

KAMPANYE HITAM DI JEJARING SOSIAL DALAM PEMILIHAN UMUM PRESIDEN DAN WAKIL PRESIDEN 2014 SEBAGAI SEBUAH KEJAHATAN MAYANTARA DAN PENCEMARAN NAMA BAIK DALAM KITAB UNDANG- UNDANG HUKUM PIDANA (KUHP) DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 11 TAHUN 2008 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK (ITE)

Linda Ismaya (lindaismaya25@gmail.com)
Rizca Sugiyantica (rizca.sugiyantica@gmail.com)
Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret

Abstract

This article purposed to describing the black campaign through social networks as a cybercrime and defamation as ruled in the Penal Code and Law of Information and Electronic Transaction. As the technology going bloom, the black campaign on president-vice president election by using social network practically done nowadays. How this black campaign by using social network seen as a cybercrime and defamation on The Penal Code and Law of Information and Electronic Transaction. This research used normative method with statutes approach. The black campaign is one of the cybercrime which using illegal contents. The black campaign as a defamation delict is a crime that insulting victim's pride and feeling by using Ethnicity, Religion, Race and Social Groups issues to other candidates and mean it to be publicity.

Keywords: Black Campaign, Cybercrime, Defamation, President-Vice president Election

Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan kampanye hitam di jejaring sosial sebagai sebuah kejahatan mayantara dan pencemaran nama baik sebagaimana diatur dalam KUHP dan UU ITE. Seiring perkembangan teknologi, kampanye pilpres memunculkan praktik kampanye hitam di jejaring sosial. Bagaimanakah kampanye hitam dalam pilpres di jejaring sosial dilihat sebagai suatu kejahatan mayantara dan pencemaran nama baik dalam KUHP dan UU ITE. Metode yang digunakan adalah normatif dengan pendekatan perundang-undangan. Kampanye hitam merupakan salah satu kejahatan mayantara yang menggunakan *illegal contents* sebagai modus operandinya. Kampanye hitam sebagai sebuah tindak pidana pencemaran nama baik adalah tindak pidana yang menghina kehormatan, harga diri dan perasaan dengan menggunakan isu-isu Suku, Agama, Ras dan Antar golongan (SARA) terhadap kandidat lain dan memaksudkan penghinaan ini untuk diketahui umum.

Kata Kunci: Kampanye Hitam, Kejahatan Mayantara, Pencemaran Nama Baik, Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden

A. Pendahuluan

Indonesia adalah salah satu negara yang menganut prinsip demokrasi dimana pemilihan umum mejadi suatu ukuran yang tak terpisahkan dari prinsip demokrasi itu sendiri. Pemilihan umum (pemilu), yang biasa disebut sebagai pesta demokrasi, mencerminkan sistem pemilihan dalam kursi pemerintahan yang dilakukan oleh rakyat berdasarkan hak pilih yang dimiliki oleh tiap individu dalam usia dewasa di Indonesia. Pemilu diselenggarakan mulai dari tingkat daerah hingga nasional dalam rangka memilih pemimpin-pemimpin yang akan mewakili rakyat. Pemilu yang berada dalam tingkat tertinggi dan berskala nasional adalah pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia yang diselenggarakan setiap 5 (lima) tahun sekali.

Pada tahun 2014 Indonesia menyelenggarakan pemilu secara langsung bagi presiden dan wakil presiden RI untuk yang ketiga kalinya sejak tahun 2004. Pemilu presiden dan wakil presiden RI tahun 2014 diikuti oleh dua pasang calon presiden dan wakil presiden yang berlomba-lomba menarik dukungan rakyat lewat aksi kampanye melalui berbagai media. Seiring dengan perkembangan jaman dan teknologi, media sebagai sarana kampanye bagi calon presiden dan wakil presiden juga makin beragam macamnya.

Jika dulu kampanye dilakukan secara langsung melalui aksi-aksi yang bersifat kontak langsung secara fisik dengan masyarakat maka di jaman “melek teknologi” seperti sekarang kampanye dapat dilakukan melalui jejaring sosial.

