



**TINJUAN YURIDIS TERHADAP FITNAH DAN UJARAN KEBENCIAN
DALAM KAMPANYE POLITIK MELALUI MEDSOS DI PEMILU
TAHUN 2024 BERDASARKAN PRINSIP GOOD GOVERNANCE**

SKRIPSI

FARRA AULIA ROUDLOH

NPM. 20710062

**PROGRAM STUDI HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS PGRI SEMARANG
2024**



**TINJUAN YURIDIS TERHADAP FITNAH DAN UJARAN KEBENCIAN
DALAM KAMPANYE POLITIK MELALUI MEDSOS DI PEMILU
TAHUN 2024 BERDASARKAN PRINSIP GOOD GOVERNANCE**

SKRIPSI

FARRA AULIA ROUDLOH

NPM. 20710062

**PROGRAM STUDI HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS PGRI SEMARANG
2024**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

“TINJUAN YURIDIS TERHADAP FITNAH DAN UJARAN KEBENCIAN
DALAM KAMPANYE POLITIK MELALUI MEDSOS DI PEMILU TAHUN
2024 BERDASARKAN PRINSIP GOOD GOVERNANCE”

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji dan disahkan oleh Panitia Ujian
Skripsi Fakultas Hukum Universitas PGRI Semarang.

Hari : Jumat

Tanggal : 19 April 2024

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat.

Panitia Ujian



Dr. Wahyu Widodo, S.H., M.Hum.

NPP. 846101007

Sekretaris

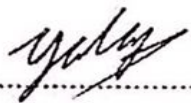
Toebagus G.W. Pratama, S.H.,M.H

NPP. 169001506

Penguji


1. Toebagus G.W. Pratama, S.H.,M.H.

NPP. 169001506

()

2. Nadea Lathifah Nugraheni, S.H., LL.M

NPP. 219601565

()

3. Dr. Sugiyanto, S.H., M.Si.

NPP. 196407121990031009

()

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“I have to be successful because I like expensive shit”

(FAR)

“Saat kamu dilahirkan, kamu sudah special untuk seseorang”

(EXO KAI)

PERSEMBAHAN

1. Dengan penuh rasa syukur dan keikhlasan, penulis ingin menyampaikan persembahan dalam skripsi ini kepada Allah SWT, Sang Pencipta segala sesuatu yang telah memberikan petunjuk, kekuatan, dan rahmat-Nya selama proses penulisan skripsi ini.
2. Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada orang tua tercinta yaitu Papa Abdul Labib dan Mama Siti Munadiroh yang selalu memberikan doa, dukungan, dan cinta kasih tanpa batas. Semua jerih payah dan pengorbanan mereka menjadi motivasi terbesar dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada keluarga tercinta, terutama kakak-kakak saya terima kasih atas segala pengertian, dukungan, dan motivasi yang diberikan selama proses penulisan skripsi ini. Semoga kebersamaan dan kasih sayang yang terjalin selalu menjadi kekuatan dalam setiap langkah kehidupan.
4. Teman-teman terbaik, terima kasih atas segala dukungan, semangat, dan motivasi yang diberikan selama perjalanan penulisan skripsi ini. Kebersamaan dan persahabatan kita menjadi sumber inspirasi dan kekuatan dalam menghadapi setiap tantangan.
5. Untuk diri sendiri yang telah gigih dan tekun menyelesaikan setiap tahapan penulisan skripsi ini, terima kasih atas ketekunan dan ketabahanmu. Segala usaha dan perjuanganmu tidak pernah sia-sia, dan hasilnya kini terwujud dalam bentuk skripsi ini. Semoga persembahan ini menjadi pengingat bahwa setiap langkah yang diambil dengan sungguh-sungguh akan membuahkan

hasil yang memuaskan. Teruslah berjuang dan percaya pada kemampuan diri sendiri. Selamat menyelesaikan skripsi dengan baik dan semoga menjadi langkah awal menuju kesuksesan yang lebih besar. Terima kasih, diri sendiri.

PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Farra Aulia Roudloh

NPM : 20710062

Program Studi : Hukum

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka.

Semarang, 4 April 2024

Pembuat Pernyataan



Farra Aulia Roudloh

20710062

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT. Berkat hidayah, taufik, dan amanah-Nya. Sholawat serta salam Kepada Nabiullah Muhammad Saw. Penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Tinjauan Yuridis Terhadap Fitnah Dan Ujaran Kebencian Dakam Kampanye Politik Melalui Medsos Di Pemilu 2024 Berdasarkan Prinsip Good Governance”. Ini adalah syarat agar dapat menyelesaikan Program Sarjana (S1) didalam Program Studi Hukum Fakultas Hukum Universitas PGRI Semarang.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak terkait. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ini ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Dr. Suciati, S.H., M.Hum. Selaku Rektor Universitas PGRI Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut Pendidikan di Universitas PGRI Semarang.
2. Dr. Wahyu Widodo, S.H., M.Hum. Selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas PGRI Semarang.
3. Toebagoes Galang W.P., S.H., M.H. Selaku Ketua Prodi Fakultas Hukum Universitas PGRI Semarang dan Pembimbing I saya yang telah memberikan bimbingan dan arahan untuk penulisan skripsi dengan baik, serta memberi dukungan untuk cepat menyelesaikan skripsi.
4. Nadea Lathifah Nugraheni, S.H., LL.M Selaku Pembimbing II saya yang telah memberikan arahan serta bimbingan agar skripsi penulis jauh lebih baik lagi.
5. Seluruh jajaran dosen dan staff lingkungan Fakultas Hukum Universitas PGRI Semarang

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna dikarenakan minimnya pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Semoga skripsi yang penulis buat dapat memberi manfaat bagi pembaca dan membantu untuk memberikan pandangan tentang hukum.

ABSTRAK

Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden merupakan agenda wajib lima tahunan yang digelar oleh bangsa Indonesia. Kampanye melalui sosial media menjadi lebih efektif dan memberikan berbagai dampak positif diantaranya mampu menjangkau masyarakat lebih luas. Namun, dibalik sisi positif tersebut sosial media juga menjadi sarang penyebaran hoaks dan ujaran kebencian menjelang pemilu. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti penerapan prinsip tata kelola pemerintahan yang baik dalam penyebaran hoaks dan ujaran kebencian. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah yuridis normatif dengan teknik pengumpulan data dari berbagai sumber, termasuk studi kasus, wawancara dengan para ahli dan praktisi hukum, serta observasi langsung. Dari hasil penelitian ditemukan 355 pelanggaran konten internet selama periode kampanye Pemilu 2024, yang berlangsung dari 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024. Untuk menyikapi hal tersebut, KPU selaku penyelenggara pemilu bekerja sama dengan Kominfo dalam hal pemantauan, pengawalan, dan penekanan angka penyebaran hoax dan ujaran kebencian.

Kata kunci : Kampanye, Hoaks, Ujaran kebencian, KPU

ABSTRACT

The election of the President and Vice President is a mandatory five-year agenda held by the Indonesian people. Campaigns through social media become more effective and provide various positive impacts, including being able to reach a wider community. However, behind this positive side, social media has also become a hotbed for the spread of hoaxes and hate speech ahead of the election. This research aims to examine the application of good governance principles in the spread of hoaxes and hate speech. The method used in this research is normative juridical with data collection techniques from various sources, including case studies, interviews with legal experts and practitioners, and direct observation. From the research results, 355 internet content violations were found during the 2024 election campaign period, which took place from 28 November 2023 to 10 February 2024. To address this, the KPU as the election organizer is collaborating with the Ministry of Communication and Information in terms of monitoring, escorting and suppressing the spread of hoaxes and hate speech.

Keywords: Campaign, Hoax, Hate Speech, KPU

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL LUAR	i
HALAMAN JUDUL DALAM	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. RUMUSAN MASALAH	5
C. TUJUAN PENELITIAN	6
D. MANFAAT PENELITIAN.....	6
E. KERANGKA BERPIKIR	8
F. SISTEMATIKA PENULISAN	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. TINJAUAN UMUM TENTANG KAMPANYE	11
1. Pengertian kampanye	11
2. Tujuan Kampanye Politik	13
3. Jenis Kampanye Politik.....	15
B. Tinjauan Umum Tentang Good Governance	17
1. Pengertian Good Governance	17
2. Penerapan good governance.....	20
3. Penerapan Prinsip Good Governance.....	22
4. Dampak Positif Good Governance.....	24
C. Tinjauan Teori Hukum dan Undang-Undang terkait Kampanye dan Ujaran Kebencian	26
1. Hukum dan regulasi terkait kampanye politik	26
2. Hukum dan UU penyebaran informasi palsu, Fitnah, dan Ujaran Kebencian	31
3. Hukum dan UU lain terkait penelitian	32
D. Tinjauan Tentang Perlindungan Korban dan Hukuman bagi pelanggar UU ..	33
E. Tinjauan Materi Penyebaran Fitnah dan Ujaran kebencian di Medsos dalam Konteks Pemilu Indonesia 2024.....	36
BAB III.....	41
METODE PENELITIAN	41
A. Metode Pendekatan.....	41

B. Spesifikasi Penelitian	42
C. Metode Pengumpulan Data	42
D. Metode Analisis Data	43
BAB IV	45
PEMBAHASAN	45
A. Prinsip-prinsip Good Governance dalam pengaturan penggunaan media sosial pada kampanye politik pemilu 2024	45
B. Upaya Penanganan Ujaran Kebencian Didasarkan Pada Prinsip Good Governance.	62
BAB V.....	69
PENUTUP.....	69
A. Simpulan	69
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	74

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Penggunaan media sosial sebagai sarana kampanye politik telah menjadi fenomena dominan dalam dunia politik modern, termasuk dalam konteks Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Indonesia tahun 2024. Media sosial, seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube, telah memberikan platform yang sangat luas dan dapat diakses oleh masyarakat untuk menyampaikan pesan politik, memobilisasi massa, serta berinteraksi secara langsung dengan pemilih potensial. Kelebihan utama dari media sosial dalam kampanye politik adalah kemampuannya untuk mencapai audiens yang luas, termasuk kelompok pemilih muda yang cenderung aktif secara online¹.

Penggunaan media sosial juga memungkinkan kandidat dan partai politik untuk mengadopsi strategi kampanye yang lebih personal dan terfokus. Melalui platform ini, para kandidat dapat membagikan visi, misi, dan program kerja mereka secara langsung kepada pemilih, mengurangi jarak antara pemimpin dan publik. Selain itu, interaksi dua arah yang dimungkinkan oleh media sosial memperbolehkan kandidat untuk merespons langsung terhadap isu-isu yang relevan dan mendapatkan umpan balik langsung dari pemilih.

Namun, di balik potensi positifnya, penggunaan media sosial dalam kampanye politik juga membawa tantangan dan risiko. Platform ini dapat

¹ Guarango, UU ITE. 2022

menjadi sarana penyebaran informasi palsu (hoaks), fitnah, dan ujaran kebencian. Selain itu, keberadaan filter bubble dan echo chamber dapat memicu polarisasi opini, di mana pemilih hanya terpapar pada sudut pandang yang sejalan dengan keyakinan mereka sendiri. Oleh karena itu, sementara media sosial memberikan peluang yang luas, penggunaannya juga menuntut pertimbangan serius terkait etika dan dampak sosialnya².

Dalam konteks Pemilu 2024, penggunaan media sosial menjadi semakin krusial karena meningkatnya penetrasi internet di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian mengenai tinjauan yuridis terhadap fitnah dan ujaran kebencian dalam kampanye politik melalui media sosial menjadi relevan untuk memahami dampaknya pada integritas demokrasi dan mencari solusi yang sesuai dengan prinsip Good Governance³.

Dalam konteks penelitian ini, latar belakang mengenai tinjauan yuridis terhadap fitnah dan ujaran kebencian dalam kampanye politik melalui media sosial (Medsos) di Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Indonesia tahun 2024 berdasarkan prinsip Good Governance menjadi sangat penting untuk dipahami. Penjelasan yang komprehensif tentang latar belakang masalah ini akan membantu memperjelas urgensi dan relevansi penelitian yang akan dilakukan.

Pertama-tama, fenomena empirik yang menjadi latar belakang masalah adalah meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sarana kampanye politik dalam konteks Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Indonesia tahun

² Freti, Kesadaran Hukum Masyarakat Indonesia. 2022

³ Mahyuddin, Implementasi Good governance.2022

2024. Dalam beberapa tahun terakhir, Indonesia telah menyaksikan peningkatan signifikan dalam penggunaan platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube sebagai alat utama untuk menyebarkan pesan politik dan mempengaruhi opini publik. Fenomena ini menjadi lebih mencolok dan berdampak signifikan pada proses demokrasi dan integritas Pemilu⁴.

Namun, di tengah maraknya kampanye politik melalui media sosial, terdapat permasalahan serius yang membutuhkan perhatian khusus, yaitu maraknya fitnah dan ujaran kebencian yang tersebar luas di ranah digital. Penggunaan media sosial yang tidak terkendali telah membuka pintu bagi penyalahgunaan dan eksploitasi dalam konteks kampanye politik. Fenomena ini terutama tercermin dalam praktik memfitnah dan mengucilkan lawan politik atau kelompok tertentu dengan ujaran kebencian⁵. Media sosial seringkali digunakan sebagai wadah untuk menyebarkan informasi yang tidak benar atau diputarbalikkan dengan tujuan merusak reputasi seseorang atau kelompok. Dalam suasana politik yang terkadang panas dan kompetitif, fitnah dan ujaran kebencian dapat menjadi senjata untuk menciptakan ketidakpercayaan dan kebencian di antara pemilih. Hal ini tidak hanya merusak integritas proses demokrasi, tetapi juga dapat menciptakan ketegangan sosial dan memicu konflik yang merugikan bagi stabilitas negara⁶. Oleh karena itu, perlunya tinjauan yuridis terhadap praktik ini dalam konteks kampanye politik melalui media sosial menjadi sangat penting untuk

⁴ Yoserizal, efektifitas komunikasi dalam media kampanye 2024, 2024

⁵ Magali, Media social sebagai media kampanye politik. 2022

⁶ Irmasari, good governance politik. 2021

mengidentifikasi akar masalah, mengatasi celah hukum yang mungkin ada, dan mengembangkan mekanisme pengawasan yang efektif guna menjaga integritas proses politik secara keseluruhan.

