

6 ADALAH

Buletin Hukum & Keadilan

Penggunaan Buzzer Politik di Media Sosial Pada Masa Kampanya Pemilihan Umum

Rayhan Naufaldi Hidayat

Anggota Moot Court Community UIN Syarif Hidayatullah Jakarta



[10.15408/adalah.v4i2.15606](https://doi.org/10.15408/adalah.v4i2.15606)

Abstract:

The campaign is an activity that is part of the holding of a very crucial general election. In these activities, election participants took a variety of ways in order to gain the support of votes from the public, including by utilizing social media. In the campaign strategy on social media, political buzzer is a tool that is considered to be able to increase the popularity, electability and acceptability of election participants. Therefore, the existence of a political buzzer is urgently needed, so that legal arrangements regarding political buzzers must be clear in regulating it so that the use of social media by involving political buzzers does not deviate from the main objectives of the election itself.

Keywords: Buzzer, Social Media, Politics, Campaigns and General Elections

Abstrak:

Kampanye merupakan kegiatan yang menjadi bagian dari penyelenggaraan pemilihan umum (Pemilu) yang sangat krusial. Dalam kegiatan tersebut, peserta pemilu melakukan berbagai cara agar dapat memperoleh dukungan suara dari masyarakat, diantaranya dengan cara memanfaatkan media sosial. Dalam strategi kampanye di media sosial, buzzer politik menjadi alat yang dinilai dapat meningkatkan popularitas, elektabilitas dan akseptabilitas peserta pemilu. Maka dari itu, keberadaan buzzer politik menjadi sangat dibutuhkan, sehingga pengaturan hukum perihal buzzer politik pun harus jelas dalam mengatur hal tersebut agar pemanfaatan media sosial dengan melibatkan buzzer politik tidak menyimpang dari tujuan utama dari pemilu itu sendiri.

Kata Kunci: Buzzer, Media Sosial, Politik, Kampanye dan Pemilihan Umum

Prolog

Kampanye merupakan bagian dari pemilihan umum (Pemilu) yang tidak terpisahkan. Keberadaannya menjadi sangat krusial bagi para peserta pemilu baik itu di tingkat pusat maupun di tingkat daerah. Masa kampanye menjadi sarana yang tepat bagi mereka untuk menyampaikan kepada masyarakat luas mengenai visi, misi dan program yang akan dijalankan jika mereka terpilih dalam kontestasi tersebut. Bagaimana dua mata uang yang saling terkait satu sama lain, kampanye pun menjadi ajang bagi peserta pemilu untuk meyakinkan hati masyarakat agar memilihnya dalam pemungutan suara yang akan diselenggarakan tepat setelah masa kampanye tersebut berlangsung.

Di era revolusi industri 4.0 yang ditandai dengan pesatnya perkembangan arus informasi dan komunikasi, pergeseran bentuk komunikasi dan penyediaan informasi dari dunia nyata menuju dunia maya menjadi suatu keniscayaan. Keberadaan media sosial yang menjadi sarana bagi masyarakat untuk berkomunikasi dan berekspresi merupakan sarana yang kerap kali digunakan bagi para peserta pemilu dalam memikat dan meyakinkan masyarakat luas untuk memilihnya dalam pemilu yang sedang berlangsung. Optimalisasi penggunaan platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram hingga Youtube baik itu berupa penampilan simbol-simbol politik yang terkait dengan peserta pemilu, penyampaian slogan-slogan tertentu untuk meyakinkan masyarakat dan penyebaran berita-berita terkait program dari peserta pemilu tersebut menjadi strategi yang diutamakan dalam kampanye. Seiring berjalannya waktu, kampanye menggunakan media sosial semakin berkembang pesat, dimana hal itu diiringi pula dengan cara-cara penyampaian yang semakin kreatif dari waktu ke waktu.

Sejalan dengan hal tersebut, keberadaan buzzer politik di masa kampanye menjadi unsur yang sangat menentukan. Istilah buzzer sendiri pertama kali dikenal dalam dunia bisnis. Keberadaannya digunakan oleh para pengusaha untuk memasarkan produk di dunia

maya secara masif dan terus menerus. Seiring berjalannya waktu, keberhasilan buzzer dalam memasarkan produk di dunia bisnis membuat para aktor politik tertarik untuk melakukan hal yang sama dalam konteks pemilu.