Jejaring sosial saat ini memang menjadi alat komunikasi sekaligus informasi melalui jaringan internet. Sebut saja jejaring sosial *Facebook* dan *Twitter* yang memang dilengkapi dengan fitur-fitur yang menarik bagi penggunanya. Indonesia sendiri disebut sebagai pengguna *Facebook* terbanyak keempat di dunia dengan jumlah pengguna 48,8 juta orang (.). Sedangkan pengguna jejaring sosial *Twitter* di Indonesia mencapai jumlah 6,5 persen dari seluruh pengguna *Twitter* di dunia dan menempatkan Indonesia di posisi terbanyak ketiga (<http://www.encycity.co/pengguna-twitter-indonesia-terbanyak-ketiga-dunia/>).

Dalam Pasal 1 angka 22 Undang-Undang Pemilihan Presiden definisi kampanye adalah “kegiatan untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi dan program pasangan calon”. Kampanye yang dilakukan melalui jejaring sosial memang terkesan efektif karena bisa menjangkau setiap pengguna dimanapun mereka berada dan lebih efisien dari segi waktu dan biaya yang dikeluarkan lebih murah dibandingkan dengan berkampanye melalui media konvensional. Kampanye melalui jejaring sosial juga sangat efektif menjangkau pemilih terbukti dari kampanye Presiden Amerika Serikat Barack Obama yang memanfaatkan media *Facebook*, *Twitter* dan melalui website miliknya yang beralamat di <http://barackobama.com/> sudah dipersiapkan dengan sangat matang oleh tim suksesnya sehingga benar-benar siap tampil sejak hari pertama kampanye. Situs tersebut memungkinkan para pendukungnya berinteraksi dan mendonasikan uang. Selain situs, dukungan bagi Obama juga dihimpun dari situs jejaring sosial my.barackobama.com. Di sini, tim sukses berhasil merangkul pendukung Obama untuk menjadi relawan. Cara ini berhasil mengumpulkan jumlah relawan yang lebih banyak dibanding pesaingnya, Hillary Clinton dan John McCain. Dari bukti keberhasilan inilah strategi kampanye politik dengan menggunakan *facebook* yang dilakukan oleh Obama terbukti sangat efektif dalam mempengaruhi khalayak luas (http://dimas_ariyo.blog.ugm.ac.id/2012/04/12/efektivitas-kampanye-pada-jejaring-sosial/).

Namun dalam perkembangannya kampanye di jejaring sosial tidak lagi sebatas pada penyebaran visi, misi dan program para calon kepada masyarakat melainkan berisi muatan yang mendiskreditkan calon lainnya dan cenderung mengarah pada penghinaan dan/atau pencemaran nama baik dengan isu yang tidak berdasar. Kampanye yang seperti ini sering disebut dengan istilah kampanye hitam atau black campaign. Oleh karena media yang digunakan adalah jejaring sosial maka kampanye hitam di jejaring sosial sering dianggap sebagai *cybercrime* atau kejahatan mayantara. Kampanye hitam dalam Pilpres 2014 yang menyerang kedua pasangan capres dan cawapres mudah ditemui di berbagai media sosial, menurut Peneliti dari *Public Virtue Institute*, LSM yang mengawasi pemberitaan media, khususnya media sosial, Adnar Nubowo mengatakan kampanye hitam dari kedua pasangan kini mudah ditemui di *twitter*, *facebook*, *BBM* hingga *whatsapp*. Perang media sosial untuk Pemilu belum dialami pada tahun 2004 dan 2009 (solopos.com/2014/06/05/pilpres-2014-awas-kampanye-hitam-bernuansa-sara-di-medsos-511471).

