

## KPU DAN KAMPANYE PILPRES 2019 DI MEDIA SOSIAL

25

Aryojati Ardipandanto

### Abstrak

*Persaingan dukungan pasangan Capres-Cawapres pada kampanye Pilpres 2019 telah terjadi bahkan jauh sebelum memasuki masa kampanye resmi. Dalam media sosial ditemukan banyak akun anonim yang melakukan penyebaran hoax, fitnah, dan ujaran kebencian. Meskipun telah ada Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Nomor 23 Tahun 2018 dan PKPU Nomor 28 Tahun 2018 sebagai acuan ketentuan kampanye di media sosial, namun belum ada ketentuan mengenai sanksi yang tegas terhadap pelanggaran ketentuan pendaftaran akun resmi. Tulisan ini menganalisis tentang bagaimana upaya KPU dalam mengatasi kendala yang timbul dari adanya PKPU terkait Pilpres 2019 yang belum tuntas terakomodasi. Solusi yang dapat dilakukan ialah bahwa DPR RI harus terus mendorong KPU untuk meningkatkan kerja samanya dengan Bawaslu, POLRI, dan masyarakat dalam mengawasi pelaksanaan kampanye Pilpres 2019 di media sosial, serta meningkatkan edukasi atau literasi media sosial kepada masyarakat.*

### Pendahuluan

Masa kampanye Pilpres 2019 sudah dimulai sejak 23 September 2018. Fakta di lapangan menunjukkan bahwa persaingan dukungan antara pendukung kedua pasangan calon sudah tampak pada masa-masa sebelum itu, terutama yang berlangsung di media sosial. Perang tagar atau *hashtag* antar-pendukung kedua kandidat telah berlangsung terutama di *Twitter* dan *Facebook* jauh sebelum jadwal resmi masa kampanye Pilpres 2019 dimulai, bahkan sebelum KPU menetapkan

secara resmi pasangan Capres dan Cawapres dalam Pilpres 2019. Persaingan dukungan di media sosial yang sangat ketat menyebabkan potensi pelanggaran aturan main dalam berkampanye akan lebih besar, terutama yang berbentuk penyebaran *hoax* dan ujaran kebencian yang bersifat Suku Agama Ras Antar Golongan (SARA).

Hal tersebut menjadi tantangan bagi pihak penyelenggara pemilu, khususnya Komisi Pemilihan Umum (KPU) beserta seluruh jajarannya untuk meminimalisasi potensi pelaksanaan kampanye



yang berlandaskan pada ujaran kebencian atau yang bersifat SARA, agar pelaksanaan Pilpres 2019 tetap berprinsip pada konsep *rechstaat*. Berdasarkan data yang ada, pada masa-masa Pilkada 2018 yang lalu, kasus-kasus penyebaran ujaran kebencian atau yang bersifat SARA meningkat jumlahnya dibandingkan dengan pada masa-masa di luar Pilkada 2018. Hal itu disampaikan oleh pihak Direktorat Tindak Pidana Siber Bareskrim POLRI. Selain itu, beberapa kalangan memprediksi bahwa pada Pemilu dan Pilpres 2019, kampanye yang bersifat menyinggung SARA masih akan dipraktikkan untuk menjatuhkan lawan politik (liputan6.com, 2 Oktober 2018).

Contoh cara menggiring isu dan opini yang sering dilakukan di akun-akun anonim adalah dengan menggelar *polling* di *Twitter* atau memainkan isu politik. Beberapa akun anonim yang sering memainkan isu-isu politik antara lain @kakekdetektif dan @maspiyuuu. Kedua akun ini aktif di *Twitter*. Akun @kakekdetektif sering memainkan isu-isu yang pro-Jokowi, sementara @maspiyuuu bertendensi mendukung kubu oposisi pemerintahan.

Dalam konteks Pilpres 2019, ujaran kebencian sering disebarakan melalui media sosial baik dalam bentuk opini maupun *meme*. Isu politik SARA sering digunakan untuk menyerang pasangan capres dan cawapres sehingga dapat menimbulkan keresahan di masyarakat.

Untuk meredam kampanye politik yang bersifat *black campaign* dalam kampanye Pilpres 2019, termasuk di media sosial, peraturan perundang-undangan sebetulnya sudah memberikan koridor yang

bersifat etika politik. Aturan main pelaksanaan kampanye Pilpres 2019 adalah berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum (UU Pemilu). Salah satunya adalah ketentuan dalam Pasal 280 ayat 1, yaitu bahwa pelaksana, peserta, dan tim kampanye pemilu dilarang antara lain menghina seseorang, agama, suku, ras, golongan, calon, dan/atau peserta pemilu yang lain; dan menghasut dan mengadu domba perseorangan ataupun masyarakat.