Para aktor politik yang mengikuti kontestasi pemilu mulai dari perseorangan, calon atau pasangan calon yang diusung satu partai atau koalisi partai, bahkan hingga partai politik itu sendiri berlomba-lomba untuk melibatkan buzzer secara organik dalam tim sukses yang telah mereka buat. Buzzer-buzzer yang terlibat dalam kampanye di dunia maya bisa berasal dari relawan, kader dari partai

itu sendiri, atau orang lain yang sengaja dibayar untuk menjadi buzzer politik di masa kampanye. Secara umum, buzzer politik bertugas untuk mengenalkan visi, misi dan program dari peserta pemilu di dunia maya. Buzzer politik juga bertugas untuk mengolah opini publik yang diamplifikasi sedemikian rupa, sehingga dapat menaikkan popularitas, elektabilitas dan akseptabilitas peserta pemilu di tengah-tengah masyarakat (Juditha, 2019).

Keterlibatan buzzer politik dalam melakukan kampanye di media sosial harus diawasi dengan ketat oleh Badan Pengawas Pemilihan Umum (Bawaslu) beserta seluruh organnya di tingkat daerah. Hal itu ditujukan agar cara-cara kampanye yang dilarang oleh Undang-Undang atau lebih populer dengan sebutan kampanye hitam (Black Campaign) tidak terjadi di media sosial. Modus black campaign di media sosial yang dilakukan oleh buzzer-buzzer politik yang tidak bertanggungjawab adalah dengan cara membuat akun media sosial khusus dengan identitas



yang samar atau tanpa identitas (Anonim) terlebih dahulu, kemudian akun tersebut menyebarluaskan berita palsu (HOAX) yang diiringi dengan ujaran kebencian dan isu sensitif seperti isu sara dan etnis mengenai peserta pemilu lainnya guna menurunkan elektabilitas dan menimbulkan ketidakpercayaan (*distrust*) kepada peserta pemilu yang menjadi lawannya tersebut.

Secara filosofis, kampanye sejatinya merupakan suatu kegiatan yang diperuntukkan untuk menyampaikan segala hal yang berkaitan dengan peserta pemilu kepada masyarakat di daerah pemilihannya guna meyakinkan masyarakat sebagai calon pemilih agar memilih peserta pemilu tersebut dalam kontestasi pemilu. Disisi lain, kampanye juga dapat menjadi ajang bagi calon pemilih untuk menyampaikan aspirasi kepada peserta pemilu yang nantinya akan menjadi pemimpin di tingkat daerah maupun pusat atau wakil rakyat di parlemen. Strategi dalam berkomunikasi menjadi sangat vital, karena akan mempengaruhi elektoral dan akseptabilitas bakal calon di hati calon pemilih. Berbagai terobosan terus dilakukan peserta pemilu guna memperoleh suara yang banyak dari calon pemilih seperti penggunaan platform digital yang terus menerus dijadikan media berkampanye melalui media sosial di dunia maya. Dalam hal ini, bakal calon tidak sedikit melibatkan buzzer politik untuk memaksimalkan kampanye di media sosial, karena buzzer politik beserta seluruh pengikutnya telah berpengalaman dalam memproduksi berita dan membuat selogan yang diamplifikasi sedemikian rupa, sehingga menjadi isu yang buming di media sosial yang dapat menguntungkan peserta pemilu yang dibelanya. Tentu saja semua itu tetap harus memperhatikan asas-asas yang berlaku dalam pemilu yaitu langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil.

Pada hakekatnya, pemilu adalah bentuk implementasi dari prinsip demokrasi, dimana kedaulatan tertinggi berada di tangan rakyat. Posisi rakyat menjadi central dalam pemilu, karena rakyat memiliki kekuasaan untuk menentukan corak pemerintahan serta tujuan yang hendak dicapai negara dalam jangka waktu beberapa

tahun ke depan melalui mekanisme penunjukan pemimpin atau wakilnya yang akan menjabat atau dapat disebut juga dengan sistem demokrasi perwakilan (*Representative Democracy*). Pemilu idealnya dilakukan secara berkala atau beberapa tahun sekali secara rutin, dimana dalam konteks Indonesia, selama 5 (Lima) tahun sekali guna menjamin siklus kekuasaan yang bersifat teratur, sehingga demokrasi dapat terjamin dan pemerintahan yang sungguh-sungguh mengabdikan untuk kepentingan seluruh rakyat dapat benar-benar bekerja secara efektif dan efisien (Jimly, 2016).

Secara yuridis, pengaturan mengenai pemilu telah tercantum secara prinsip dalam Undang-Undang Dasar 1945 (UUD 1945). Dalam BAB VIIB, telah diatur secara fundamental mengenai pemilu, terutama pada pasal 22E. Tidak hanya itu, terdapat pula pasal 6A yang mengatur tentang pemilihan Presiden, pasal 19 ayat (1) yang mengatur tentang pemilihan anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) dan pasal 22C ayat (1) yang mengatur tentang pemilihan anggota Dewan Perwakilan Daerah (DPD). Dalam hal pengaturan lebih lanjut mengenai pemilu, terdapat undang-undang khusus yang menjadi payung hukum dalam penyelenggaraan pemilu yaitu Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum.