Pada Pilpres 2014 ini, menurut Survei LSI (Lembaga Survei Indonesia) menyebutkan kampanye hitam melalui media sosial (*twitter*) terhadap calon presiden Joko Widodo atau Jokowi lebih tinggi dibanding Prabowo Subianto. Survei mengambil data melalui *twitter* berkaitan dengan dugaan kampanye hitam terhadap kandidat capres mulai 1 Januari hingga 4 Juni 2014. Jumlah serangan pada Jokowi terdapat 148.133 informasi dengan 12 isu negatif melalui *twitter*. Sedangkan, capres Prabowo mendapatkan 12.090 informasi negatif dengan enam isu melalui *twitter* (kabar24.com/nasional/read/20140605/98/220361/kampanye-hitam-lebih-banyak-ke-jokowi-dibanding-prabowo). Dua kubu pasangan calon presiden (capres) dan calon wakil presiden (cawapres) saling melaporkan dugaan kecurangan, baik ke polisi maupun Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu). Tim hukum pasangan capres-cawapres Joko Widodo (Jokowi)-Jusuf Kalla (JK) melaporkan pelaku yang diduga memalsukan surat permintaan penangguhan pemanggilan capres Jokowi yang ditujukan ke Jaksa Agung yang disebarakan melalui media sosial, yang dianggap oleh pihak Jokowi-JK sebagai pencemaran nama baik melalui media sosial, media cetak dan elektronik. Sementara, tim advokasi pasangan Prabowo Subianto-Hatta Rajasa akan melaporkan dugaan pelanggaran kampanye dalam pidato Jokowi di KPU ke Bawaslu (suaramerdeka.com/index.php/read/cetak/2014/06/03/263271/dua-kubu-saling-lapor).

Sebagaimana dikatakan Ketua Panitia Pengawas Pemilu (Panwaslu) Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) Khuwalid bahwa kampanye hitam melalui sms maupun jejaring sosial merupakan “lubang bolong” dari regulasi yang ada dan hanya ada satu undang-undang yang mengatur itu, yakni Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) (hukumonline.com/klinik/detail/lt538dacd5bb6a4/menjerat-pelaku-kampanye-hitam-di-media-sosial). UU ITE mengatur mengenai

penghinaan dan/atau pencemaran nama baik sebagaimana juga diatur dalam KUHP. Namun, tidak semua pelaku kampanye hitam di jejaring sosial secara terang-terangan menyerang dengan menyebut nama lawan politiknya. Penyebaran isu yang mendiskreditkan lawan politik dalam kampanye pilpres seringkali dilakukan dengan hanya menyebut inisial ataupun julukan yang bisa bermakna banyak. Pelakunya pun bisa siapa saja karena untuk membuat sebuah akun jejaring sosial hanya membutuhkan email yang tentunya bisa dibuat secara sembarang oleh pelaku. Pengaburan redaksional dan parameter seperti apa yang dapat dikatakan sebagai penghinaan dan/atau pencemaran nama baik dalam kampanye hitam masih menjadi isu yang belum ada pemecahannya padahal delik penghinaan dan/atau pencemaran nama baik menjadi satu-satunya cara untuk menjerat pelaku kampanye hitam di jejaring sosial. Untuk itulah penelitian ini akan mengkaji lebih jauh mengenai kampanye hitam di jejaring sosial sebagai sebuah kejahatan di dunia *cyber* dikaitkan dengan tindak pidana pencemaran nama baik dalam KUHP dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE).

B. Metode Penelitian

Pendekatan masalah dalam penelitian ini menggunakan pendekatan normatif. Dimana pendekatan normatif menelaah kaidah-kaidah, aturan-aturan yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas. Pendekatan ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari bahan hukum dan bahan non hukum dengan studi kepustakaan (Peter Mahmud Marzuki, 2005:93).

Pendekatan yang dipakai adalah pendekatan undang-undang yakni menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan dengan isu hukum yang sedang ditangani. Peraturan perundang-undangan yang dipakai yaitu KUHP, UU No.11 Tahun 2008 tentang ITE.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Kampanye Hitam di Jejaring Sosial Sebagai Sebuah Kejahatan di Dunia *Cyber*

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kampanye adalah “gerakan (tindakan) serentak (untuk melawan, mengadakan aksi, dsb); kegiatan yang dilaksanakan oleh organisasi politik atau calon yang bersaing memperebutkan kedudukan dalam parlemen dan sebagainya untuk mendapat dukungan massa pemilih dalam suatu pemungutan suara” (<http://kbbi.web.id/>). Sedangkan kampanye politik menurut Venus Antar (2004:20) adalah menyampaikan pesan-pesan kepada masyarakat agar masyarakat memperoleh informasi tentang apa dan bagaimana suatu partai, program maupun visinya dengan demikian masyarakat dapat memahami maksud dan tujuan dari partai tersebut untuk menentukan dipilih atau tidak.