Dalam konteks konsep teoritik, prinsip Good Governance menjadi landasan yang relevan untuk menilai dan mengatasi masalah tersebut. Good Governance, sebagai konsep tata kelola pemerintahan yang baik, mengacu pada prinsip-prinsip seperti transparansi, akuntabilitas, partisipasi publik, responsivitas, efektivitas, keadilan, dan supremasi hukum. Tujuannya adalah menciptakan sistem pemerintahan yang efisien, adil, dan bertanggung jawab, yang mampu memberikan pelayanan publik berkualitas, memastikan pengambilan keputusan yang baik, serta mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan pembangunan yang inklusif. Berdasarkan Pasal 1 ayat (3) UUD NRI Tahun 1945 yang berbunyi “Negara Indonesia adalah negara hukum”. Dalam penelitian ini, fokus diberikan pada analisis beberapa pasal dalam undang-undang yang berkaitan dengan penyalahgunaan media sosial, fitnah, dan ujaran kebencian dalam kampanye politik⁷. Pasal 27 Ayat (3) UU ITE menegaskan tentang penyebaran informasi palsu, fitnah, dan ujaran kebencian, sementara Pasal 280 dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang pemilu mengatur tata cara kampanye politik termasuk di media sosial. Pasal 14 ayat (2) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2018 tentang Pemberantasan Tindak Pidana Terorisme juga relevan, khususnya dalam penggunaan media sosial untuk menyebarkan pesan yang menghasut

⁷ Faisal malik, Penerapan prinsip good governance. 2023

kebencian dan kekerasan. PKPU dari KPU juga memiliki aturan tentang kampanye politik di media sosial. Analisis terhadap pasal-pasal tersebut memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang kerangka hukum yang mengatur penggunaan media sosial dalam kampanye politik serta efektivitasnya dalam menjaga prinsip Good Governance. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana penerapan prinsip Good Governance dapat membantu mengatasi permasalahan fitnah dan ujaran kebencian dalam kampanye politik melalui media sosial⁸.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa latar belakang masalah ini menggambarkan adanya fenomena empirik yang signifikan dalam konteks Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Indonesia tahun 2024, yaitu meningkatnya penggunaan media sosial sebagai alat kampanye politik⁹. Namun, penggunaan tersebut juga diiringi oleh maraknya fitnah dan ujaran kebencian yang dapat mengancam integritas demokrasi dan stabilitas sosial. Oleh karena itu, penelitian yang mengkaji tinjauan yuridis terhadap fitnah dan ujaran kebencian dalam kampanye politik melalui media sosial berdasarkan prinsip Good Governance menjadi penting untuk dilakukan guna mencari solusi yang tepat dalam menghadapi tantangan tersebut¹⁰.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana prinsip-prinsip Good Governance dalam pengaturan penggunaan media sosial pada kampanye politik pemilu 2024?
2. Bagaimana upaya penanganan ujaran kebencian pada pemilu 2024

⁸ Siregar, pelanggaran uu ite studi kasus ahmad dani. 2020

⁹ Suyono, kampanye hitam. 2021

¹⁰ Govi, pengaruh good governance.2019

didasarkan pada prinsip good governance?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui status hukum dan prinsip-prinsip good governance dalam pengaturan penggunaan media sosial dalam kampanye politik pada Pemilu 2024 untuk mengendalikan penyebaran informasi palsu dan ujaran kebencian.
2. Untuk mengetahui upaya penanganan ujaran kebencian didasarkan pada prinsip good governance.

D. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Secara teoritis:
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan pemahaman tentang hukum dan politik di Indonesia, khususnya dalam konteks kampanye politik melalui media sosial (Medsos) dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden tahun 2024.
 - b. Memperkaya pengetahuan tentang implementasi prinsip Good Governance dalam menangani fenomena fitnah dan ujaran kebencian dalam kampanye politik, yang dapat menjadi kontribusi terhadap literatur hukum dan politik yang ada.
2. Secara praktis:
 - a. Bagi peneliti dan praktisi hukum, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang kerangka regulasi yang ada dan

praktek hukum dalam menangani kasus-kasus fitnah dan ujaran kebencian dalam kampanye politik melalui media sosial, serta membantu dalam merumuskan rekomendasi kebijakan yang relevan.

- b. Bagi masyarakat, penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya penggunaan media sosial secara bertanggung jawab dalam proses politik, serta memberikan pemahaman tentang hak dan kewajiban dalam menghadapi fenomena fitnah dan ujaran kebencian.
- c. Bagi lembaga pengawas dan penegak hukum, penelitian ini dapat memberikan masukan tentang kebutuhan untuk meningkatkan efektivitas pengawasan dan penegakan hukum terhadap penyalahgunaan media sosial dalam kampanye politik, sejalan dengan prinsip-prinsip Good Governance.
- d. Bagi Fakultas Hukum, Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan materi pembelajaran media sosial sebagai media kampanye. Serta dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

E. KERANGKA BERPIKIR

Tinjauan Yuridis Terhadap Fitnah Dan Ujaran Kebencian Dalam Kampanye Politik Melalui Medsos Di Pemilu Tahun 2024 Berdasarkan Prinsip Good Governance

1. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) Pasal-pasal yang relevan antara lain Pasal 27 tentang Penyebaran Informasi Palsu, Pasal 28 tentang Ujaran Kebencian, dan Pasal 45 tentang Ancaman dan Penghinaan.
2. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum (UU Pemilu) juga mengatur tata cara kampanye politik, termasuk di media sosial. Pasal-pasal yang terkait meliputi Pasal 280 tentang Kampanye Pemilihan Umum dan Pasal 281 tentang Larangan Kampanye yang Melanggar Ketentuan.

Latar Belakang

Tinjauan yuridis terhadap fitnah dan ujaran kebencian dalam kampanye politik melalui medsos pada Pemilu 2024, berdasarkan prinsip Good Governance, penting untuk mengatasi ancaman terhadap integritas demokrasi. Media sosial memainkan peran krusial dalam kampanye, namun juga menjadi sarana penyebaran informasi palsu dan polarisasi opini. Analisis hukum terhadap UU ITE, UU Pemilu, UU Terorisme, dan PKPU KPU diperlukan untuk menjaga prinsip transparansi, akuntabilitas, dan supremasi hukum dalam proses politik. Ini penting untuk menjaga stabilitas sosial dan integritas demokrasi di Indonesia.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana Prinsip-prinsip Good Governance dalam pengaturan penggunaan media sosial pada kampanye politik pemilu 2024?
2. Bagaimana upaya penanganan ujaran kebencian pada pemilu 2024 didasarkan pada prinsip good governance?

Teori – Teori:

1. Teori Good Governance
2. Teori Hukum penyebaran informasi palsu, fitnah, dan ujaran kebencian.

Metode Penelitian :

Metode yuridis normatif : Menelaah secara kritis peraturan perundang-undangan yang berkaitan serta melibatkan analisis data dan studi lapangan untuk pemahaman praktis.

Hasil Penelitian

1. Prinsip-prinsip Good Governance digunakan untuk mengatur media sosial dalam kampanye politik demi mengendalikan penyebaran informasi palsu dan ujaran kebencian di Pemilu 2024.
2. Upaya penanganan ujaran kebencian didasarkan pada prinsip Good Governance dengan menerapkan hukum yang transparan dan akuntabel.

Kesimpulan

Penelitian mengenai tinjauan yuridis terhadap fitnah dan ujaran kebencian dalam kampanye politik melalui media sosial pada Pemilu 2024, berdasarkan prinsip Good Governance, memberikan pemahaman mendalam tentang regulasi yang diperlukan untuk mengendalikan penyalahgunaan media sosial. Implementasi prinsip Good Governance penting untuk menjaga integritas demokrasi dan stabilitas sosial.

F. SISTEMATIKA PENULISAN

Adapun bentuk sistematika penulisan skripsi yang akan penulis sampaikan adalah sebagai berikut :

1. Bagian awal terdiri atas :
 - a. Halaman judul (cover)
 - b. Halaman judul (bagian dalam)
 - c. Halaman pengesahan
 - d. Halaman motto dan persembahan
 - e. Kata pengantar
 - f. Abstrak
 - g. Daftar isi
 - h. Daftar lampiran
2. Bagian isi skripsi terdiri atas :
 - A. Latar Belakang
 - B. Perumusan Masalah
 - C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
 - D. Kerangka Pemikiran
 - E. Sistematika Penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

BAB III METODE PENELITIAN

 - A. Pendekatan Penelitian
 - B. Spesifikasi Penelitian
 - C. Metode Pengumpulan Data

D. Metode Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

B. Pembahasan

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

3. Bagian akhir skripsi terdiri atas :Daftar Pustaka

Lampiran

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. TINJAUAN UMUM TENTANG KAMPANYE

1. Pengertian kampanye

a. Pengertian kampanye secara umum

Kampanye politik adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh calon kandidat, partai politik, atau kelompok politik lainnya dalam upaya memperoleh dukungan dari pemilih dalam pemilihan umum atau proses politik tertentu. Tujuan utama dari kampanye politik adalah untuk memenangkan pemilihan umum atau mencapai tujuan politik yang telah ditetapkan¹¹. Dalam melaksanakan kampanye politik, para aktor politik tersebut menggunakan berbagai strategi dan taktik untuk mengkomunikasikan pesan-pesan politik, mempengaruhi opini publik, serta memobilisasi massa guna meraih suara atau dukungan. Dengan demikian, kampanye politik menjadi wadah untuk memperkenalkan diri, mengadvokasi visi dan program-program politik, serta meyakinkan pemilih untuk memberikan dukungan atau suara pada mereka. Melalui proses kampanye politik, terjadi interaksi dinamis antara para aktor politik dan masyarakat, di mana mereka saling berkomunikasi, bertukar informasi, dan berinteraksi dalam rangka mencapai tujuan politik yang diinginkan¹².

¹¹ Fukue-jima, hokum yuridis. 2021

¹² Wirga, analisis konten pada media social sebagai media kampanye politik. 2016.

b. Kampanye, dan Kampanye politik menurut para ahli

Para ahli memiliki beragam pemahaman tentang kampanye politik, yang mencerminkan kerumitan dan dinamika fenomena tersebut dalam konteks politik, sosial, dan budaya¹³. Berikut adalah beberapa definisi kampanye menurut ahli:

- 1) Doris A. Graber: Kampanye adalah rangkaian usaha yang dilakukan oleh calon kandidat atau partai politik untuk mendapatkan dukungan dari pemilih dalam pemilihan umum. Ini melibatkan strategi seperti pemasaran politik, komunikasi media, dan interaksi langsung dengan pemilih.
- 2) Daniel M. Shea dan Michael John Burton: Mereka mendefinisikan kampanye sebagai proses di mana politisi berusaha mempengaruhi preferensi pemilih, mengkoordinasikan dukungan partai politik, dan memenangkan pemilihan umum.
- 3) John Green dan Daniel Coffey: Kampanye adalah usaha koordinasi dan komunikasi yang melibatkan strategi dan kegiatan dari kandidat, partai politik, dan kelompok kepentingan untuk memengaruhi pemilih dan meraih kemenangan dalam pemilihan.
- 4) Philip H. Pollock III: Kampanye politik adalah proses politik untuk mendapatkan dukungan pemilih, baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui upaya komunikasi dan mobilitasi massa.
- 5) Bruce E. Gronbeck: Gronbeck menggambarkan kampanye sebagai

¹³ Sutresna, analisis perencanaan kampanye pemasaran. 2019.

pertunjukan politik yang menggunakan narasi, simbol, dan dramatisasi untuk memengaruhi opini publik dan membentuk pilihan politik.

Secara keseluruhan, kampanye politik merupakan proses strategis yang melibatkan komunikasi, mobilitasi, dan interaksi antara politisi, partai politik, dan masyarakat untuk mempengaruhi preferensi pemilih dan meraih tujuan politik tertentu. Ini juga dapat dilihat sebagai bentuk pertunjukan politik yang menggabungkan narasi, simbol, dan dramatisasi untuk memengaruhi opini publik serta membentuk pilihan politik¹⁴.

2. Tujuan Kampanye Politik

Kampanye politik memiliki tujuan utama yang sangat penting dalam konteks demokrasi dan proses pemilihan umum. Salah satu tujuan pokok dari kampanye politik adalah untuk memperoleh dukungan politik dari pemilih sehingga memungkinkan terpilihnya calon kandidat atau partai politik yang bersangkutan. Dengan kata lain, kampanye politik menjadi sarana bagi para kandidat atau partai politik untuk memenangkan kompetisi politik dan memperoleh legitimasi dari masyarakat untuk mewakili mereka dalam pemerintahan¹⁵.

Namun, manfaat dari kampanye politik tidak hanya sebatas pada terpilihnya para pemimpin politik. Kampanye politik juga memiliki dampak yang lebih luas terhadap dinamika politik dan sosial masyarakat.

a. Salah satunya adalah meningkatkan partisipasi politik masyarakat.

¹⁴ Faisal harahap, analisis uu nomor 7 tahun 2017

¹⁵ Mahfiana, kesadaran hokum masyarakat terhadap teknologi perkembangannya. 2017

Melalui kampanye politik, masyarakat didorong untuk terlibat secara aktif dalam proses politik, baik itu dengan memilih dalam pemilihan umum maupun dengan turut serta dalam diskusi-diskusi politik yang terjadi.

- b. Selain itu, kampanye politik juga berperan penting dalam memberikan informasi kepada pemilih tentang pilihan politik yang ada. Dalam kampanye politik, para kandidat dan partai politik menyampaikan visi, misi, dan program-program mereka kepada masyarakat. Hal ini memungkinkan pemilih untuk membuat keputusan yang lebih informasi dan rasional dalam menentukan pilihannya di tempat pemungutan suara¹⁶.
- c. Lebih dari itu, kampanye politik juga memperkuat demokrasi dengan memberikan kesempatan bagi rakyat untuk mengekspresikan pendapat mereka. Dalam proses kampanye, masyarakat memiliki ruang untuk menyuarakan aspirasi, kebutuhan, dan keinginan mereka kepada para pemimpin politik. Hal ini menjadikan kampanye politik sebagai sarana bagi masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam proses pembuatan keputusan politik yang memengaruhi kehidupan mereka.
- d. Terakhir, kampanye politik juga mendorong adopsi kebijakan yang sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi masyarakat. Melalui kampanye, para kandidat dan partai politik berusaha untuk memperoleh dukungan dari masyarakat dengan menawarkan program-program dan kebijakan-

¹⁶ Supriyanto, hokum perdata

kebijakan yang dianggap relevan dan sesuai dengan kebutuhan rakyat. Dengan demikian, kampanye politik menjadi mekanisme untuk mendorong terciptanya kebijakan publik yang responsif dan berkualitas, yang dapat meningkatkan kesejahteraan dan keadilan bagi seluruh masyarakat¹⁷.

3. Jenis Kampanye Politik

Kampanye politik memiliki beragam jenis yang mencerminkan strategi dan pendekatan yang berbeda dalam upaya memengaruhi opini publik dan meraih dukungan pemilih. Beberapa jenis kampanye politik yang umum dikenal antara lain:

- a. Kampanye Positif: Jenis kampanye ini difokuskan pada promosi calon kandidat atau partai politik dan program-programnya tanpa melakukan serangan atau kritik terhadap lawan politik. Tujuan utama dari kampanye positif adalah membangun citra positif bagi calon atau partai politik yang bersangkutan dengan menyoroti prestasi, visi, dan komitmen mereka dalam menjalankan kepemimpinan atau melaksanakan program-program yang diusung.
- b. Kampanye Negatif: Berbeda dengan kampanye positif, kampanye negatif melibatkan serangan terhadap calon kandidat atau partai politik lawan dengan tujuan merendahkan citra mereka di mata publik. Dalam kampanye negatif, pihak yang melakukan kampanye cenderung menyoroti kelemahan, skandal, atau ketidakmampuan lawan politik

¹⁷ Juditha, buzzer di media social pada pilkada dan pemilihan 2024

untuk mempertanyakan kredibilitas dan kompetensi mereka.