Dalam Undang-Undang Pemilihan Umum, khususnya dalam BAB VII, terdapat rambu-rambu bagi para peserta pemilu yang harus ditaati dalam melakukan kegiatan kampanye. Secara prinsip, kegiatan kampanye diperbolehkan menggunakan platform digital

termasuk di dalamnya melalui sarana media sosial berdasarkan pasal 275 ayat (1) huruf e. Demikian pula dengan materi kampanye, berdasarkan pasal 274 ayat (1), materi kampanye yang boleh disampaikan hanya sebatas pada visi, misi dan program dari peserta pemilu berupa tulisan, suara, gambar, tulisan dan gambar, atau suara dan gambar, yang bersifat naratif, grafis, karakter, interaktif atau tidak interaktif.

Dalam Undang-Undang yang sama, terdapat pula ketentuan-ketentuan yang tidak boleh dilakukan oleh peserta pemilu beserta seluruh tim suksesnya selama kegiatan kampanye. Pasal 280 ayat (1) menyatakan bahwa: Pelaksana, peserta, dan tim Kampanye Pemilu dilarang menghina seseorang, agama, suku, ras, golongan, calon, dan/atau Peserta Pemilu yang lain, serta dilarang pula menghasut dan mengadu domba perseorangan ataupun masyarakat. Dalam pasal 521 ditegaskan bahwa bagi setiap pelaksana, peserta, dan/atau tim Kampanye Pemilu yang dengan sengaja melanggar larangan pelaksanaan Kampanye Pemilu tersebut, maka dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan denda paling banyak Rp24.000.000,00 (dua puluh empat juta rupiah).

Dalam melaksanakan seluruh ketentuan kampanye yang telah digariskan Undang-Undang Pemilihan Umum, Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai lembaga yang secara khusus dibentuk oleh Undang-Undang untuk menyelenggarakan pemilu membuat peraturan teknis perihal tahapan kampanye dalam pemilihan umum yaitu Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Nomor 23 Tahun 2018. Kegiatan kampanye harus dilaksanakan berdasarkan prinsip kejujuran, keterbukaan dan dialogis sebagaimana yang tercantum pada pasal 5 ayat (1). Akan tetapi, dalam peraturan tersebut tidak membahas secara komprehensif mengenai teknis pelaksanaan kampanye di media sosial. Pasal 35 ayat (2) menyatakan bahwa: Akun Media Sosial dapat dibuat paling banyak 10 (sepuluh) untuk setiap jenis aplikasi. Sementara itu, ketentuan mengenai pendaftaran akun media sosial tercantum dalam pasal 36 yang mengharuskan pelaksa-

na kampanye untuk mendaftarkan akun media sosial yang digunakan untuk kegiatan kampanye kepada KPU sesuai dengan jenjang pemilihannya dalam jangka waktu 1 (satu) hari sebelum masa Kampanye. Ketentuan teknis ini sangat membatasi peserta pemilu untuk mengoptimalkan kampanye di media sosial secara lebih luas. Maka dari itu, fenomena buzzer politik yang terafiliasi dengan peserta pemilu, namun tidak terdaftar Di KPU menjadi suatu hal yang kerap kali ditemui pada masa kampanye. Hal itu tentu membuat pengawasan dan penegakan hukum kepada buzzer-buzzer politik yang menyebarkan HOAX, ujaran kebencian, fitnah dan pencemaran nama baik menjadi cukup sulit.



Dengan ketentuan yang demikian itu, keberlakuan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 jo Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 mengenai informasi dan transaksi elektronik menjadi sangat relevan. Hal itu dikarenakan dalam BAB VII mengenai perbuatan yang dilarang terdapat pasal 27 ayat (3) dan pasal 28 ayat (2) yang mengatur pula perihal penyebaran HOAX, ujaran kebencian, per-

musuhan, fitnah dan pencemaran nama baik, dimana pasal 45 ayat (3) undang-undang tersebut, menegaskan perihal sanksi pidana yang dijatuhkan bagi pihak-pihak yang melanggar ketentuan pasal 27 ayat (3) yaitu berupa pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp750.000.000,00 (tujuh ratus lima puluh juta rupiah). Sementara itu, bagi pihak-pihak yang melanggar ketentuan pasal 28 ayat (2) dijatuhkan pula baginya sanksi pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) sebagaimana yang tertera dalam pasal 45A ayat (2).