UU Nomor 42 tahun 2008 tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden tidak mengenal istilah kampanye hitam. Yang ada hanyalah kampanye yang dilarang sebagaimana tercantum dalam Pasal 41 ayat (1) meliputi:

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

Kampanye hitam secara umum adalah kampanye berisi penghinaan, fitnah, adu domba, penghasutan atau berita bohong terhadap lawan mereka (sidomi.com/293779/pengertian-kampanye-hitam-adalah/). Kampanye hitam banyak terjadi di jejaring sosial. Jejaring sosial (*social network*) adalah bentuk struktur sosial yang terdiri dari simpul-simpul yang saling terkait dan terikat oleh satu

atau lebih tipe hubungan yang spesifik dimana simpul-simpul yang dimaksudkan dapat berupa individu maupun organisasi yang istilahnya pertama kali diperkenalkan oleh Professor J.A Barnes pada tahun 1954 ().

Pada perkembangannya, jejaring sosial diwujudkan bukan hanya dengan kontak fisik secara langsung dari satu orang ke orang lainnya melainkan dengan menggunakan jaringan internet yang disambungkan dengan perangkat komputer. *Facebook* dan *Twitter* adalah contoh jejaring sosial yang dikenal oleh hampir seluruh orang di dunia.

Jejaring sosial dewasa ini dapat dikatakan identik dengan dunia *cyber* dimana dalam dunia *cyber* dikenal adanya *cybercrime* atau kejahatan mayantara. Menurut Petrus Reinhard Golose, *cybercrime* merupakan bagian dari computer crime karena dimana dipengaruhi oleh eksistensi dunia *cyber* (2008:27). Petrus juga membagi *cybercrime* kedalam jenis-jenis berikut:

1. *Unauthorized Access to Computer System and Service/Internet Intrusion*
Tindakan memasuki jaringan komputer secara tidak sah tanpa izin dan sepengetahuan pemilik jaringan
2. *Illegal Contents*
Tindakan mentransmisikan dan menyebarkan informasi yang tidak benar dan tidak etis seperti pencemaran nama baik, pornografi, penyebaran rahasia negara dan penyebaran data bajakan
3. *Data Forgery*
Tindakan memalsukan dan memasukkan data yang dapat menguntungkan satu pihak dengan cara melawan hukum
4. *Cyber Sabotage and Extortion*
Menggangu, merusak atau menghancurkan suatu data, program komputer atau jaringan komputer dengan menyusupkan suatu program yang bersifat destruktif
5. *Offense Against Intellectual Property*
Kejahatan mayantara terhadap HAKI
6. *Infringements of Privacy*
Penyalahgunaan dan penyebaran informasi pribadi yang merugikan orang lain seperti nomor kartu kredit atau cacat dan penyakit yang tersembunyi
7. *Cracking/Hacking*
Perusakan sistem keamanan komputer dengan maksud mencuri data atau melakukan tindakan anarkis
8. *Carding*
Menggunakan kartu kredit orang lain tanpa ijin dan sepengetahuan pemiliknya
9. *Defacing*
Tindakan mengubah mengubah halaman situs/website pihak lain
10. *Phising/Identity Theft*
Mencuri informasi identitas pengunjung situs.
11. *Spamming/Harrassment Through E-Mails*
Pengiriman informasi melalui e-mail dimana informasi itu tidak diinginkan oleh pemilik e-mail
12. *Transmitting Malware*
Tindakan menyebarkan malware
13. *Cyber-child Pornography*
Tindakan menyebar informasi dengan muatan pornografi anak

Dari jenis-jenis *cybercrime* diatas maka penggunaan jejaring sosial dalam kegiatan kampanye hitam dengan konten berisi penghinaan, fitnah dan berita bohong yang merupakan sebuah kejahatan mayantara dengan modus operandi *illegal contents*.