- c. Kampanye Komparatif: Jenis kampanye ini melibatkan perbandingan antara calon kandidat atau partai politik dengan lawan politiknya, baik dari segi kebijakan maupun kualitas kepemimpinan. Kampanye komparatif bertujuan untuk menonjolkan kelebihan dan keunggulan dari calon atau partai politik yang bersangkutan dibandingkan dengan lawan politiknya, sehingga meyakinkan pemilih untuk memilihnya.
- d. Kampanye Media Sosial (Medsos): Dalam era digital, kampanye politik semakin sering dilakukan melalui platform-platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube. Kampanye media sosial memanfaatkan kekuatan internet untuk mencapai audiens yang lebih luas dan berinteraksi langsung dengan pemilih potensial. Melalui konten-konten yang kreatif dan viral, kampanye media sosial dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam mempengaruhi opini publik dan memobilisasi dukungan politik¹⁸.

Dengan berbagai jenis kampanye politik yang ada, para kandidat dan partai politik memiliki beragam strategi untuk mencapai tujuan politik mereka. Setiap jenis kampanye memiliki kelebihan dan kelemahan tersendiri, dan pemilihan strategi kampanye yang tepat sangat bergantung pada konteks politik, karakteristik pemilih, dan tujuan politik yang ingin dicapai¹⁹.

¹⁸ Rohman, meningkatnya cyberbullying saat kampanye.2016

¹⁹ Fatma wardi lubis, analisa media social sebagai media kampanye di kota medan

B. Tinjauan Umum Tentang Good Governance

1. Pengertian Good Governance

a. Pengertian good governance secara umum

Teori Good Governance telah menjadi dasar penting dalam menilai praktek kampanye politik yang memiliki kualitas dan tanggung jawab di banyak negara²⁰. Konsep ini menyoroti prinsip-prinsip mendasar seperti transparansi, akuntabilitas, partisipasi publik, dan keadilan dalam pengelolaan pemerintahan. Dalam konteks kampanye politik, penerapan prinsip-prinsip Good Governance menjadi sangat penting untuk memastikan proses demokratis yang sehat dan mencapai tujuan-tujuan politik yang signifikan. Artikel ini akan menjelaskan konsep Good Governance, menerapkannya dalam konteks kampanye politik, serta memberikan contoh konkret dan hubungannya dengan peraturan hukum yang relevan.

Good Governance merujuk pada praktik-praktik pengelolaan pemerintahan yang baik dan efektif. Konsep ini tidak hanya mencakup aspek legalitas dan formalitas, tetapi juga mencakup moralitas, keadilan, dan keterbukaan dalam proses pengambilan keputusan. Good Governance mempromosikan tata kelola yang transparan, akuntabel, partisipatif, dan berorientasi pada kepentingan publik. Dengan prinsip-prinsip ini, Good Governance bertujuan untuk menciptakan sistem pemerintahan yang efisien, adil, dan responsif

²⁰ Septiyan, analisis pemberitaan pro kontra terhadap lahirnya UU ITE pengaruhnya pada good governance.

terhadap kebutuhan masyarakat²¹.

b. Pengertian good governance menurut para ahli

1) United Nations Development Program (UNDP):

Menurut UNDP, Good Governance adalah proses kebijakan dan keputusan yang mempengaruhi pengelolaan sumber daya ekonomi dan sosial bagi pembangunan yang berkelanjutan dan peningkatan kesejahteraan bagi semua orang.

2) World Bank:

World Bank mendefinisikan Good Governance sebagai cara-cara atau proses-proses pengambilan keputusan serta implementasi kebijakan yang dapat menghasilkan hasil-hasil yang dianggap baik dari segi kualitas dan kuantitas dalam kerangka proses pembangunan.

3) Organization for Economic Cooperation and Development (OECD):

OECD menggambarkan Good Governance sebagai kerangka kerja untuk pembuatan keputusan yang efisien, efektif, dan konsisten dengan berbagai tujuan. Prinsip-prinsip Good Governance mencakup tata kelola publik, transparansi, akuntabilitas, integritas, dan partisipasi publik.

4) International Monetary Fund (IMF):

IMF menyatakan bahwa Good Governance mencakup kualitas pengelolaan kebijakan ekonomi, kelembagaan pemerintah, dan

²¹ Charisma, pentingnya good governance untuk komunikasi public.

pemerintahan dalam mengelola sumber daya ekonomi.

5) Amartya Sen:

Amartya Sen menggambarkan Good Governance sebagai kemampuan dan kesempatan bagi masyarakat untuk mempengaruhi pengambilan keputusan politik dan ekonomi yang memengaruhi kehidupan mereka.

6) Robert Klitgaard:

Klitgaard menyebut Good Governance sebagai peningkatan kapasitas untuk mengelola sumber daya dan institusi dalam rangka mencapai hasil yang diinginkan dalam konteks pembangunan.

Pengertian Good Governance menurut para ahli tersebut mencerminkan beragam perspektif yang menekankan pentingnya proses pengambilan keputusan yang transparan, akuntabel, partisipatif, dan efektif dalam mencapai tujuan pembangunan yang berkelanjutan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat²².

c. Pengertian kredit menurut undang – undang

Secara umum, pengertian Good Governance dalam Undang-Undang mengacu pada prinsip-prinsip tata kelola yang baik dalam pengelolaan pemerintahan dan kebijakan publik. Ini mencakup aspek-aspek seperti transparansi, akuntabilitas, partisipasi publik, integritas, efektivitas, dan keadilan dalam pelaksanaan tugas-tugas pemerintahan. Good Governance dalam konteks hukum ditekankan sebagai fondasi

²² Sri watjiyati, analisa good governance. 2018

untuk memastikan bahwa keputusan pemerintah dan implementasi kebijakan dilakukan dengan mempertimbangkan kepentingan masyarakat secara menyeluruh dan memenuhi standar moral serta etika yang tinggi. Prinsip-prinsip Good Governance ini sering menjadi dasar bagi pembuatan undang-undang, peraturan pemerintah, dan kebijakan publik untuk memastikan bahwa pemerintahan berjalan secara efisien, adil, dan berorientasi pada pelayanan masyarakat.

2. Penerapan good governance

- a. **Transparansi:** Prinsip transparansi menjadi pilar utama dalam memastikan integritas dan kepercayaan publik terhadap proses kampanye politik. Transparansi mengharuskan para kandidat dan partai politik untuk secara terbuka menyajikan informasi yang relevan tentang visi, misi, serta sumber dana kampanye mereka kepada publik. Dalam konteks hukum Indonesia, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilu mewajibkan publikasi laporan keuangan kampanye oleh calon dan partai politik. Dengan adanya ketentuan ini, diharapkan masyarakat dapat mengakses informasi yang diperlukan untuk menilai integritas dan independensi dari para calon kandidat.
- b. **Akuntabilitas:** Prinsip akuntabilitas menekankan pentingnya para pelaku politik untuk bertanggung jawab atas segala tindakan dan keputusan yang mereka ambil selama kampanye politik. Mereka harus siap untuk mempertanggungjawabkan janji-janji dan komitmen yang diungkapkan kepada publik. Pasal 281 UU Pemilu menjadi landasan

hukum yang mengatur larangan kampanye yang melanggar ketentuan, sehingga para pelanggar dapat diproses secara hukum atas tindakan mereka. Dengan demikian, prinsip akuntabilitas tidak hanya menciptakan dorongan bagi para kandidat dan partai politik untuk bertindak secara etis, tetapi juga memberikan jaminan bahwa pelanggaran akan ditindak dengan tegas sesuai dengan hukum yang berlaku.

- c. Partisipasi Publik: Good Governance mendorong partisipasi aktif dari masyarakat dalam proses politik, termasuk dalam kampanye pemilu. Para pelaku politik diharapkan untuk membuka ruang bagi partisipasi dan aspirasi publik dalam penyusunan agenda kampanye serta pengambilan keputusan politik. Forum-forum debat publik antara calon kandidat di media massa atau platform online adalah salah satu bentuk partisipasi publik yang didorong. Partisipasi publik yang luas memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk menyampaikan pandangan mereka, meningkatkan pemahaman tentang isu-isu politik yang relevan, dan meningkatkan legitimasi proses politik secara keseluruhan.
- d. Keadilan: Prinsip keadilan adalah landasan yang penting dalam memastikan bahwa proses kampanye politik berlangsung secara adil dan setara bagi semua pihak yang terlibat. Ini mencakup perlakuan yang adil dan setara terhadap semua kandidat dalam akses terhadap sumber daya kampanye, ruang publik, dan perlakuan yang adil dari

lembaga pengawas pemilu. Pasal 280 UU Pemilu mengatur tentang kesetaraan akses media massa bagi semua calon kandidat, sehingga tidak ada pihak yang mendapatkan perlakuan yang tidak adil dalam memperoleh eksposur media. Dengan demikian, prinsip keadilan memberikan jaminan bahwa setiap kandidat memiliki kesempatan yang sama untuk memenangkan dukungan publik secara adil dan setara²³.

3. Penerapan Prinsip Good Governance

Contoh Penerapan Prinsip Good Governance dalam Kampanye Politik:

- a. **Transparansi:** Dalam Pemilu 2019 di Indonesia, Komisi Pemilihan Umum (KPU) telah meluncurkan platform daring yang memungkinkan publik untuk melihat dan memonitor dana kampanye yang diterima dan digunakan oleh para calon dan partai politik. Platform ini menyajikan informasi secara terbuka tentang sumbangan dan pengeluaran kampanye dari setiap calon dan partai politik, sehingga memungkinkan publik untuk melakukan pengawasan terhadap aliran dana kampanye dan memastikan adanya akuntabilitas terhadap penggunaan dana tersebut. Dengan demikian, transparansi dalam pengelolaan dana kampanye meningkatkan kepercayaan publik terhadap integritas proses pemilihan umum.
- b. **Akuntabilitas:** Sejumlah negara telah menerapkan aturan yang memaksa para calon kandidat untuk menyampaikan laporan keuangan kampanye

²³ Nur hadiyati, analisis uu ite berdasarkan pembentukan peraturan perundang-undangan Indonesia.2018

mereka secara terbuka kepada publik. Di beberapa negara, pelanggaran terhadap aturan tersebut dapat mengakibatkan sanksi administratif atau pidana bagi para pelanggar. Misalnya, di Amerika Serikat, Federal Election Commission (FEC) mengawasi dan menegakkan aturan terkait pelaporan keuangan kampanye. Para calon kandidat yang gagal menyampaikan laporan keuangan yang akurat dan lengkap dapat dikenai sanksi berupa denda atau hukuman lainnya. Prinsip akuntabilitas ini mendorong para pelaku politik untuk bertindak secara bertanggung jawab dalam pengelolaan dana kampanye mereka dan memberikan jaminan bahwa pelanggaran terhadap aturan akan ditindak secara tegas.

- c. Partisipasi Publik: Beberapa negara telah mengadakan debat publik antara calon kandidat presiden sebagai bentuk partisipasi publik dalam proses politik. Debat publik ini memungkinkan masyarakat untuk mendengarkan pandangan, rencana aksi, serta argumentasi dari para calon secara langsung. Selain itu, masyarakat juga diberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan langsung kepada para calon kandidat, sehingga memperkuat interaksi antara para calon dan pemilih. Debat publik seperti ini menciptakan forum yang transparan dan inklusif, di mana pemilih dapat memperoleh informasi yang lebih baik tentang para calon dan mempertimbangkan pilihan mereka dengan lebih baik.

d. Keadilan: Dalam beberapa pemilihan umum, terdapat upaya untuk memastikan kesetaraan akses media bagi semua kandidat. Hal ini dilakukan dengan memberikan waktu yang sama di televisi dan radio serta ruang yang setara di media cetak bagi setiap kandidat untuk mengkomunikasikan pesan kampanye mereka kepada publik. Dengan memberikan akses yang setara terhadap media massa, prinsip keadilan dalam kampanye politik dapat terwujud, sehingga tidak ada kandidat yang mendapatkan perlakuan yang tidak adil dalam memperoleh eksposur media. Ini meningkatkan persaingan yang sehat dan memberikan kesempatan yang sama bagi semua kandidat untuk berkompetisi secara adil²⁴.

4. Dampak Positif Good Governance

Menerapkan prinsip-prinsip Tata Kelola Pemerintahan yang Baik dalam konteks kampanye politik membawa sejumlah manfaat atau dampak positif yang dirasakan oleh masyarakat serta proses demokrasi secara keseluruhan. Berikut adalah beberapa manfaat atau dampak positifnya:

a. Meningkatkan Kepercayaan Publik: Penggunaan prinsip transparansi, akuntabilitas, dan integritas dalam kampanye politik membantu meningkatkan kepercayaan publik terhadap para pemimpin dan proses politik secara umum. Ketika masyarakat merasa bahwa proses politik dilakukan secara terbuka dan bertanggung jawab, mereka cenderung lebih mendukung dan aktif berpartisipasi dalam pemilihan umum.

²⁴ Ahmad Syaifullah, analisis pengaruh pemasaran kampanye hitam serta dampaknya

- b. Meminimalisir Korupsi dan Penyalahgunaan Kekuasaan: Dengan adanya mekanisme transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana kampanye serta pelaporan keuangan, risiko korupsi dan penyalahgunaan kekuasaan dapat diminimalisir. Pemimpin politik yang bertanggung jawab akan lebih berhati-hati dalam menggunakan dana kampanye dan mematuhi aturan yang berlaku, sehingga mengurangi kemungkinan terjadinya praktik korupsi.
- c. Mendorong Partisipasi Publik yang Lebih Aktif: Partisipasi publik yang didorong dan diakomodasi dalam kampanye politik meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam proses politik. Dengan memberikan ruang bagi masyarakat untuk menyampaikan pandangan dan aspirasi mereka, kampanye politik menjadi lebih inklusif dan responsif terhadap kebutuhan dan kepentingan masyarakat.
- d. Menjamin Keadilan dan Kesetaraan Akses: Penerapan prinsip keadilan dalam kampanye politik memastikan bahwa semua kandidat memiliki kesempatan yang sama untuk memperoleh dukungan dan eksposur media. Ini membantu memastikan bahwa proses politik berlangsung secara adil dan tidak memihak, serta memberikan kesempatan yang setara bagi semua kandidat untuk bersaing dalam pesta demokrasi.
- e. Meningkatkan Legitimitas dan Kepentingan Publik: Ketika para pemimpin politik bertindak secara transparan, akuntabel, dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat, mereka mendapatkan dukungan yang lebih besar dan meningkatkan legitimasi pemerintahan mereka.

Masyarakat yang merasa didengar dan diwakili oleh para pemimpin politik akan lebih termotivasi untuk terlibat dalam proses politik dan memberikan dukungan kepada pemerintahan yang dipilih secara demokratis²⁵

C. Tinjauan Teori Hukum dan Undang-Undang terkait Kampanye dan Ujaran Kebencian

1. Pengertian penyebaran hoaks dan ujaran kebencian

Media sosial adalah yang paling efektif untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat umum. Efektif karena hanya perlu memiliki akses internet untuk didistribusikan ke publik secara fisik. Tidak ada redaksi yang dapat bertanggung jawab atas penyebaran informasi di media online karena setiap orang yang memiliki kemampuan untuk melakukan transaksi data media online dapat menyebarkan informasi. Hoaks tersebar dengan cepat di media online karena banyaknya informasi anonim.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, "Hoaks" berarti berita bohong atau tindakan negatif yang melanggar kebebasan berbicara dan berpendapat di internet, terutama di media sosial. Menurut Wikipedia, Hoaks adalah upaya dalam atau untuk menipu dan mengakali orang yang menerima informasi agar menganggap sesuatu yang tidak benar. Dan pencipta informasi ini jelas tahu bahwa informasi palsu ini bertujuan untuk membuat orang yang menerimanya terhasut atau merubah pemahamannya. Informasi palsu tersebar karena orang mudah mempercayai informasi yang

²⁵ Pasaribu, analisa kampanye di indonesia

mereka terima dan menjadi ketagihan pada sumber yang dianggap selalu menyebarkan informasi yang benar.