Penegakan hukum terhadap tindak pidana pemilu dengan tindak pidana yang berkaitan dengan pemilu berbeda. Apabila terjadi tindak pidana pemilu, maka Bawaslu menjadi leading sector dari proses penegakan hukum yang berkoordinasi dengan Kepolisian dan Kejaksaan melalui forum Sentra Penegakan Hukum Terpadu (Sentra Gakkumdu).

Dalam hal ini, mekanisme penegakan hukum yang dilakukan mengacu kepada Undang-Undang Pemilihan Umum (Bawaslu RI, 2019). Sementara itu, jika terjadi tindak pidana murni pada saat pemilu, maka institusi yang memiliki wewenang absolut untuk menegakkan hukum adalah Kepolisian sebagaimana yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2002 Tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia, dimana mekanisme yang dilaksanakan mengacu kepada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1981 Tentang Hukum Acara Pidana.

Epilog

Keberadaan buzzer politik di masa pemilu sebenarnya merupakan salah satu bentuk respon dari Bangsa Indonesia di bidang politik terhadap perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang begitu pesat. Di satu sisi fenomena tersebut merupakan hal yang menunjukkan bahwa Bangsa Indonesia sangat terbuka dengan kemajuan zaman, namun di sisi lain fenomena tersebut juga mengharuskan pengaturan baru dan penyesuaian di bidang hukum siber (Cyber Law) yang sebelumnya belum pernah ada. Progresifitas peraturan perundang-undangan menjadi suatu hal yang urgen agar pemanfaatan sarana teknologi informasi dan komunikasi tetap sesuai dengan Pancasila dan Konstitusi Negara Republik Indonesia (Jimly, 2006).

Pemilu yang berintegritas merupakan tujuan substantif dari setiap penyelenggaraannya. Trial and error terus dilakukan guna meningkatkan kualitas dari pemilu tersebut dari masa ke masa. Menurut Eklit & Reynolds, terdapat 11 indikator yang dapat digunakan dalam menilai kualitas dari penyelenggaraan pemilu di suatu negara, dimana salah satunya adalah regulasi mengenai pemilu itu sendiri, termasuk di dalamnya aturan mengenai kampanye. Dengan kampanye yang jujur, terbuka dan dialogis, maka rakyat sebagai pemegang hak suara dapat menentukan pemimpin atau wakilnya yang benar-benar layak untuk dipilih, sehingga dari pemilu yang berintegritas, lahirlah pemimpin dan wakil rakyat yang berkompeten dalam menjalankan roda pemerintahan untuk mencapai cita bangsa dan tujuan bersama Rakyat Indonesia (Eklit & Reynolds, 2005).



**Buzzer Politik
di masa pemilu
merupakan salah satu
bentuk respon dari
Bangsa Indonesia
di bidang politik terhadap
perkembangan teknologi
informasi dan komunikasi
yang begitu pesat.**

Referensi

- Aji, A.M.; Yunus, N.R. *Basic Theory of Law and Justice*, Jakarta: Jurisprudence Institute, 2018.
- Bawaslu RI. (2019). *Perihal Penegakan Hukum Pemilu*. Jakarta: Bawaslu RI.
- Eklit, J., & Reynolds, A. (2005). Framework for the Systematic Study of Election Quality. *Democratization*, 12(2).
- Jimly, A. (2006). *Hukum Tata Negara dan Pilar-Pilar Demokrasi*. Jakarta: Konstitusi Press.
- Jimly, A. (2016). *Pengantar Ilmu Hukum Tata Negara*. Depok: Ra-

jagrafindo Persada.

Juditha, C. (2019). Buzzer di Media Sosial Pada Pilkada dan Pemilu di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi dan Informatika*, #3 .

Maggalatung, A.S.; Aji, A.M.; Yunus, N.R. *How The Law Works*, Jakarta: Jurisprudence Institute, 2014.

'Adalah; Buletin Hukum dan Keadilan merupakan berkala ilmiah yang diterbitkan oleh Pusat Studi Konstitusi dan Legislasi Nasional (POSKO-LEGNAS), Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Penasehat: Prof. Dr. H. Abdul Ghani Abdullah, SH., Prof. Dr. H. A Salman Maggalatung, SH., MH. **Tim Redaktur**: Indra Rahmatullah, Mara Sutan Rambe, Muhammad Ishar Helmi, Erwin Hikmatiar, Fathuddin, Nurrohimyunus. **Penyunting**: Latipah Nasution, Siti Nurhalimah, Siti Romlah. **Setting & Layout**: Imas Novita Juaningsih.