Berbicara mengenai kejahatan, maka hukum pidana menjadi satu-satunya hukum yang mampu mengatur dan menyelesaikan. Beberapa ahli mendefinisikan hukum pidana sebagai berikut (<http://statushukum.com/hukum-pidana-ringkasan.html>):

1. Hukum Pidana menurut SIMONS
Menurut Simons, hukum pidana adalah perintah-perintah dan larangan-larangan yang diadakan oleh negara dan yang diancam dengan suatu nestapa (pidana) barangsiapa yang tidak

mentaatinya, aturan-aturan yang menentukan syarat-syarat bagi akibat hukum itu dan aturan-aturan untuk menjatuhkan dan menjalankan pidana tersebut.

2. Hukum Pidana menurut Moeljatno

Adalah bagian dari keseluruhan hukum yang berlaku di suatu negara yang mengadakan dasar-dasar dan aturan untuk :

- a. menentukan perbuatan-perbuatan mana yang tidak boleh dilakukan, yang dilarang, dengan disertai ancaman atau sanksi berupa pidana tertentu bagi barangsiapa melanggar larangan tersebut;
- b. menentukan kapan dan dalam hal apa mereka yang telah melanggar larangan-larangan itu dapat dikenakan atau dijatuhi pidana sebagaimana yang telah diancamkan;
- c. menentukan dengan cara bagaimana pengenaan pidana itu dapat dilaksanakan apabila ada orang yang disangka telah melanggar larangan tersebut.

Tindak pidana (*strafbaarfeit*) memuat beberapa syarat-syarat pokok yaitu merupakan suatu perbuatan manusia, perbuatan itu dilarang dan diancam dengan hukuman oleh undang-undang dan perbuatan itu dilakukan oleh seseorang yang dapat dipertanggungjawabkan (Teguh Prasetyo, 2011:48).

2. Kampanye Hitam Sebagai Sebuah Tindak Pidana Pencemaran Nama Baik dalam KUHP dan UU ITE

Pasal 310 ayat (1) KUHP menyatakan “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”. Pencemaran dalam Pasal ini tidak merinci apakah dilakukan dengan tulisan atau lisan.

Dari rumusan diatas dapat diketahui bahwa ada dua unsur Pasal 310 ayat (1) yaitu unsur obyektif dan unsur subyektif. Unsur obyektif meliputi:

1. Barangsiapa;
2. Menyerang kehormatan atau nama baik seseorang;
3. Dengan menuduhkan suatu hal.

Sedangkan unsur subyektifnya adalah:

1. Dengan maksud supaya tuduhan itu diketahui umum;
2. Dengan sengaja.

Sedangkan dalam Pasal 310 ayat (2) KUHP yang berbunyi “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”.

Unsur-unsur dalam Pasal 310 ayat (2) adalah:

1. Barangsiapa;
2. Dengan sengaja;
3. Menyerang kehormatan atau nama baik seseorang;
4. Menuduhkan suatu hal;
5. Dengan maksud supaya tuduhan itu diketahui umum;
6. Dengan tulisan atau gambar;
7. Disiarkan, dipertunjukkan atau ditempelkan di muka umum.

Dari kedua ayat tersebut dapat dilihat bahwa penghinaan merupakan bagian atau unsur dari pencemaran nama baik. Penyerangan kehormatan dan nama baik seseorang merupakan bentuk penghinaan yang dilakukan dengan cara menuduhkan suatu hal. Penghinaan ini akan menjadi sebuah pencemaran apabila tuduhan itu dimaksudkan untuk diketahui oleh umum, baik secara lisan maupun tulisan, disiarkan, dipertunjukkan atau ditempelkan di muka umum.