Informasi Hoaks bertujuan untuk menguji pemahaman pengguna internet dan media sosial terhadap informasi yang disebar. Orang yang menyebarkan dan membuat informasi sering mengabaikan fakta bahwa informasi yang awalnya bersifat fakta dapat berubah menjadi informasi Hoaks jika opini pribadi ditambahkan²⁶. Hoaks adalah informasi yang tidak benar yang dibuat seolah-olah benar tetapi sebenarnya tidak benar. Media sosial seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, dan Twitter, serta media sosial lainnya, mempercepat penyebaran hoaks untuk menjatuhkan lawan politiknya selama kampanye pemilihan. Hoaks ini mengacu pada kepercayaan bahwa informasi atau berita tersebut benar. Ini menunjukkan bahwa hoaks sebenarnya menimbulkan bahaya bagi partisipasi masyarakat dalam proses demokratisasi²⁷.

Ujaran kebencian, juga dikenal sebagai ujaran kebencian, adalah salah satu jenis agresi yang ditunjukkan oleh seorang individu atau diklasifikasikan sebagai perilaku agresi; lebih tepatnya, itu adalah agresi verbal aktif yang tidak langsung. Di Inggris, survey ini dilakukan dalam kegiatan amal anti pelecehan nasional. Hasilnya menunjukkan bahwa hate speech menyebabkan penurunan harga diri dan optimisme masyarakat

²⁶ Anissa Rahmadhany, Anggi Aldila Safitri, and Irwansyah Irwansyah, 'Fenomena Penyebaran Hoax Dan Hate Speech Pada Media Sosial', *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3.1 (2021), 30–43 <<https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.182>>.

²⁷ Lusya Astrika and Yuwanto Yuwanto, 'Ujaran Kebencian Dan Hoaks: Signifikasinya Terhadap Pemilih Pemula Di Kota Semarang', *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 4.2 (2019), 107 <<https://doi.org/10.14710/jiip.v4i2.5433>>.

yang harus diperhatikan.²⁸

Semua ekspresi kebencian, baik secara lisan maupun tertulis, yang menyebarkan, mendorong, mendorong, atau mendukung kebencian berdasarkan rasa tidak toleran atau juga atas dasar agama disebut ujaran kebencian. Ujaran kebencian ini biasanya menyebar melalui media sosial dan dapat menyebar dengan cepat, menyebabkan informasi yang salah dan prasangka yang salah. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa negara telah terlambat menerapkan undang-undang untuk mengantisipasi kemajuan teknologi informasi, terutama media sosial, yang telah menyebarkan berbagai ujaran kebencian.²⁹

Dalam pemilu, hoaks dan ujaran kebencian dapat memengaruhi pilihan pemilih secara signifikan. Oleh karena itu, munculnya hoaks dan ujaran kebencian dianggap sebagai ancaman terhadap kemampuan pemilih untuk memilih dengan bijak dan rasional. Ini menimbulkan kekhawatiran karena masyarakat dapat mempercayai berita bohong dan ujaran kebencian, sehingga mereka memilih kandidat yang salah atau tidak layak. Mereka mungkin melakukan kesalahan karena tidak memiliki informasi yang memadai, yang memungkinkan mereka untuk berprasangka dan bahkan tidak mempercayai calon yang diberitakan bohong.

Penyubar Hoaks di internet juga dapat dikenakan undang-undang ujaran kebencian yang diatur dalam KUHP dan UU lain di luar KUHP.

Ujaran kebencian ini meliputi penghinaan, pencemaran nama baik,

²⁸ Sellita, 'Media Sosial Dan Pemilu: Studi Kasus Pemilihan Presiden Indonesia', *Jurnal Lemhannas RI*, 10.3 (2022), 1–16 <<https://doi.org/10.55960/jlri.v10i3.293>>.

²⁹ Astrika and Yuwanto.

penistaan, perbuatan tidak menyenangkan, memprovokasi, menghasut, dan penyebaran berita bohong. Istilah "hoaks" tidak digunakan dalam undang-undang Indonesia. Menurut Pasal 27 ayat (1) dan (2) UU ITE, berita bohong yang bermuatan kesusilaan dapat dipidana, perjudian dapat dipidana, penghinaan dan/atau pencemaran nama baik dapat dipidana, pemerasan dan/atau pengancaman dapat dipidana, dan menimbulkan rasa kebencian berdasarkan SARA dapat dipidana, sesuai dengan Pasal 28 ayat (1) dan (2) UU ITE.

Menurut R. Soesilo dalam bukunya Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) serta Komentar-Komentarnya Lengkap Pasal Demi Pasal (hal. 269), terdakwa hanya dapat dihukum dengan Pasal 390 KUHP, apabila ternyata bahwa kabar yang disiarkan itu adalah kabar bohong. Yang dipandang sebagai kabar bohong, tidak saja memberitahukan suatu kabar yang kosong, akan tetapi juga menceritakan secara tidak betul tentang suatu kejadian. Pasal 14 dan Pasal 15 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1946 tentang Peraturan Hukum Pidana ("UU 1/1946") juga mengatur mengenai berita bohong yakni:

Pasal 14

Barangsiapa, dengan menyiarkan berita atau pemberitahuan bohong, dengan sengaja menerbitkan keonaran di kalangan rakyat, dihukum dengan hukuman penjara setinggi-tingginya sepuluh tahun.

Barangsiapa menyiarkan suatu berita atau mengeluarkan pemberitahuan yang dapat menerbitkan keonaran di kalangan rakyat, sedangkan ia patut

dapat menyangka bahwa berita atau pemberitahuan itu adalah bohong, dihukum dengan penjara setinggi-tingginya tiga tahun.

Pasal 15

Barangsiapa menyiarkan kabar yang tidak pasti atau kabar yang berlebihan atau yang tidak lengkap, sedangkan ia mengerti setidaknya tidaknya patut dapat menduga bahwa kabar demikian akan atau sudah dapat menerbitkan keonaran dikalangan rakyat, dihukum dengan hukuman penjara setinggi, tingginya dua tahun.

2. Hukum dan regulasi terkait kampanye politik

- a. Pengaturan mengenai pemilihan umum di Indonesia tercermin dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum (UU Pemilu). UU ini menjadi pijakan utama yang mengatur seluruh rangkaian proses pemilihan umum di negara ini. Dalam konteks kampanye politik, UU Pemilu memberikan ketentuan-ketentuan yang mengatur tata cara pelaksanaan kampanye, termasuk regulasi terkait penyelenggaraan kampanye di media sosial, larangan kampanye yang melanggar ketentuan, serta sanksi yang akan diterapkan bagi pelanggar.
- b. Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) juga menjadi pedoman teknis yang dikeluarkan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) untuk melaksanakan UU Pemilu. PKPU mencakup beragam detail terkait implementasi kampanye politik, termasuk penggunaan media sosial, batas waktu kampanye, larangan kampanye negatif, dan prosedur

penanganan pelanggaran kampanye. PKPU berfungsi sebagai panduan pelaksanaan konsep-konsep yang tercantum dalam UU Pemilu, memberikan petunjuk teknis bagi pelaksanaan kampanye yang berlangsung transparan dan akuntabel.

- c. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) turut memegang peran krusial dalam konteks kampanye politik melalui media sosial. UU ITE mengandung pasal-pasal yang mengatur penyebaran informasi di media elektronik, termasuk media sosial. Keterlibatan UU ITE menjadi signifikan karena regulasi ini memberikan dasar hukum terhadap tindakan pidana terkait penyebaran informasi palsu dan ujaran kebencian dalam kampanye politik di era digital³⁰.

Melalui ketiga peraturan tersebut, regulasi yang komprehensif dan terkoordinasi diharapkan dapat memberikan landasan hukum yang kokoh dan jelas, menjaga integritas pemilihan umum, serta melindungi hak-hak masyarakat dalam mengakses informasi yang benar dan bersumber dari sumber yang terpercaya.

3. Hukum dan UU penyebaran informasi palsu, Fitnah, dan Ujaran Kebencian

- a. Ketentuan dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) memuat pasal-pasal yang secara spesifik mengatur

³⁰ Ley. Hukum yuridis indonesia

penyebaran informasi palsu, fitnah, dan ujaran kebencian. Contohnya, terdapat Pasal 27 yang mengatur tentang Penyebaran Informasi Palsu, Pasal 28 yang menangani Ujaran Kebencian, serta Pasal 45 yang mempertimbangkan Ancaman dan Penghinaan. Pasal-pasal ini menjadi landasan hukum yang penting untuk menindak tegas penyebaran informasi palsu dan ujaran kebencian dalam lingkup kampanye politik di media sosial.

- b. Di samping UU ITE, terdapat pula peraturan-peraturan lain yang mengatur sanksi pidana terhadap penyebaran informasi palsu, fitnah, dan ujaran kebencian. Sebagai contoh, dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP), Pasal 310 membahas tentang tindakan fitnah, sedangkan Pasal 156a membahas tentang penyebaran kebencian. Pasal-pasal ini memberikan dasar hukum tambahan untuk menegakkan hukum terhadap praktik-praktik yang merugikan dalam konteks kampanye politik³¹.

4. Hukum dan UU lain terkait penelitian

- a. Aspek penggunaan media sosial dalam kampanye politik memunculkan relevansi dengan beberapa pasal dalam UU Pemilu dan PKPU yang mengatur tentang hal tersebut. Pasal-pasal ini memberikan pedoman tentang cara penggunaan media sosial sebagai alat kampanye politik, yang menjadi salah satu fokus penting dalam penelitian ini.
- b. Penelitian ini juga akan menyoroti penegakan hukum terhadap

³¹ Viera Valencia, dan garcia giraldo, Politik kampanye di Indonesia

penyebaran informasi palsu dan ujaran kebencian dalam konteks kampanye politik di media sosial. Pasal-pasal yang mengatur tindakan pidana terhadap hal tersebut menjadi pokok pembahasan dalam penelitian ini, dimana peneliti akan mengevaluasi sejauh mana efektivitas penegakan hukum dalam menangani praktik-praktik yang merugikan tersebut.

D. Tinjauan Tentang Perlindungan Korban dan Hukuman bagi pelanggar UU

Indonesia sebagai negara hukum memiliki sistem peraturan yang mengatur berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk perlindungan hukum terhadap pelanggaran yang terjadi. Dalam konteks ini, terdapat sejumlah undang-undang yang memberikan jaminan perlindungan terhadap warga negara yang menjadi korban tindak pidana. Beberapa undang-undang yang relevan dalam memberikan perlindungan hukum terhadap pelanggaran di Indonesia adalah Undang-Undang Dasar 1945 (UUD 1945), Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP), dan Undang-Undang Perlindungan Saksi dan Korban (UU PKS). Selain itu, hukuman yang diberikan kepada pelaku pelanggaran juga merupakan bagian penting dari sistem hukum yang berlaku di Indonesia.

1. Undang-Undang Dasar 1945 (UUD 1945)

UUD 1945 merupakan landasan hukum tertinggi di Indonesia yang menjamin hak-hak dasar setiap warga negara. Sebagai konstitusi negara, UUD 1945 menetapkan prinsip-prinsip dasar negara, termasuk hak atas

keamanan, perlindungan, dan keadilan. Dalam Pasal 28H ayat (1) UUD 1945 disebutkan bahwa setiap orang berhak atas perlindungan diri pribadi, keluarga, kehormatan, martabat, dan harta benda yang diakuai dalam hukum. Dengan demikian, UUD 1945 memberikan dasar bagi pembentukan undang-undang lain yang lebih rinci dalam melindungi hak-hak individu.

2. Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP)

KUHP merupakan kitab undang-undang yang mengatur berbagai tindak pidana dan hukuman yang berlaku di Indonesia. KUHP memberikan dasar hukum bagi penegakan hukum dan penuntutan terhadap pelaku pelanggaran. Bagi korban pelanggaran hukum, KUHP memberikan dasar hukum untuk menuntut keadilan dan memberikan sanksi hukum bagi pelaku kejahatan sesuai dengan jenis pelanggaran yang dilakukan. Misalnya, dalam kasus fitnah atau pencemaran nama baik, KUHP memberikan ketentuan mengenai pidana bagi pelaku sesuai dengan Pasal 310 tentang Fitnah dan Pasal 311 tentang Pencemaran Nama Baik.

3. Undang-Undang Perlindungan Saksi dan Korban (UU PKS)

UU PKS memberikan perlindungan dan jaminan keamanan bagi saksi dan korban tindak pidana. Undang-undang ini memberikan hak kepada saksi dan korban untuk mendapatkan perlindungan fisik, psikologis, dan sosial serta memberikan keringanan atau pengurangan hukuman bagi mereka yang bekerjasama dengan penyidik atau pengadilan. UU PKS juga memberikan ketentuan mengenai penggunaan identitas tersembunyi bagi

saksi dan korban untuk melindungi keselamatan mereka.

Hukuman terhadap Pelanggaran Hukum

Hukuman yang diberikan kepada pelaku pelanggaran hukum beragam tergantung pada jenis pelanggaran dan peraturan yang dilanggar. Hukuman yang mungkin diberikan termasuk denda, pidana penjara, pidana denda, atau sanksi administratif. Misalnya, pelanggaran dalam kampanye politik seperti penyebaran informasi palsu atau ujaran kebencian di media sosial dapat dikenai sanksi pidana sesuai dengan ketentuan yang terdapat dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) atau Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum (UU Pemilu). Sanksi pidana ini dapat berupa pidana penjara dan/atau denda yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Dengan adanya perlindungan hukum dan hukuman yang diberikan kepada pelaku pelanggaran, diharapkan sistem hukum di Indonesia dapat memberikan keadilan bagi korban dan mencegah terjadinya pelanggaran yang merugikan masyarakat secara umum. Selain itu, penegakan hukum yang efektif juga menjadi bagian penting dari upaya memelihara stabilitas dan keamanan di masyarakat³².

³² Gracia, The Effectiveness of Political Campaign on Instagram to Influence Vote Intention

E. Tinjauan Materi Penyebaran Fitnah dan Ujaran kebencian di Medsos dalam Konteks Pemilu Indonesia 2024

1. Regulasi untuk Mencegah dan Menindak Penyebaran Fitnah dan Ujaran Kebencian di Media Sosial

Di Indonesia, regulasi yang mengatur penggunaan media sosial dalam konteks kampanye politik telah diperkuat melalui berbagai undang-undang dan peraturan yang ada. Misalnya, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) memiliki pasal-pasal yang secara khusus mengatur penyebaran informasi palsu, fitnah, dan ujaran kebencian di media sosial. Pasal-pasal ini memberikan dasar hukum bagi pemerintah dan penegak hukum untuk menindak tegas pelaku penyebaran informasi palsu dan ujaran kebencian.

