laporan tersebut dapat segera ditinjau oleh pihak berwenang, sehingga Bawaslu tidak perlu merasa kewalahan dalam memeriksa semua akun secara manual.¹⁹ Dengan demikian, melalui kombinasi literasi media, pemanfaatan teknologi, koordinasi dengan platform media sosial, serta partisipasi aktif dari masyarakat, penyebaran kampanye hitam diharapkan dikendalikan dengan efektif.

III. Penutup

Mengatasi masalah kampanye hitam membutuhkan langkah nyata yang dijalankan secara terpadu. Untuk itu, pengawasan dan penegakan hukum oleh KPU dan Bawaslu perlu diperkuat, baik melalui peningkatan kapasitas mereka maupun dengan memperkuat koordinasi dengan aparat penegak hukum. Selain itu, literasi media di masyarakat juga sangat penting, sehingga pemilih dapat lebih jeli dalam memilah informasi dan tidak mudah terjebak kampanye negatif. Di samping itu, kerja sama dengan platform media sosial juga harus ditingkatkan agar konten kampanye hitam bisa segera terdeteksi dan dihapus. Dengan mengintegrasikan semua langkah tersebut, pemilu diharapkan dapat berjalan lebih bersih, transparan, dan mampu mendorong partisipasi pemilih yang lebih bijak, sehingga pada akhirnya, kualitas demokrasi di Indonesia tetap terjaga.

¹⁹ Inke Nur Dewanti, *op.cit.*, (102-103).

DAFTAR PUSTAKA

Buku Teks

Cangara, Hafied. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*. Depok: Raja Grafindo Persada. 2016

Artikel Jurnal

Arnita, Mughniy. "Pertanggungjawaban Pidana Pelaku Black Campaign di Media Sosial dalam Penyelenggaraan Pemilihan Umum 2024." *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora* 2, No. 4 (Juli 2024): 235-236.

Dewanti, Inke Nur. "Black Campaign Social Media sebagai Komunikasi Aktor Politik dalam Pemilihan Umum di Indonesia." *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi* 6, No. 1 (Juni 2022): 100.

Fikri, Sultoni. "Election Law Enforcement: Fighting Black Campaigns on Social Media." *Amsir Law Journal* 5, No. 2 (April 2024): 120.

Herawati, Kadek Mery. "Pengaturan Pemblokiran Konten Penyebaran Kampanye Hitam melalui Media Sosial." *KERTHA WICAKSANA* 18, No. 2 (Agustus 2024): 63.

Mulyadi, Dedi, M. Rendi Aridhayandi, dan Ricky Junior. "JCK Kampanye Hitam (Black Campaign) di Media Sosial dalam Demokrasi Pemilihan Kepala Daerah." *Jurnal Cahaya Keadilan* 11, No. 1 (April 2023): 13.

Nasution, Ali Imran, *et.al.* "Peningkatan Peran Bawaslu Republik Indonesia dalam Mengawasi Kampanye Hitam di Media Sosial pada Pemilu Serentak 2024." *Jurnal Civic Hukum* 8, No. 2 (November 2023): 174.

Pamungkas, Aisyah Dara, dan Ridwan Arifin. "Demokrasi dan Kampanye Hitam dalam Penyelenggaraan Pemilihan Umum di Indonesia (Analisis atas Black Campaign dan Negative Campaign)." *DIKTUM: Jurnal Syariah dan Hukum* 17, No. 1 (Juli 2019): 25-26

Puansah, Irman, dan Natalia Parapat. "Kampanye Hitam pada Pemilihan Kepala Daerah di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, dan Humaniora* 8, No. 3 (Agustus 2024): 1402

Nur, Sadath M., Deni Syaputra, dan Fauzia Zainin. "Tinjauan Yuridis mengenai Black Campaign di Sosial Media." *UNES Law Review* 5, No. 2 (November 2022): 514.

Thanzani, Andrian, *et.al.* "Black Campaign melalui Media Elektronik dari Perspektif Hukum Pemilu." *Journal Evidence of Law* 1, No. 3 (September 2022): 44.

Winata, Elisa, Kayla Puti, dan Hilda Pramesti. "Kegiatan Black Campaign di Platform Tiktok Jelang Pemilihan Umum 2024 di Indonesia." *Multilingual: Journal of Universal Studies* 4, No. 2 (Juni 2024): 52.

Website (Internet)

Darmawan, Aditya Priyatna. "Pengamat Ingatkan Ada "Negative Campaign" dan "Black Campaign", Apa Itu?" *kompas.com*. Diakses pada 25 Agustus 2024. <https://www.kompas.com/tren/read/2024/01/20/143000165/pengamat-ingatan-ada-negative-campaign-dan-black-campaign-apa-itu-?page=all>

NH, Dwi. "Jelang Pencoblosan, Kemenkominfo Imbau Masyarakat Waspadai Kampanye Hitam." *kompas.com*. Diakses pada 25 Agustus 2024. <https://nasional.kompas.com/read/2024/02/09/17001971/jelang-pencoblosan-kemenkominfo-imbau-masyarakat-waspadai-kampanye-hitam?page=all>

Ramadhan, Bintang. "Budaya Literasi Rendah, Menjadikan Indonesia sebagai Peringkat Ke-2 Terbawah Dunia tentang Literasi." *kompasiana.com*. Diakses pada 24 Agustus 2024. <https://www.kompasiana.com/bintangramadhan5/6569c1d8c57afb21aa32dc23/budaya-literasi-rendah-menjadikan-indonesia-sebagai-peringkat-ke-2-terbawah-dunia-tentang-literasi#>

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum

Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas
Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi
Elektronik.