Kampanye hitam di jejaring sosial hanya bisa dilakukan melalui tulisan dan/atau gambar sehingga dalam hal ini terkait dengan Pasal 310 ayat (2). Untuk dapat dikenakan pidana berdasarkan Pasal 310 ayat (2), kampanye hitam tersebut 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.

Selain diatur dalam KUHP, UU ITE juga mengatur mengenai penghinaan dan/atau pencemaran nama baik yang dilakukan melalui jejaring sosial. Pasal 27 ayat (3) UU ITE menyebutkan “Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik”.

Unsur-unsur obyektif di dalam Pasal 27 ayat (3) tersebut adalah:

1. Mendistribusikan, mentransmisikan, membuat dapat diaksesnya;
2. Tanpa hak;
3. Informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang memuat penghinaan dan/atau pencemaran nama baik.

Sedangkan unsur subyektifnya adalah dengan sengaja.

Untuk dapat dijerat dengan Pasal 27 ayat (3) UU ITE maka kampanye hitam tersebut 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.

Informasi elektronik dalam kampanye hitam harus berupa satu atau sekumpulan data elektronik, termasuk tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto, *electronic data interchange* (EDI), surat elektronik (*electronic mail*), telegram, teleks, *telecopy* atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, Kode Akses, simbol, atau perforasi yang telah diolah yang memiliki arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya.

Sedangkan dokumen elektronik adalah setiap informasi elektronik yang dibuat, diteruskan, dikirimkan, diterima, atau disimpan dalam bentuk analog, digital, elektromagnetik, optikal, atau sejenisnya, yang dapat dilihat, ditampilkan, dan/atau didengar melalui Komputer atau Sistem Elektronik, termasuk tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, Kode Akses, simbol atau perforasi yang memiliki makna atau arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya.

Dilihat dalam konteks kampanye hitam, maka berdasarkan Pasal 41 ayat (1) UU Nomor 42 tahun 2008 tentang Pemilihan Umum Presiden Dan Wakil Presiden penghinaan dan/atau pencemaran nama baik terlihat dari huruf c yaitu menghina seseorang, agama, suku, ras, golongan, calon dan/atau Pasangan Calon yang lain.

Dengan demikian penghinaan dan/atau pencemaran nama baik dalam kampanye hitam di jejaring sosial sebagai sebuah tindak pidana dalam KUHP dan UU ITE dipersempit terbatas pada penyerangan berdasarkan isu SARA terhadap harga diri kehormatan dan nama baik calon dan/atau pasangan calon yang lain dalam bentuk tulisan dan/atau gambar yang berupa informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik dengan menuduhkan sesuatu dan dimaksudkan agar tuduhan itu diketahui umum dengan cara disiarkan, dipertunjukkan, didistribusikan, ditransmisikan dan membuat dapat diaksesnya konten tersebut.

Permasalahan redaksional muncul terkait dengan unsur “menyerang kehormatan atau nama baik seseorang”. Oleh karena bentuk kampanye hitam di jejaring sosial merupakan bentuk tulisan dan/atau gambar yang bisa dimaknai berbeda oleh tiap orang yang melihatnya apalagi tulisan dan/atau gambar tersebut tidak secara terang-terangan menunjuk pada si korban. Misalnya saja dengan penggunaan inisial atau nama yang disamarkan dan dirangkai sedemikian rupa yang bisa menunjuk pada lebih dari satu person/orang. Maka akan sulit untuk menentukan apakah tulisan dan/atau gambar tersebut adalah bentuk penyerangan terhadap kehormatan atau nama baik si A, si B, atau si C.