Namun, meskipun regulasi telah ada, implementasi dan penegakan hukum masih menjadi tantangan. Proses penanganan kasus penyebaran fitnah dan ujaran kebencian di media sosial seringkali memerlukan waktu yang lama dan tidak selalu efektif. Dalam konteks Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Indonesia 2024, peran lembaga pengawas pemilu dan penegak hukum menjadi sangat penting dalam memastikan kepatuhan terhadap regulasi yang ada.

2. Dampak Sosial, Politik, dan Ekonomi dari Praktik-Praktik Penyebaran Fitnah dan Ujaran Kebencian

Praktik penyebaran fitnah dan ujaran kebencian di media sosial memiliki dampak yang luas, tidak hanya secara sosial, tetapi juga politik dan ekonomi. Secara sosial, penyebaran fitnah dan ujaran kebencian dapat memicu ketegangan antar kelompok masyarakat, mengancam kerukunan dan stabilitas sosial. Politikanya, penyebaran informasi palsu dan ujaran kebencian dapat mempengaruhi opini publik, memengaruhi hasil pemilihan umum, dan bahkan mengganggu integritas proses demokrasi. Secara ekonomi, dampaknya dapat dirasakan dalam bentuk kerugian finansial bagi individu atau kelompok yang menjadi target fitnah dan ujaran kebencian.

3. Identifikasi Kelemahan dalam Implementasi Aturan Hukum di Lapangan

Meskipun regulasi telah ada, masih terdapat sejumlah kelemahan dalam implementasi aturan hukum di lapangan. Salah satunya adalah kurangnya koordinasi antara lembaga terkait dalam menangani kasus-kasus penyebaran fitnah dan ujaran kebencian di media sosial. Selain itu, terdapat juga kendala dalam hal teknis dan sumber daya manusia, dimana tidak semua penegak hukum memiliki pemahaman dan keterampilan yang cukup dalam menangani kasus-kasus yang melibatkan media sosial.

4. Penerapan Prinsip-Prinsip Tata Kelola Pemerintahan yang Baik dalam Pengaturan Media Sosial dalam Kampanye Politik

Prinsip-prinsip Tata Kelola Pemerintahan yang Baik, seperti transparansi, akuntabilitas, partisipasi publik, dan keadilan, menjadi landasan dalam

pengaturan penggunaan media sosial dalam kampanye politik. Dalam konteks Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Indonesia 2024, pemerintah dan lembaga terkait diharapkan menerapkan prinsip-prinsip tersebut secara konsisten dan efektif. Misalnya, transparansi dalam pendanaan kampanye politik di media sosial dapat menciptakan kepercayaan publik, sedangkan partisipasi publik dalam proses pengawasan dapat memperkuat akuntabilitas para pelaku politik.

5. Akibat Penyebaran Fitnah dan Ujaran Kebencian terhadap Proses Demokrasi dan Stabilitas Sosial

Penyebaran fitnah dan ujaran kebencian melalui media sosial dapat membahayakan keaslian proses demokrasi dan stabilitas sosial. Dalam konteks Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Indonesia 2024, penyebaran informasi palsu dan ujaran kebencian dapat mempengaruhi opini publik dan hasil pemilihan, serta memicu ketegangan sosial yang dapat mengancam stabilitas negara. Oleh karena itu, peran pemerintah dan lembaga terkait sangat penting dalam menangani masalah ini secara proaktif dan efektif³³.

6. Solusi menyelesaikan penyebaran fitnah dan ujaran kebencian menurut ahli

Menurut ahli dan pakar pengamat politik, penyebaran fitnah dan ujaran kebencian di media sosial dalam konteks kampanye politik merupakan masalah yang kompleks yang memerlukan pendekatan yang terintegrasi

³³ Lara, uu penyebar berita hoax

dan holistik. Beberapa solusi yang diusulkan untuk menyelesaikan masalah ini adalah sebagai berikut:

- a. Penguatan Regulasi dan Penegakan Hukum: Menurut para ahli, penguatan regulasi yang mengatur penggunaan media sosial dalam kampanye politik merupakan langkah yang penting. Regulasi harus diperbarui dan disesuaikan dengan perkembangan teknologi dan dinamika politik terkini. Selain itu, penegakan hukum yang tegas terhadap pelanggaran regulasi perlu ditingkatkan untuk memberikan efek jera kepada para pelaku penyebaran fitnah dan ujaran kebencian.
- b. Penyuluhan dan Edukasi Masyarakat: Para pakar menekankan pentingnya penyuluhan dan edukasi masyarakat tentang bahaya penyebaran informasi palsu dan ujaran kebencian di media sosial. Dengan meningkatkan literasi digital dan kesadaran akan risiko yang terkait dengan konten yang tidak valid, diharapkan masyarakat akan lebih berhati-hati dalam menyebarkan dan mengonsumsi informasi di platform media sosial.
- c. Kolaborasi antara Pemerintah dan Platform Media Sosial: Kolaborasi antara pemerintah dan platform media sosial merupakan langkah penting dalam menangani masalah ini. Platform media sosial dapat memperkuat kebijakan dan algoritma mereka untuk mendeteksi dan menghapus konten yang melanggar aturan. Selain itu, kerja sama dengan pemerintah dalam hal pertukaran informasi dan penanganan kasus-kasus yang melanggar hukum dapat meningkatkan efektivitas

penegakan hukum.

- d. Pendidikan Politik yang Memperkuat Kritikalitas dan Etika Digital:
Pendidikan politik yang memperkuat kritikalitas dan etika digital menjadi sangat penting. Hal ini meliputi pembelajaran tentang cara mengidentifikasi informasi palsu, memahami sumber informasi, dan berpartisipasi dalam diskusi politik secara sehat dan beradab di media sosial.
- e. Mendorong Partisipasi Publik dalam Pengawasan Kampanye Politik:
Partisipasi aktif masyarakat dalam pengawasan kampanye politik juga dianggap sebagai salah satu solusi yang efektif. Melalui inisiatif warga, seperti gerakan anti-hoaks dan gerakan sosial untuk pemantauan kampanye, masyarakat dapat membantu mengidentifikasi dan melaporkan konten yang melanggar aturan kepada pihak berwenang.
- f. Pengembangan Teknologi untuk Deteksi dan Pemantauan Konten:
Pengembangan teknologi dan alat-alat kecerdasan buatan untuk mendeteksi dan memantau konten berbahaya di media sosial juga menjadi fokus perhatian. Dengan memanfaatkan teknologi, penegak hukum dapat lebih efisien dalam mengidentifikasi dan menindak konten yang melanggar aturan³⁴.

³⁴ Suadnyana, Hoax di Era Post-Truth dan Pentingnya Literasi Media

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Pendekatan

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan menggunakan metode yuridis normatif untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang masalah penyebaran fitnah dan ujaran kebencian dalam kampanye politik melalui media sosial. Pertama, metode yuridis normatif akan digunakan untuk mengkaji secara mendalam peraturan perundang-undangan yang terkait dengan praktik kampanye politik dan penggunaan media sosial di Indonesia. Melalui analisis perundang-undangan tersebut, akan diidentifikasi kerangka hukum yang ada, termasuk regulasi yang mengatur tentang penyebaran informasi palsu dan ujaran kebencian dalam konteks kampanye politik. Selain itu, metode yuridis normatif juga akan digunakan untuk menganalisis kebijakan dan prosedur yang diterapkan oleh lembaga terkait, seperti KPU dan pihak penegak hukum, dalam menangani pelanggaran yang terjadi.

Selanjutnya, AA terhadap situasi lapangan terkait kampanye politik di media sosial. Data-data yang terkumpul akan dianalisis secara kritis untuk mengidentifikasi pola, tren, dan dampak praktik penyebaran fitnah dan ujaran kebencian dalam kampanye politik. Hasil dari pendekatan ini akan saling melengkapi dan memberikan pemahaman yang mendalam tentang masalah yang sedang diteliti serta memberikan dasar untuk merumuskan rekomendasi kebijakan yang relevan.

B. Spesifikasi Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada tinjauan yuridis terhadap penyebaran fitnah dan ujaran kebencian melalui media sosial dalam konteks kampanye politik pada Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Indonesia tahun 2024. Spesifikasi penelitian mencakup analisis perundang-undangan terkait, dampak sosial-politik-ekonomi, dan identifikasi kelemahan implementasi aturan. Metode yuridis normatif digunakan untuk menelaah kerangka hukum, serta melibatkan analisis data dan studi lapangan untuk pemahaman praktis.

C. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu:

1. Analisis Dokumen Hukum: Metode ini melibatkan pengumpulan dan analisis dokumen-dokumen hukum yang berkaitan dengan regulasi kampanye politik, penggunaan media sosial, dan penyebaran informasi palsu dan ujaran kebencian. Dokumen yang akan dianalisis mencakup Undang-Undang, Peraturan Pemerintah, Peraturan Komisi Pemilihan Umum, dan putusan pengadilan terkait.
2. Studi Literatur: Melalui studi literatur, peneliti akan mengumpulkan informasi dari berbagai sumber seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, dan publikasi terkait topik kampanye politik, media sosial, hukum pidana, dan prinsip Good Governance. Studi literatur ini akan membantu memperdalam pemahaman terhadap kerangka teoritis dan konteks praktis penelitian.
3. Analisis Data Sekunder: Penelitian ini juga dapat mengandalkan analisis

data sekunder yang telah tersedia, seperti data statistik mengenai kasus pelanggaran hukum terkait kampanye politik dan penggunaan media sosial dari lembaga pemerintah, lembaga survei, atau organisasi non-pemerintah.

4. Wawancara dan Fokus Kelompok: Metode pengumpulan data kualitatif seperti wawancara dengan ahli hukum, praktisi politik, aktivis masyarakat sipil, dan perwakilan dari lembaga terkait dapat memberikan wawasan mendalam mengenai implementasi aturan hukum, tantangan yang dihadapi, dan upaya penanganan pelanggaran.

Dengan menggabungkan berbagai metode pengumpulan data ini, penelitian akan memperoleh informasi yang komprehensif dan mendalam untuk mendukung analisis terhadap fenomena penyebaran fitnah dan ujaran kebencian dalam kampanye politik melalui media sosial.

D. Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah sebuah pendekatan yang digunakan untuk mengolah data mentah menjadi informasi yang lebih terstruktur dan dapat dimengerti dengan mudah, sehingga dapat digunakan untuk mengambil kesimpulan dan menemukan solusi terhadap permasalahan yang dikaji dalam penelitian. Dalam konteks penelitian ini, pelaksanaan analisis data mengikuti serangkaian kegiatan yang mirip dengan model Miles dan Huberman, dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data:

Langkah pertama adalah mengumpulkan data yang relevan dan sistematis untuk mendapatkan informasi awal terkait dengan penelitian.

Data yang terkumpul pada tahap ini masih berupa data mentah yang belum diolah.

2. Reduksi Data:

Reduksi data dilakukan dengan memilih, menyederhanakan, mengabstraksi, dan mentransformasi data mentah yang telah terkumpul dari tahap pengumpulan. Proses ini bertujuan untuk menyusun data agar sesuai dengan fokus dan kebutuhan penelitian, serta memisahkan informasi yang penting dan tidak penting

3. Penyajian Data:

Penyajian data dilakukan dengan menyusun data yang telah direduksi secara terstruktur agar memungkinkan untuk mengambil kesimpulan dan tindakan selanjutnya. Tujuan dari tahap ini adalah memahami peristiwa yang terjadi serta merencanakan langkah-langkah berikutnya.

4. Verifikasi dan Kesimpulan:

Asumsi dan kesimpulan awal yang dibuat pada awal penelitian masih bersifat sementara dan dapat berubah seiring dengan berjalannya proses pengumpulan data. Namun, jika kesimpulan tersebut didukung oleh bukti-bukti (data) yang valid dan konsisten yang ditemukan selama penelitian, maka kesimpulan tersebut menjadi lebih kredibel dan dapat diandalkan sebagai dasar untuk mengambil keputusan lebih lanjut.

BAB IV

PEMBAHASAN

1. Prinsip-prinsip Good Governance dalam pengaturan penggunaan media sosial pada kampanye politik pemilu 2024

1.1 Prinsip Good Governance dalam pelaksanaan Pemilihan umum presiden dan wakil presiden

Pemerintahan adalah sebuah seni karena banyak pemimpin pemerintahan yang tidak memiliki pelatihan pemerintahan dapat bertindak dengan bijaksana dan karismatik dalam mengarahkan pemerintahan. Pemerintahan disebut juga ilmu pengetahuan. Karena pemerintah memenuhi syarat ilmu pengetahuan. Artinya bisa dipelajari dan diajarkan. Ia mempunyai objek material dan formal, bersifat universal, sistematis, dan khas (konkret). Dalam arti luas, ini adalah definisi pemerintahan berdasarkan teori klasik dalam buku *L'esprit des Lois* (The Soul of Laws) karya Montesquieu, dan dikembangkan oleh Immanuel Kant dengan menggunakan istilah *trias politica*. Kekuasaan (pembagian fungsi pemerintahan) dibagi menjadi tiga bidang utama yang masing-masing berdiri sendiri dan tidak bergantung satu sama lain. Satu kekuasaan hanya mempunyai 1 (satu) fungsi saja:

- a. Kekuasaan legislatif menjalankan fungsi membentuk undang-undang
- b. Kekuasaan eksekutif menjalankan undang-undang/pemerintahan;

dan

- c. Kekuasaan yudikatif menjalankan fungsi peradilan.³⁵

Pemerintahan yang baik (good governance) sebagai bagian dari agenda reformasi yang bertujuan untuk membangun pemerintahan yang baik dan bersih, termasuk profesionalisme, akuntabilitas, transparansi, keunggulan layanan, demokrasi dan partisipasi, efisiensi dan efektivitas, supremasi hukum dan visi strategis tata kelola pemerintahan yang baik³⁶. Tujuan pokok good governance adalah tercapainya kondisi pemerintahan yang dapat menjamin kepentingan pelayanan publik secara seimbang dengan melibatkan kerjasama antar semua pihak atau stakeholder³⁷

Lahirnya konsep good governance bermula dari ketertarikan lembaga-lembaga bantuan seperti PBB, Bank Dunia, ADB, dan IMF dalam memberikan pembiayaan modal kepada negara-negara berkembang. Perkembangan selanjutnya telah menjadikan tata kelola yang baik sebagai prasyarat bagi negara-negara yang membutuhkan kredit keuangan, dan tata kelola yang baik telah digunakan sebagai tolok ukur penting bagi pembangunan

³⁵ Putra Astomo and others, 'Penerapan Prinsip-Prinsip Pemerintahan Yang Baik Dalam Penyelenggaraan Pemerintahan', *Kanun Jurnal Ilmu Hukum*, 09.1 (2014), 30–38 <<http://www.nber.org/papers/w16019%0Ahttps://journal.uniku.ac.id/index.php/logika/article/download/2198/1604>>.

³⁶ Fitria Yuliyanti, Radjikan Radjikan, and Teguh Santoso, 'Implementasi Prinsip-Prinsip Good Governance Dalam Meningkatkan Pelayanan Publik', *Bureaucracy Journal : Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance*, 2.3 (2022), 1288–93 <<https://doi.org/10.53363/bureau.v2i3.123>>.

³⁷ Citra Rosika and Aldri Frinaldi, 'Penerapan Prinsip-Prinsip Good Governance Dalam Pelayanan BPJS Kesehatan Di Kota Padang', *COMSERVA Indonesian Jurnal of Community Services and Development*, 2.09 (2023), 1902–8 <<https://doi.org/10.59141/comserva.v2i09.587>>.

yang berkelanjutan dan adil.³⁸

Dalam beberapa tahun terakhir, konsep good governance sendiri telah dibahas dalam berbagai konteks dan menjadi masalah utama dalam pengelolaan pemerintahan. Ini terjadi karena bagian dari tradisi lama dalam penyelenggaraan pemerintahan tidak lagi sesuai dengan struktur masyarakat yang berubah. Dengan kata lain, pemerintahan semakin tidak efektif meskipun demokrasi, hak asasi manusia, dan partisipasi publik dalam pengambilan kebijakan meningkat. Menurut beberapa pakar dan teoritis administrasi, selain pemberdayaan dan pembangunan, peran pemerintah harus berkonsentrasi pada meningkatkan pelayanan masyarakat. Pemerintahan dijalankan berdasarkan kesepakatan yang dicapai melalui percakapan publik.

United Nation Development Programme (UNDP) mengemukakan bahwa good governance memiliki sembilan prinsip yang harus dianut dan dikembangkan dalam penyelenggaraan pemerintahan yang baik, diantaranya :

- a. Partisipasi masyarakat untuk memiliki hak suara yang sama.
- b. Aturan hukum yang berkeadilan dan dipatuhi secara utuh.
- c. Transparansi.
- d. Daya tanggap dimana setiap institusi diarahkan pada upaya melayani pihak berkepentingan.

³⁸ Astomo and others.

- e. Berorientasi konsensus yaitu sebagai penengah dalam kepentingan berbeda.
- f. Berkeadilan.
- g. Efektivitas dan efisiensi.
- h. Akuntabilitas, dan
- i. Bervisi Strategis.

1.2 Pelaksanaan Kampanye melalui sosial media dalam Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2024

Demokrasi yang baik juga merupakan tujuan dalam pelaksanaan pemerintahan yang baik. Sistem demokrasi Indonesia didirikan dengan pemilihan presiden dan wakil presiden secara langsung pada bulan februari 2024. Proses pendaftaran, penetapan calon, dan kampanye kemudian berakhir dengan pelaksanaan pemilihan umum secara langsung oleh rakyat. Peraturan Komisi Pemilihan Umum nomor 4 Tahun 2017 pasal 1 ayat 15 menyatakan bahwa kampanye pemilihan, yang selanjutnya disebut sebagai kampanye, adalah kegiatan yang bertujuan untuk mengenalkan atau meyakinkan pemilih dengan menyampaikan visi, misi, program pasangan calon, dan/atau informasi lainnya. Dalam politik kontemporer, kampanye politik yang paling menonjol difokuskan pada pemilihan umum dan kandidat untuk posisi kepala negara atau pemerintahan, dengan masing-masing calon dan pendukung saling mengampanyekan partisan mereka.. Menurut Rice dan Paisley menyebutkan bahwa kampanye adalah keinginan untuk

mempengaruhi kepercayaan dan tingkah laku orang lain dengan daya tarik yang komunikatif. Kampanye politik merupakan bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh sekelompok orang, seseorang atau organisasi politik di waktu tertentu dengan maksud untuk memperoleh dukungan politik dari masyarakat³⁹.

Setiap kandidat selalu berbicara tentang masalah atau topik tertentu. Ini adalah elemen atau ilustrasi dari jenis pesan kampanye yang dapat dipahami. Dalam kebanyakan kasus, pesan atau masalah tersebut berupa topik tertentu atau fenomena yang sedang berlangsung dalam masyarakat. "Kampanye adalah jualan isu" adalah frasa yang mungkin sering kita dengar. Istilah-istilah ini mungkin benar. Isu kemiskinan dan kesejahteraan sosial adalah beberapa contohnya, dan pesan kampanyenya tentang tema tersebut adalah peningkatan kesejahteraan. Baik dalam bentuk rencana untuk program ekonomi atau program lain yang relevan.

Pada dasarnya, kampanye dalam pemilihan umum adalah proses komunikasi politik, termasuk segala bentuk komunikasi yang berkaitan dengan percakapan politik untuk mencapai kemenangan. Para kandidat sangat penting untuk melakukan komunikasi politik. Karena jika kontestan mengabaikan komunikasi politik, peluang mereka untuk menang dalam pemilihan umum akan berkurang. Dengan kata lain, proses komunikasi politik harus dirancang dengan mempertimbangkan

³⁹ Siti Fatimah, 'Kampanye Sebagai Komunikasi Politik: Esensi Dan Strategi Dalam Pemilu', *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 1.1 (2018), 5–16 <<https://doi.org/10.32699/resolusi.v1i1.154>>.

semua pihak yang memiliki kemungkinan untuk menang dalam pemilu. Banyak hal mempengaruhi keberhasilan kampanye pemilihan umum, seperti bagaimana media komunikasi politik digunakan. Saat ini, media sosial adalah alat yang paling sering digunakan oleh kandidat dalam pemilihan umum untuk mensosialisasikan diri dan menyebarkan pesan politiknya⁴⁰.

Kampanye di media sosial untuk pemilihan presiden dan wakil presiden 2024 menarik perhatian. Salah satu langkah penting dalam penyelenggaraan pemilu 2024 adalah Kampanye. Menurut Pasal 1 Ayat 35 dari Undang-Undang Pemilu Nomor 7 Tahun 2017, kampanye adalah kegiatan yang dilakukan oleh Peserta Pemilu atau pihak yang ditunjuk oleh Peserta Pemilu untuk meyakinkan pemilih dengan menyampaikan visi, misi, program, dan/atau citra diri Peserta Pemilu. Fokus utama masyarakat, terutama kampanye presiden, adalah Kampanye Pemilihan Presiden dan Legislatif yang berlangsung dari 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024. Isu-isu ekonomi dan kesejahteraan biasanya menjadi fokus kampanye, baik untuk pemilihan presiden maupun anggota legislatif, meskipun perhatian publik lebih fokus pada pemilihan presiden.

Strategi kampanye untuk mempromosikan diri para calon pejabat dalam Pemilu 2024 memiliki karakteristik baru, terutama dalam penggunaan media sosial sebagai sarana utama. Para calon

⁴⁰ Antar Venus, 'Penggunaan Media Sosial Pada Proses Kampanye Media', 01 (2016), 1–23.

menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan masyarakat dengan tujuan mendapatkan suara dari pemilih yang didominasi oleh generasi milenial. Strategi kampanye di media sosial sering menjadi subjek perdebatan, meskipun keunggulan dalam menarik perhatian. Terdapat tuduhan pelanggaran kampanye, termasuk "*soft selling*" yang dilakukan oleh individu yang berpengaruh atas permintaan tim kampanye untuk mencapai kesuksesan. Selain itu, selama kampanye, penggunaan buzzer dan akun palsu untuk menyebarkan pesan yang diarahkan pada pencalonan tertentu juga menjadi perhatian utama.

Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) nomor 15 tahun 2023 telah mengatur kampanye pemilu di media sosial, namun tetap memunculkan kekhawatiran akan potensi penyalahgunaan dan pelanggaran etika dalam kampanye. Di tengah strategi kampanye yang dihadirkan, masing-masing paslon mencoba menarik perhatian publik dengan cara unik. Mulai dari penguasaan platform media sosial hingga aksi langsung seperti live TikTok, perhatian para calon tertentu berhasil meraih sorotan publik. Namun, terdapat juga kontroversi terkait dengan cara-cara yang dianggap kurang sopan atau tidak mencerminkan keteladanan dari seorang pemimpin.

Media sosial dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap calon presiden dan partai politik, serta menjadi alat penting dalam kampanye politik. Selain itu, media sosial juga dapat menjadi sumber informasi utama bagi masyarakat dalam mencari informasi

terkait pemilu 2024. Kampanye politik di media sosial memperluas jangkauan pesan politik dan meningkatkan interaksi antara kandidat dan pemilih. Namun, kampanye politik di media sosial juga bisa menjadi kontraproduktif, karena pesan politik yang tidak terkendali dan taktik agresif dapat merusak citra kandidat. Keberadaan media sosial telah mengubah cara kampanye politik dijalankan, memengaruhi persepsi publik, dan bahkan dapat memengaruhi hasil pemilihan⁴¹.

Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) nomor 15 tahun 2023 melarang penggunaan media sosial dalam kampanye pemilu, tetapi ada kekhawatiran tentang kemungkinan penyalahgunaan dan pelanggaran etika selama kampanye. Masing-masing paslon berusaha menarik perhatian publik dengan cara yang berbeda dalam kampanye mereka. Perhatian kandidat tertentu berhasil meraih sorotan publik, mulai dari dominasi platform media sosial hingga aksi langsung seperti video live di TikTok. Namun, ada juga perdebatan tentang cara-cara yang dianggap tidak sopan atau tidak seperti seorang pemimpin yang baik.

Ada kekhawatiran tentang kemungkinan penyalahgunaan dan pelanggaran etika selama kampanye pemilu, meskipun Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) nomor 15 tahun 2023 melarang penggunaan media sosial selama kampanye pemilu. Selama kampanye

⁴¹ Sellita.

mereka, setiap paslon berusaha menarik perhatian publik dengan cara yang berbeda. Dengan aksi langsung, seperti video live di TikTok, dan dominasi platform media sosial, perhatian kandidat tertentu berhasil meraih sorotan publik. Meskipun demikian, ada juga diskusi tentang cara-cara yang dianggap tidak sopan atau tidak sesuai dengan seorang pemimpin yang baik.

Sebaliknya, ada juga kekhawatiran bahwa penggunaan media sosial dapat menyebabkan polarisasi dan filter bubble, di mana orang hanya terpapar pada pandangan yang sejalan dengan pendapat atau keyakinan mereka sendiri, sehingga mempersulit untuk mendapatkan sudut pandang yang berbeda. Pengaruh media sosial terhadap persepsi publik tentang kandidat dan masalah politik juga merupakan elemen penting yang harus dipahami. Media sosial dapat mempengaruhi pandangan publik tentang kandidat atau isu politik tertentu karena mereka dapat dengan cepat menyebarkan pesan politik, baik yang sah maupun yang palsu⁴².

Dampak penggunaan media sosial dalam kampanye politik tidak hanya positif, tetapi juga memiliki beberapa tantangan. Penyebaran berita palsu atau disinformasi melalui media sosial dapat mempengaruhi persepsi publik dan memperkeruh iklim politik. Selain itu, adanya filter bubble dan echo chamber di media sosial dapat mempersempit akses masyarakat terhadap sudut pandang yang

⁴² Ahmad Salman Farid, 'Penggunaan Media Sosial Dalam Kampanye Politik Dan Dampaknya Terhadap Partisipasi Politik Dan Persepsi Publik', *QAULAN Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4.1 (2023), 45–50.

berbeda, mempengaruhi keragaman pandangan politik.

Berdasarkan data yang dilansir dari laman <https://databoks.katadata.co.id/> Menurut penelitian yang dilakukan Monash University dan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Indonesia, 182.118 unggahan berisi ujaran kebencian diposting di media sosial dari September 2023 hingga Januari 2024. Jumlah ujaran kebencian tertinggi terjadi dua hari setelah debat calon presiden 7 Januari 2024, yang membahas Pertahanan, Keamanan, Hubungan Internasional, dan Geopolitik. Untuk mengatasi masalah ini, tim patroli pengawasan siber yang dibentuk oleh Bawaslu dan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) menemukan 355 pelanggaran konten internet selama periode kampanye Pemilu 2024, yang berlangsung dari 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024.

Melalui website resmi <https://www.antaraneews.com>, Bawaslu memberikan penjelasan dari 355 pelanggaran konten, terdapat 340 konten ujaran kebencian, politisasi SARA sebanyak 10 konten, dan berita bohong berjumlah 5 konten. Baswaslu juga menjelaskan bahwa rincian dari 355 pelanggaran konten internet selama masa kampanye terdiri 342 konten yang menysasar seluruh pasangan calon presiden dan wakil presiden, serta 13 konten terhadap penyelenggara pemilu, yakni Bawaslu dan Komisi Pemilihan Umum (KPU).

Dikutip dari laman <https://www.kominfo.go.id/> , Kominfo juga merilis rekapitulasi isu hoaks menjelang Pemilu 2024. Dalam periode

19 Januari 2022 – 5 Oktober 2023 ditemukan total 81 hoaks yang beredar di dunia maya. Bulan Agustus 2023 merupakan puncak beredaran hoaks tertinggi (18). Sepanjang tahun 2023, jumlah hoaks per bulan yaitu Januari (1), Februari (1), Maret (8), April (1), Mei (5), Juni (9), Juli (14), Agustus (18), September (13) dan Oktober (1).

Semua bakal calon presiden dan tokoh potensial capres mengalami serangan kampanye hitam berupa informasi bohong atau hoaks. Ini termasuk Ganjar Pranowo, yang berasal dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P), Anies Rasyid Baswedan, yang berasal dari koalisi perubahan untuk persatuan, dan Prabowo Subianto, yang berasal dari Partai Gerindra. Sebaliknya, hoaks dipelihara dan digunakan karena pelakunya kekurangan informasi pembandingan. Jika ini menjadi landasannya, itu menunjukkan bahwa orang yang terlibat tidak selektif dalam memilih dan memilah informasi. Selain itu, dapat dipahami bahwa sebagian besar pendukung kandidat presiden dan cawapres mendapatkan informasi dari individu yang setuju dengannya. Setelah itu, dia menolak setiap argumen dan perspektif yang bertentangan dengan keyakinannya.

1.3 Implementasi prinsip good governance dalam kampanye sosial media

Bagian dari agenda reformasi adalah pemerintahan yang baik, yang bertujuan untuk menciptakan pemerintahan yang baik dan bersih. Ciri-ciri pemerintahan yang baik dan bersih termasuk profesionalitas,

akuntabilitas, transparansi, pelayanan prima, demokrasi, partisipasi, efektivitas, supermasi hukum, dan visi strategis. Demokrasi adalah sistem pemerintahan yang memungkinkan rakyat memilih pemimpin secara langsung yang mereka inginkan dalam tata kelola pemerintahan yang baik. Dalam proses pemilu, calon pemimpin nasional memiliki kesempatan untuk memperkenalkan diri dan menjelaskan rencana mereka untuk mendapatkan suara rakyat. Di era digital seperti saat ini, kampanye media sosial sudah menjadi keharusan untuk menarik generasi milenial yang sudah terbiasa menggunakannya.

Isi dan penyajian pesan pada media sosial dirancang agar mampu mengakomodir peran dan kepentingan ketiga pilar good governance, yaitu pemerintah, pelaku bisnis/swasta, dan masyarakat. Penjabaran peran-peran setiap pilar sebagai berikut:

- a. Pemerintah berkewajiban menyediakan fasilitas kampanye serta menjamin kejujuran dan keterbukaan pelaksanaan pemilu. menanggulangi dan memberantas pelanggaran tindak pidana informasi dan transaksi elektronik, serta memberikan suatu jaminan kepastian hukum kepada masyarakat melalui pembentukan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) yang kemudian diperbarui dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi

Elektronik (ITE).⁴³

- b. Pelaku bisnis/sector swasta turut berperan penting dalam pelaksanaan kampanye pilpres dalam hal memastikan kegiatan tersebut berjalan sukses dan demokratis. Contohnya perusahaan swasta seperti google, facebook, dan x bekerjasama dengan KPU untuk menyebarkan informasi tentang pilpres dan melawan hoaks, media massa yang secara rutin turut menyiarkan debat pasangan calon presiden dan calon wakil presiden.
- c. Masyarakat sipil mempunyai peran membantu menjaga transparansi proses-proses pemilu dari proses pemungutan dan penghitungan suara sampai dengan rekapitulasi dan penetapan pemilu secara nasional

Hal ini untuk memenuhi prinsip transparansi dan akuntabilitas.