Pencemaran sebagaimana diatur dalam Pasal 310 KUHP memuat penyerangan terhadap kehormatan atau nama baik seseorang dimana penyerangan ini adalah bentuk penghinaan. Rasa harga diri adalah intinya objek dari setiap penghinaan yang menurut Wirjono Projodikoro menjadikan ukuran dari penghinaan, dimana rasa harga diri ini adalah rasa harga diri di [bidang kehormatan dan rasa harga diri di bidang nama baik](http://www.negarahukum.com/hukum/delik-penghinaan.html) (<http://www.negarahukum.com/hukum/delik-penghinaan.html>). Sedangkan menurut Adami Chazawi, satu-satunya yang dituju oleh si pembuat penghinaan dalam segala bentuknya ialah perasaan yang tidak nyaman akibat disakiti hatinya dan dibuat tersiksa

batinnya dimana perasaan itu adalah suatu penderitaan immateriil yang bersifat batin (Adami Chazawi, 2009:i). Josua Sitompul (2012), pemerhati *cyberlaw*, menyatakan 3 hal yang harus diperhatikan dalam memperlakukan konten yang diduga bermuatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik, yaitu;

1. Harus ada kejelasan identitas orang yang dihina yaitu harus mengacu kepada orang pribadi tertentu;
2. Identitas dapat berupa foto, user name, riwayat hidup/informasi lain terkait orang tertentu;
3. Identitas tersebut, meskipun bukan identitas asli, diketahui umum mengacu pada korban dan bukan orang lain.

Melihat 3 hal diatas dan pendapat Wirjono serta Adami Chazawi, maka dapat disimpulkan bahwa inti objek dan tujuan dari penghinaan, yang dalam hal ini akan berujung pada pencemaran, adalah rasa harga diri dan perasaan batin dan bahwa identitas korban tidak terbatas pada penyebutan nama asli. Artinya, meski tidak menyebutkan nama korban secara lengkap dan jelas, pencemaran nama baik tetap dapat dilaporkan sepanjang ada harga diri kehormatan dan harga diri nama baik pihak manapun yang merasa dihina dan dicemarkan. Penyebutan nama asli secara lengkap dan jelas tidak menjadi ukuran yang harus ada dalam tindak pidana pencemaran nama baik, cukup dengan menelaah tulisan dan/atau gambar yang mengacu pada diri korban. Hal ini dikarenakan objek inti dari penghinaan adalah rasa harga diri dan perasaan yang bersifat batin.

Selanjutnya, apakah tuduhan berisi penyerangan kehormatan dan nama baik sebagai bentuk penghinaan tersebut benar adanya atau tidak maka hal ini harus dibuktikan lebih lanjut. Pembuktian ini nantinya akan terkait dengan Pasal 310 ayat (3) yang menyatakan bahwa suatu perbuatan bukanlah penghinaan atau pencemaran tertulis apabila perbuatan itu dilakukan demi kepentingan umum atau dilakukan terpaksa demi membela diri. Kemudian penghinaan dan/atau pencemaran tersebut akan menjadi fitnah berdasarkan Pasal 311 ayat (1) apabila pelaku diberi kesempatan untuk membuktikan tuduhannya itu benar namun dia tidak mampu membuktikan.

D. Simpulan dan Saran

Kampanye hitam di jejaring sosial dengan yang memiliki konten informasi tidak benar, fitnah, dan penghinaan merupakan bentuk *cybercrime* dengan modus operandi *illegal contents*. Kampanye hitam di jejaring sosial hampir selalu berujung pada tindak pidana pencemaran nama baik. Tindak pidana pencemaran nama baik diatur baik dalam KUHP maupun Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Dikaitkan dengan UU Nomor 42 tahun 2008 tentang Pemilihan Umum Presiden Dan Wakil Presiden, maka kampanye hitam sebagai tindak pidana pencemaran nama baik terbatas pada isu-isu SARA terhadap calon lainnya.

Kampanye hitam terjadi karena adanya persaingan yang tidak sehat diantara kubu calon pasangan presiden dan wapres yang satu dengan kubu calon pasangan presiden dan wapres yang lainnya. Bawaslu sebagai pengawas pemilu harus semaksimal mungkin mengawasi dan menjamin terselenggaranya pemilu yang sehat khususnya mengenai kegiatan kampanye. Apabila terjadi pelanggaran di dalam kampanye dimana pelanggaran tersebut juga merupakan kejahatan di ranah hukum pidana maka kepolisian harus berkomitmen menyelesaikan kasus tersebut sebaik mungkin sebagai rangka ikut serta dalam mewujudkan pesta demokrasi yang bersih di Indonesia.