Dalam prinsip profesionalitas, supremasi hukum, dan visi strategis, Good Governance dalam pelaksanaan kampanye pemilu di media sosial diwujudkan dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) nomor 15 tahun 2023 tentang kampanye pemilu sebagaimana tertuang pada pasal 37 dan 38, yaitu :

1. Jumlah Akun - Akun Media Sosial dapat dibuat paling banyak 20 (dua puluh) akun untuk setiap jenis aplikasi.

⁴³ Sapto Budoyo, Nadea Lathifah Nugraheni, and Martomo Martomo, 'Analisis Sanksi Pidana Dan Pelanggaran Terhadap Undang-Undang Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik', *Jurnal Meta-Yuridis*, 4.2 (2021), 137-53 <<https://doi.org/10.26877/m-y.v4i2.9411>>.

2. Desain dan materi Desain dan materi pada Media Sosial paling sedikit memuat visi, misi, program, dan/atau citra diri Peserta Pemilu.
3. Desain dan materi pada Media Sosial dapat berupa tulisan, suara, gambar, dan/atau gabungan antara tulisan, suara, dan/atau gambar. Gabungan antara tulisan, suara, dan/atau gambar bersifat naratif, grafis, karakter, interaktif atau tidak interaktif, serta yang dapat diterima melalui perangkat penerima pesan.
4. Pendaftaran akun Pelaksana Kampanye Pemilu harus mendaftarkan akun resmi Media Sosial kepada KPU, untuk Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden.
5. Pendaftaran akun Media Sosial dilakukan paling lambat 3 (tiga) Hari sebelum masa Kampanye Pemilu. Pendaftaran akun Media Sosial menggunakan formulir yang sesuai peruntukannya.
6. Formulir Pendaftaran akun Media Sosial disampaikan kepada KPU, KPU Provinsi, dan KPU Kabupaten/Kota, sesuai dengan tingkatannya.
7. Formulir Pendaftaran akun Media Sosial disampaikan juga salinannya kepada Bawaslu, Bawaslu Provinsi, dan Bawaslu Kabupaten/Kota, sesuai dengan tingkatannya, Kepolisian Negara Republik Indonesia sesuai dengan tingkatannya; Kementerian yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang komunikasi dan informatika.

8. Harus melakukan penutupan akun resmi Media Sosial pada Hari terakhir masa Kampanye Pemilu.

Pelaksana Kampanye Pemilu yang melanggar ketentuan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Jika telah dijatuhkan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan namun akun Media Sosial masih belum ditutup oleh Pelaksana Kampanye Pemilu, akun Media Sosial dimaksud tidak dapat dituntut untuk dikembalikan kepada Peserta Pemilu yang bersangkutan.

Tujuan dari peraturan KPU tersebut tentu saja sebagai salah satu komponen pencapaian Good Governance dalam pelaksanaan kampanye di media sosial pada pemilihan presiden dan wakil presiden.

Meskipun sudah gamplang disampaikan oleh KPU mengenai peraturan kampanye di sosial media, mulai dari jumlah maksimal akun resmi kampanye termasuk desain isi konten kampanye dari masing-masing paslon tapi kita masih kecolongan akun-akun tidak bertanggungjawab. Tidak hanya menyebarkan berita bohong yang merugikan dan/atau menguntungkan salah satu paslon, banyak juga kasus ujaran kebencian diantaranya :

- a) Akun TikTok prabowo22424 membuat konten Prabowo akan berikan Rp20 juta bagi pemilihnya di Pilpres 2024

dengan narasi *'Yang dukung Bapa jadi presiden RI 2024 Bapa kirim hadiah uang tunai langsung Rp 20 jt'*. Adanya narasi-narasi seperti itu perlu dicurigai karena hanya fokus membahas pembagian dana oleh Prabowo.

- b) Beredar sebuah unggahan video TikTok yang menampilkan hasil perolehan sementara pemungutan suara Pemilihan Presiden 2024 di negara Malaysia, Korea Selatan, Jepang, Arab Saudi dan Taiwan yang memperlihatkan pasangan capres – cawapres Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka yang perolehan suaranya lebih unggul dibandingkan dengan dua pasangan calon (paslon) lainnya. Dilansir dari antaranews.com, Ketua Komisi Pemilihan Umum (KPU) Hasyim Asyari dalam keterangan resminya membantah sudah ada publikasi hasil perolehan suara Pemilu 2024 di luar negeri. Ia menegaskan bahwa pemungutan suara di luar negeri memang dilakukan lebih awal, namun penghitungan suara di luar negeri dilakukan bersamaan dengan dalam negeri, yakni pada 14 Februari 2024, setelah waktu pencoblosan ditutup pada pukul 13.00 WIB
- c) Budayawan dari Bantul yang dilaporkan ke Polda DIY oleh relawan Jokowi pada Selasa (30/1/2024) karena dinilai melontarkan ujaran kebencian terhadap Presiden Joko Widodo saat melakukan orasi di kampanye Ganjar-Mahfud

di Kulonprogo pada Minggu (28/1). Ketua Pro Jokowi (Projo) DIY Aris Widiyantanto, menjelaskan pelaporan ini dilakukan oleh beberapa unsur relawan Jokowi di DIY, di antaranya Projo DIY, Sedulur Jokowi dan Jokowi Arus Bawah. Pelaporan juga dikawal langsung oleh Tim Kampanye Daerah (TKD) Prabowo-Gibran DIY. (sumber berita : <https://kabar24.bisnis>)

- d) Dikutip dari laman <https://nasional.kompas.com> Roy Suryo, Mantan Menteri Pemuda dan Olahraga dilaporkan ke Bareskrim Polri oleh Relawan Pilar 08, atas dugaan penyebaran ujaran kebencian dan informasi bohong atau hoaks ke publik terkait pernyataannya tentang tiga jenis mic yang digunakan calon wakil presiden nomor urut 02 Gibran Rakabuming Raka saat debat kedua Pemilu Presiden (Pilpres) 2024 pada Jumat (22/12/2023). Laporan itu telah teregistrasi dengan nomor LP/B/3/I/2023/SPKT/BARESKRIM POLRI. Pilar 08 menyertakan sejumlah barang bukti, di antaranya tangkapan layar akun X Roy Suryo dengan nama @KRMTRoySuryo1.

Kasus-kasus diatas menunjukkan ketidaksesuaian pelaksanaan kampanye pilpres dengan peraturan KPU mengenai desain konten kampanye. Sehingga hal tersebut berimbas pada tidak

sesuainya kampanye pilpres dengan konsep Good Governance yang dicerminkan dengan tidak proporsionalnya peran elemen pemerintah, pihak swasta, dan masyarakat.

Pemerintah telah dengan maksimal memberikan fasilitas kampanye berupa pendanaan dan regulasi yang jelas, begitupun pihak swasta yang sudah semaksimal mungkin ikut memberikan wawasan politik dengan menayangkan konten ajakan menggunakan hak suara serta secara langsung meyiarkan debat capres-cawapres agar masyarakat dapat mengakses informasi politik dengan mudah, namun di sisi lain, masyarakat khususnya pemilih justru dirugikan dengan adanya hoaks dan ujaran kebencian yang disebarluaskan oleh oknum tidak bertanggungjawab.

2. Upaya Penanganan Ujaran Kebencian Didasarkan Pada Prinsip Good Governance.

2.1 KPU dalam Penanganan Ujaran Kebencian Didasarkan pada Prinsip Good Governance

Kementerian Dalam Negeri melalui website resminya <https://polpum.kemendagri.go.id/> menyampaikan bahwa Bawaslu meminta Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) untuk menghentikan berita palsu di Pemilu 2024. Selain itu, KPI, KPU, dan Dewan Pers terlibat dalam kolaborasi ini karena banyaknya berita hoaks pada Pemilu 2019 lalu yang mengurangi kepercayaan publik

pada KPU dan Bawaslu. Bawaslu mengimbau agar semua bagian masyarakat dan organisasi yang terkait bekerja sama untuk mengawasi setiap tahapan pemilihan 2024. Pihaknya memperkirakan bahwa, dua bulan sebelum hari pemungutan suara dan penghitungan suara, berita hoaks akan didistribusikan.

Merespon hal tersebut, Bawaslu telah melakukan media monitoring dan mempublikasi informasi edukasi kepemiluan secara masif. Langkah itu sengaja dilakukan untuk meredam peredaran hoaks yang diprediksi bakal semakin meningkat jelang hari pemilihan pada 14 Februari 2024. Sementara itu, Ketua Bawaslu RI Rahmat Bagja mengatakan KPU, Bawaslu, KPI dan Dewan Pers diketahui telah membentuk gugus tugas pengawasan konten media sosial untuk meminimalisir sumber berita bohong atau hoaks, ujaran kebencian, dan isu suku ras, agama, antar golongan (SARA) yang kerap muncul di media sosial selama selama tahapan pemilu. Terbentuknya gugus tugas tersebut diharapkan mempermudah dalam menyaring berita bohong di berbagai platform media sosial. Sementara itu, Menteri Komunikasi dan Informatika Budi Arie Setiadi turut menyambut baik upaya Bawaslu untuk melakukan pencegahan hoaks dan disinformasi. Menurutnya, untuk mencegah hoaks butuh gerak cepat agar tidak cepat menyebar.

Dalam sudut pandang *Good Governance*, Negara telah berperan baik dalam memberikan kepastian hukum untuk melindungi

masyarakat dari kejahatan berbasis teknologi informasi. Peraturan yang telah disusun oleh pemerintah yaitu Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Pihak-pihak yang terlibat dalam penyusunan peraturan ini yaitu pemerintah, swasta, masyarakat dan akademisi. Pemerintah dalam hal ini yang menjadi stakeholders kunci, melalui Kemenkominfo Dan kemenkumham bersama-sama membahas cikal bakal tersusunnya Rancangan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE).

2.2 Analisis Penulis

Media sosial sudah menjadi sarana yang dipandang efektif untuk melakukan kampanye, berdebat gagasan, termasuk juga menjatuhkan lawan yang berseberangan. Intensitas penggunaan media sosial untuk tujuan tersebut terus meningkat. Orang-orang dapat dengan cepat melakukan akses media sosial sehingga mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi. Kasus penyebaran hoaks dan ujaran kebencian seolah menjadi tren menjelang pemilu khususnya pemilihan presiden.

Dengan adanya kasus-kasus pelanggaran isi konten pada kampanye pemilu yang berisi hoaks dan ujaran kebencian yang ditujukan kepada salah satu Paslon dan/atau keluarga/kerabat Paslon, serta data jumlah berita bohong dan ujaran kebencian yang mencapai angka 355 kasus menjelang pelaksanaan pemilu menunjukkan kurang efektifnya pelaksanaan peraturan kampanye yang dibuat oleh KPU. Yang mana

dalam peraturan KPU tersebut memuat point mengenai desain konten kampanye yang seharusnya berisikan visi, misi, program, dan/atau citra diri Peserta Pemilu justru digunakan untuk menyebarkan informasi palsu.

Selain melanggar ketentuan KPU, penyebaran hoaks dan ujaran kebencian juga UU Nomor 19 tahun 2016 tentang perubahan atas undang- Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Pasal 27 tentang Penyebaran Informasi Palsu, Pasal 28 tentang Ujaran Kebencian, dan Pasal 45 tentang Ancaman dan Penghinaan serta Pasal 310 KUHP tentang Fitnah dan Pasal 156a KUHP tentang Penyebaran Kebencian.

Komisi Pemilihan Umum, dalam hal ini sebagai penyelenggara Pemilu telah berupaya beragam cara mengatasi hal ini baik melalui pemanfaatan teknologi informasi maupun sinergi dengan berbagai macam pemangku kepentingan (stakeholder). Penerapan prinsip Good Governance dalam upaya penanganan berita hoaks dan penyebaran ujaran kebencian yang sejauh ini sudah dilakukan oleh KPU adalah menerapkan prinsip ;

- a. Transparansi : Transparansi (transparency), yaitu adanya keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan mengemukakan informasi yang relevan dalam pengambilan kebijakan.
- b. Akuntabilitas : yaitu kejelasan mengenai fungsi, struktur,

sistem, dan pertanggungjawaban perangkat lembaga kepada stakeholder secara efektif.

- c. Partisipasi publik : Setiap warga negara memiliki kesetaraan suara dalam pembuatan kebijakan.
- d. Keadilan : perlakuan yang adil atas seluruh masyarakat dalam memenuhi hak-hak untuk meningkatkan taraf hidupnya, berdasarkan peraturan perundangan yang berlaku

Terwujudnya transparansi dan akuntabilitas mengenai pengelolaan dana kampanye pemilu merupakan bagian yang strategis untuk menekan praktik-praktik politik uang (money politics). Suatu praktik yang sehat jika seluruh peserta kampanye pemilu dapat memenuhi penyelenggaraan pengelolaan keuangan yang transparan dan akuntabel. Hal ini merupakan bagian dari upaya-upaya untuk mewujudkan good governance. Dalam pelaksanaannya, masih banyak alokasi dana kampanye kearah money politik khususnya di daerah pedesaan. Timses atau relawan dari masing-masing calon memeberikan uang pesangon dan memberikan pesan untuk memilih Paslon yang mereka usung. Meski tidak secara gamblang menyebutkan nama presidennya, namun pada pemberi uang sogokan tersebut memberitahu partai mana yang harus di coblos oleh penerima uang. Hal itu tentu akan berimbas pada paslon capres-cawapres yang diusung partai tersebut. Indonesia tidak mempunyai institusi dan aktor yang saling terhubung untuk

mengawasi dana kampanye. Bahkan, Badan Pengawasan Pemilihan Umum (Bawaslu) tidak dirancang untuk mampu mengawasi dana kampanye. Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan (PPATK) pun dibuat tidak terhubung dengan pengawasan dan kampanye.

Dalam penerapan prinsip keadilan, meskipun masyarakat sudah mendapatkan haknya untuk memilih calon presiden namun terdapat pelanggaran pada prinsip tersebut yakni keterlibatan presiden dalam proses kampanye salah satu pasangan calon. Constitutional and Administrative Law Society (CALS) mengungkapkan bila pejabat negara aktif berkampanye itu berarti melanggar prinsip keadilan dalam pemilu sebagaimana Pasal 22E UUD 1945. Hal tersebut dapat mempengaruhi keadilan Pemilu melalui dua hal. Pertama, fasilitas, seperti kebijakan, anggaran, dan dukungan administrasi serta protokoler pejabat. Kedua, pengaruh sebagai pemegang kekuasaan akan memengaruhi netralitas birokrasi dan mengarahkan pemilih.

Meskipun dalam penerapan konsep transparansi dan keadilan masih ada pelanggaran yang terjadi di masyarakat, namun dalam prinsip partisipasi publik, kampanye pilpres berhasil meningkatkan antusias masyarakat melalui strategi masing-masing pasangan calon presiden dan wakil presiden yang menggandeng influencer sehingga mampu mempengaruhi pemilih untuk turut berpartisipasi

dalam pemilu 2024. Selain itu, pada akhir masa kampanye masing-masing paslon menggelar kampanye akbar yang berhasil mendatangkan ribuan masyarakat untuk berpartisipasi dalam pemilihan umum presiden dan wakil presiden 2024.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

1. Perwujudan prinsip good governance dalam pengaturan penggunaan media sosial pada kampanye politik ditunjukkan dengan adanya koordinasi peran dan kepentingan ketiga pilar, yaitu pemerintah, pelaku bisnis/swasta, dan masyarakat untuk memenuhi prinsip transparansi dan akuntabilitas. Dalam prinsip profesionalitas, supremasi hukum, dan visi strategis, Good Governance dalam pelaksanaan kampanye pemilu di media sosial diwujudkan dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) nomor 15 tahun 2023 tentang kampanye pemilu sebagaimana tertuang pada pasal 37 dan 38
2. Dalam mengupayakan penanganan penyebaran berita hoaks dan ujaran dan kebencian, Negara telah berperan baik dalam memberikan kepastian hukum untuk melindungi masyarakat dari kejahatan berbasis teknologi informasi. Peraturan yang telah disusun oleh pemerintah yaitu Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. KPU selaku penyelenggara pemilu juga sudah mengeluarkan kebijakan terkait hal tersebut dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) nomor 15 tahun 2023 tentang kampanye pemilu di media sosial.

B. Saran

Pemerintah, pihak swasta, dan masyarakat telah dipetakan peranannya

masing-masing dalam hal penanganan penyebaran hoaks dan ujaran kebencian, regulasi hukum juga sudah dibentuk sedemikian detil melalui peraturan Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik secara umum, serta Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) nomor 15 tahun 2023 tentang kampanye pemilu pasal 37 dan 38 secara khusus dalam konteks pilpres 2024.

Kedepannya kita harus memaksimalkan peran serta regulasi yang ada agar dapat berjalan sesuai dengan yang diimpikan untuk mewujudkan kampanye pemilu yang bebas hoaks dan bebas ujaran kebencian.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Island, Fukue-jima, Goto Islands, Yusuke Fuke, Tomoki Iwasaki, Makoto Sasazuka, and Yuji Yamamoto. 2021. "Hukum Yuridis." 71(1):63–71.

Lara. 2022. "UU Pidana Penyebar Berita Hoaks." *γ7877* 2(8.5.2017):2003–5.

Ley 25.632. 2002. "Hukum Yuridis Indonesia." 21–63.

govi. 2019. "Pengaruh Good Governance" 1–128.

Guarango, Piedad Magali. 2022b. "Undang Undang ITE." *787hal. 1-125*.

Perundang-Undangan

Undang – Undang No.7 tahun 2017 tentang pemilihan umum (UU Pemilu)

Peraturan komisi pemilihan umum (PKUP)

UU Nomor 19 tahun 2016 tentang perubahan atas undang- Undang Nomor 11

Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)

Pasal-Pasal UU ITE : Pasal 27 tentang Penyebaran Informasi Palsu, Pasal 28

tentang Ujaran Kebencian, dan Pasal 45 tentang Ancaman dan

Penghinaan.

Undang-Undang tentang Pidana: Pasal 310 KUHP tentang Fitnah dan Pasal 156a

KUHP tentang Penyebaran Kebencian.

Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) nomor 15 tahun 2023 tentang

kampanye pemilu.

Jurnal

Astomo, Putra, Suwari Akhmaddhian, Nicholas Bloom, and John Van Reenen, 'Penerapan Prinsip-Prinsip Pemerintahan Yang Baik Dalam Penyelenggaraan Pemerintahan', *Kanun Jurnal Ilmu Hukum*, 09.1 (2014), 30–38

<<http://www.nber.org/papers/w16019%0Ahttps://journal.uniku.ac.id/index.php/logika/article/download/2198/1604>>

Astrika, Lusia, and Yuwanto Yuwanto, 'Ujaran Kebencian Dan Hoaks:

- Signifikasinya Terhadap Pemilih Pemula Di Kota Semarang’, *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 4.2 (2019), 107
<<https://doi.org/10.14710/jiip.v4i2.5433>>
- Budoyo, Sapto, Nadea Lathifah Nugraheni, and Martomo Martomo, ‘Analisis Sanksi Pidana Dan Pelanggaran Terhadap Undang-Undang Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik’, *Jurnal Meta-Yuridis*, 4.2 (2021), 137–53 <<https://doi.org/10.26877/m-y.v4i2.9411>>
- Siti Fatimah, ‘Kampanye Sebagai Komunikasi Politik: Esensi Dan Strategi Dalam Pemilu’, *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 1.1 (2018), 5–16
<<https://doi.org/10.32699/resolusi.v1i1.154>>
- Rahmadhany, Anissa, Anggi Aldila Safitri, and Irwansyah Irwansyah, ‘Fenomena Penyebaran Hoax Dan Hate Speech Pada Media Sosial’, *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3.1 (2021), 30–43
<<https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.182>>
- Rosika, Citra, and Aldri Frinaldi, ‘Penerapan Prinsip-Prinsip Good Governance Dalam Pelayanan BPJS Kesehatan Di Kota Padang’, *COMSERVA Indonesian Journal of Community Services and Development*, 2.09 (2023), 1902–8 <<https://doi.org/10.59141/comserva.v2i09.587>>
- Salman Farid, Ahmad, ‘Penggunaan Media Sosial Dalam Kampanye Politik Dan Dampaknya Terhadap Partisipasi Politik Dan Persepsi Publik’, *QAULAN Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4.1 (2023), 45–50
- Sellita, ‘Media Sosial Dan Pemilu: Studi Kasus Pemilihan Presiden Indonesia’, *Jurnal Lemhannas RI*, 10.3 (2022), 1–16
<<https://doi.org/10.55960/jlri.v10i3.293>>
- Venus, Antar, ‘Penggunaan Media Sosial Pada Proses Kampanye Media’, 01 (2016), 1–23
- Yuliyanti, Fitria, Radjikan Radjikan, and Teguh Santoso, ‘Implementasi Prinsip-Prinsip Good Governance Dalam Meningkatkan Pelayanan Publik’, *Bureaucracy Journal : Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance*, 2.3 (2022), 1288–93
<<https://doi.org/10.53363/bureau.v2i3.123>>
- Astomo, Putra, Suwari Akhmaddhian, Nicholas Bloom, and John Van Reenen, ‘Penerapan Prinsip-Prinsip Pemerintahan Yang Baik Dalam Penyelenggaraan Pemerintahan’, *Kanun Jurnal Ilmu Hukum*, 09.1 (2014), 30–38
<<http://www.nber.org/papers/w16019%0Ahttps://journal.uniku.ac.id/index.php/logika/article/download/2198/1604>>
- Astrika, Lusiana, and Yuwanto Yuwanto, ‘Ujaran Kebencian Dan Hoaks:

- Signifikasinya Terhadap Pemilih Pemula Di Kota Semarang’, *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 4.2 (2019), 107
<<https://doi.org/10.14710/jiip.v4i2.5433>>
- Budoyo, Sapto, Nadea Lathifah Nugraheni, and Martomo Martomo, ‘Analisis Sanksi Pidana Dan Pelanggaran Terhadap Undang-Undang Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik’, *Jurnal Meta-Yuridis*, 4.2 (2021), 137–53 <<https://doi.org/10.26877/m-y.v4i2.9411>>
- Siti Fatimah, ‘Kampanye Sebagai Komunikasi Politik: Esensi Dan Strategi Dalam Pemilu’, *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 1.1 (2018), 5–16
<<https://doi.org/10.32699/resolusi.v1i1.154>>
- Rahmadhany, Anissa, Anggi Aldila Safitri, and Irwansyah Irwansyah, ‘Fenomena Penyebaran Hoax Dan Hate Speech Pada Media Sosial’, *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3.1 (2021), 30–43
<<https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.182>>
- Rosika, Citra, and Aldri Frinaldi, ‘Penerapan Prinsip-Prinsip Good Governance Dalam Pelayanan BPJS Kesehatan Di Kota Padang’, *COMSERVA Indonesian Journal of Community Services and Development*, 2.09 (2023), 1902–8 <<https://doi.org/10.59141/comserva.v2i09.587>>
- Salman Farid, Ahmad, ‘Penggunaan Media Sosial Dalam Kampanye Politik Dan Dampaknya Terhadap Partisipasi Politik Dan Persepsi Publik’, *QAULAN Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4.1 (2023), 45–50
- Sellita, ‘Media Sosial Dan Pemilu: Studi Kasus Pemilihan Presiden Indonesia’, *Jurnal Lemhannas RI*, 10.3 (2022), 1–16
<<https://doi.org/10.55960/jlri.v10i3.293>>
- Venus, Antar, ‘Penggunaan Media Sosial Pada Proses Kampanye Media’, 01 (2016), 1–23
- Yuliyanti, Fitria, Radjikan Radjikan, and Teguh Santoso, ‘Implementasi Prinsip-Prinsip Good Governance Dalam Meningkatkan Pelayanan Publik’, *Bureaucracy Journal : Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance*, 2.3 (2022), 1288–93
<<https://doi.org/10.53363/bureau.v2i3.123>>

LAMPIRAN

HALAMAN PERSETUJUAN

**TINJUAN YURIDIS TERHADAP FITNAH DAN UJARAN KEBENCIAN
DALAM KAMPANYE POLITIK MELALUI MEDSOS DI PEMILU TAHUN
2024 BERDASARKAN PRINSIP GOOD GOVERNANCE**

Disusun dan diajukan oleh
FARRA AULIA ROUDLOH
20710062

Telah disetujui oleh Pembimbing untuk dilanjutkan
Dihadapan Dewan Penguji

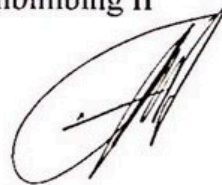
Semarang, 16 April 2024

Pembimbing I



Toebagus Galang Windi P. S.H. M.H
NPP. 169001506

Pembimbing II



Nadea Lathifah Nugraheni S.H. LL.M
NPP. 219601565

Mengetahui
Dekan Fakultas Hukum
Universitas PGRI Semarang








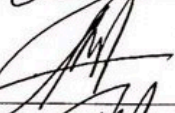

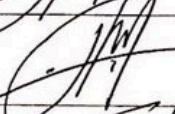

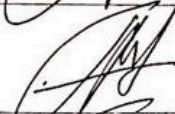

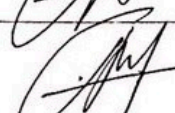



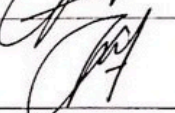
Dr. Wahyu Widodo, S.H., M.Hum.
NPP. 846101007

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Farra Aulia Roudloh
 Tempat & Tanggal Lahir : Jepara, 28 April 2001
 NPM : 20710062
 Judul Skripsi : Tinjauan Yuridis Terhadap Fitnah Dan Ujaran Kebencian Dalam Kampanye Politik Melalui Medsos Di Pemilu Tahun 2024 Berdasarkan Prinsip Good Governance

Desen Pembimbing I : Toebagus Galang Windi P. S.H. M.H

Dosen Pembimbing II : Nadea Lathifah Nugraheni S,H. LL.M

No	Tanggal	Uraian Kegiatan	Paraf Pembimbing I	Paraf Pembimbing II
1.	17 Januari 2024	Pengajuan Judul Skripsi		
2.	12 Februari 2024	Bimbingan Proposal Skripsi BAB I - III		
3.	2 April 2024	Bimbingan Dan Revisi Proposal Skripsi BAB I - III		
4.	2 April 2024	ACC Proposal Skripsi		
5.	4 April 2024	Bimbingan Skripsi BAB IV - V		
6.	8 April 2024	Bimbingan Dan Revisi Skripsi BAB IV - V		
7.	16 April 2024	ACC Skripsi		
8.		ACC Ujian Skripsi		

Dosen Pembimbing I



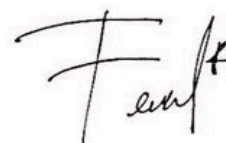
Toebagus Galang Windi P. S,H. M.H

Dosen Pembimbing II



Nadea Lathifah Nugraheni S,H. LL.M

Mahasiswa



Farra Aulia Roudloh

LEMBAR PENYELESAIAN SKRIPSI

Kami Selaku Pembimbing Skripsi I dan II dari mahasiswa Universitas PGRI Semarang :

Nama : Farra Aulia Roudloh

NPM : 20710062

Fakultas/Prodi : Hukum

Judul Skripsi : Tinjauan Yuridis Terhadap Fitnah Dan Ujaran Kebencian Dalam Kampanye Politik Melalui Medsos Di Pemilu Tahun 2024 Berdasarkan Prinsip Good Governance

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah selesai dan siap untuk diujikan

Semarang, 17 April 2024

Pembimbing I

Pembimbing II



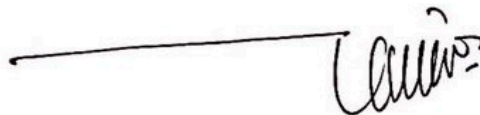
Toebagus Galang Windi P, S.H., M.H
NPP. 169001506



Nadea Lathifah Nugraheni, S.H., LL.M.
NPP. 219601565

Mengetahui

Dekan Fakultas Hukum Universitas PGRI Semarang



Dr. Wahyu Widodo, S.H., M.Hum.

NPP. 846101007



BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Jumat 19 April 2024, berdasarkan susunan tim penguji skripsi :

1. Nama : Dr. Wahyu Widodo, S.H., M.Hum
Jabatan : Ketua
2. Nama : Toebagus Galang WP, S.H., M.H.
Jabatan : Sekretaris
3. Nama : Toebagus Galang W.P., S.H., M.H.
Jabatan : Anggota (Penguji I)
4. Nama : Nadea Lathifah Nugraheni, S.H LL.M
Jabatan : Anggota (Penguji II)
5. Nama : Dr. Sugiyanto, S.H.,M.Si.
Jabatan : Anggota (Penguji III)

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa yang tersebut di bawah telah diuji skripsinya.

Nama : Farra Aulia Roudloh Fakultas : hukum
N.P.M : 20710062 Program Studi : Hukum
Program Pendidikan : Strata 1

Judul skripsi :

TINJUAN YURIDIS TERHADAP FITNAH DAN UJARAN KEBENCIAN DALAM KAMPANYE POLITIK MELALUI MEDSOS DI PEMILU TAHUN 2024 BERDASARKAN PRINSIP GOOD GOVERNANCE

Nilai :

Demikian berita Acara Ujian skripsi dibuat untuk diketahui dan dipergunakan seperlunya oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Ketua,

Dr. Wahyu Widodo, S.H., M.Hum

Sekretaris,

Toebagus Galang WP, S.H., M.H.

Penguji I,

Toebagus Galang W.P., S.H., M.H.

Penguji II,

Nadea Lathifah Nugraheni, S.H LL.M

Penguji III,

Dr. Sugiyanto, S.H.,M.Si.

Mengetahui,
Dekan,

Dr. Wahyu Widodo, S.H., M.Hum
NPP/NIP 846101007