Daftar Pustaka

Buku:

Adami Chazawi. 2009. *Hukum Pidana Positif Penghinaan*. Surabaya: ITS Press.

Josua Sitompul. 2012. *Cyberspace, Cybercrimes, Cyberlaw: Tinjauan Aspek Hukum Pidana*. Jakarta: Tatanusa.

Peter Mahmud Marzuki. 2005. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Petrus Reinhard Golose. 2008. *Seputar Kejahatan Hacking: Teori dan Studi Kasus*. Jakarta: Dharmaputra.

Teguh Prasetyo. 2011. *Hukum Pidana*. Cetakan Kedua. Jakarta: P.T. Raja Grafindo.

Venus Antar, 2004. *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosis Rekatama

Perundang-undangan:

Kitab Undang-Undang Hukum Pidana

Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang-Undang Nomor 42 tahun 2008 tentang Pemilihan Umum Presiden Dan Wakil Presiden

Internet:

Administrator. 2014. "Hukum Pidana Ringkasan". Diakses dari <http://statushukum.com/hukum-pidana-ringkasan.html> pada tanggal 1 Juni pukul 13.45 WIB.

Administrator. Tanpa Tahun. "Pengertian Jejaring Sosial (Social Network)". Diakses dari <http://www.pengertianahli.com/2014/01/pengertian-jejaring-sosial-social.html> pada tanggal 3 Juni 2014 pukul 17.45 WIB.

Anonim. 2014. Dua Kubu Saling Laporkan. Diakses dari suaramerdeka.com/index.php/read/cetak/2014/06/03/263271/dua-kubu-saling-laporkan pada tanggal 15 Juni 2014 pukul 15.30 WIB.

Anonim. Tanpa Tahun. Definisi Kampanye. Diakses dari <http://kbbi.web.id/> pada tanggal 1 Juni 2014 pukul 15.54 WIB.

Arifin B.H. 2014. "Pengguna Twitter Indonesia Terbanyak Ketiga Dunia". Diakses dari <http://www.encycity.co/pengguna-twitter-indonesia-terbanyak-ketiga-dunia/> pada tanggal 1 Juni 2014 pukul 12.32 WIB.

Fitra Firdaus. 2014. "Pengertian Kampanye Hitam Adalah". Diakses dari sidomi.com/293779/pengertian-kampanye-hitam-adalah/ pada tanggal 1 Juni 2014 pukul 9.34 WIB.

Mediani Dyah Natalia. 2014. "Awas Kampanye Hitam Bernuansa SARA di Medsos". Diakses dari solopos.com/2014/06/05/pilpres-2014-awas-kampanye-hitam-bernuansa-sara-di-medsos-511471 pada tanggal 15 Juni 2014 pukul 13.30 WIB.

Nancy Junita. 2014. Kampanye Hitam: Lebih Banyak ke Jokowi Dibanding Prabowo. Diakses dari kabar24.com/nasional/read/20140605/98/220361/kampanye-hitam-lebih-banyak-ke-jokowi-dibanding-prabowo pada tanggal 15 Juni 2014 pukul 14.54 WIB.

Sepudin Zuhri. 2014. "10 Negara dengan Pengguna Facebook Terbesar di Dunia, Indonesia Peringkat Berapa". Diakses dari <http://industri.bisnis.com/read/20140415/105/219583/10-negara-dengan-pengguna-facebook-terbesar-di-dunia-indonesia-peringkat-berapa> pada tanggal 3 Juni 2014 pukul 12.30 WIB.

Tri Jata Ayu Pramesti. 2014. "Menjerat Pelaku Kampanye Hitam di Media Sosial". Diakses dari hukumonline.com/klinik/detail/lt538dacd5bb6a4/menjerat-pelaku-kampanye-hitam-di-media-sosial pada tanggal 1 Juni pukul 08.05 WIB.