Adapun kampanye Pilpres 2019 di media sosial yang bersifat provokatif atau memicu konflik SARA, tindak lanjutnya dapat mengacu pada Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Namun demikian, belum ada aturan yang lebih khusus mengenai ketentuan berkampanye di media sosial. Berdasarkan hal tersebut tulisan ini akan menganalisis bagaimana peran KPU dalam mengembangkan aturan kampanye Pilpres 2019, kelemahan pengaturan tersebut serta solusi bagi peran KPU untuk mengatasinya.

### **PKPU tentang Kampanye Pilpres 2019 di Media Sosial**

Pilpres 2019 harus dilaksanakan dengan mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dalam hal ini peraturan tersebut adalah UU Pemilu dan semua peraturan pelaksanaan di bawahnya. Meskipun demikian, ditemukan kendala bahwa penanganan kampanye Pilpres melalui media sosial belum diatur secara komprehensif. Akibatnya, KPU masih kesulitan untuk menyikapi atau menindaklanjuti kampanye Pilpres di media sosial yang bersifat

*hoax*, memecah-belah persatuan bangsa, ujaran kebencian, dan SARA. Menurut Ketua KPU Arief Budiman, sampai dengan Mei 2018, KPU baru memiliki aturan kampanye di media sosial untuk Pilkada Serentak 2018. Sedangkan Peraturan KPU (PKPU) yang antara lain mengatur kampanye di media sosial untuk Pilpres 2019 belum diundangkan (liputan6.com, 2 Oktober 2018).

Kondisi tersebut menyebabkan KPU belum dapat menjalankan tugas dan fungsinya secara optimal dalam penyelenggaraan kampanye Pilpres 2019. Sementara itu, dalam persaingan kampanye Pilpres 2019 di media sosial, KPU dituntut mengedepankan upaya sistematis dalam mengatasi potensi terjadinya perpecahan dalam masyarakat yang diakibatkan oleh kampanye Pilpres 2019 yang bersifat *black campaign*. Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) dalam penelitiannya juga menemukan bahwa pada Pemilu 2019 yang akan datang, isu SARA masih akan dilakukan oleh para elite politik untuk menjatuhkan lawan politik. Lembaga Survei Indonesia (LSI) pun sempat menyampaikan bahwa kampanye hitam terkait SARA dan politik identitas diperkirakan masih akan mewarnai Pilpres 2019, karena dianggap efektif untuk mengeksploitasi dan mempengaruhi sensitivitas perilaku pemilih (tempo.co, 1 Oktober 2018).

Oleh karena itu, KPU telah berupaya mengajukan rancangan peraturan-peraturan baru kepada DPR RI. Hasilnya adalah disahkannya Peraturan KPU (PKPU) yang mengatur kampanye Pilpres di media sosial, yaitu PKPU Nomor 23 Tahun 2018 tentang Kampanye Pemilihan Umum dan PKPU Nomor 28 Tahun 2018 tentang Perubahan

atas Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 23 Tahun 2018 tentang Kampanye Pemilihan Umum. Dalam Pasal 21 PKPU Nomor 23 Tahun 2018 disebutkan bahwa materi kampanye disampaikan dengan cara: a) sopan, yaitu menggunakan bahasa atau kalimat yang santun dan pantas ditampilkan kepada umum; b) tertib, yaitu tidak mengganggu kepentingan umum; c) mendidik, yaitu memberikan informasi yang bermanfaat dan mencerdaskan Pemilih; d) bijak dan beradab, yaitu tidak menyerang pribadi, kelompok, golongan, atau Pasangan Calon lain; dan e) tidak bersifat provokatif.

Sementara itu terkait ketentuan berkampanye pengaturan diatur dalam Pasal 35 ayat (2) PKPU Nomor 23 Tahun 2018 yang menyatakan bahwa dalam media sosial Tim atau Pelaksana Kampanye “hanya” dapat memiliki maksimal 10 akun di setiap jenis aplikasi, misalnya: 10 akun di *Facebook*, 10 akun di *Twitter*, 10 akun di *Instagram*, dan lain-lain. Sedangkan dalam Pasal 36 ayat (1) disebutkan bahwa untuk Pilpres dan Pileg, Pelaksana Kampanye harus mendaftarkan akun resmi di media sosialnya kepada KPU paling lambat 1 hari sebelum masa kampanye. Selanjutnya KPU menyampaikan daftar akun-akun resmi Pelaksana Kampanye kepada Bawaslu dan POLRI.

### **Kendala yang Dihadapi KPU dan Cara Mengatasinya**

Meskipun sudah ada regulasi yang mengatur tentang pelaksanaan kampanye namun tampaknya KPU belum tuntas dalam merancang peraturan-peraturan yang diperuntukkan bagi praktik kampanye Pilpres di media sosial. Rancangan PKPU yang diajukan ke DPR RI

belum disertai dengan aturan-aturan yang memaksa peserta Pilpres untuk mendaftarkan akun-akun kampanye resminya. Hal ini dibuktikan dengan fakta bahwa hanya Pasangan Jokowi-Ma'ruf yang mendaftarkan akun-akun kampanye resminya, seperti <https://facebook.com/jokowi.amin>; dan *Twitter*: [https://twitter.com/jokowi\\_amin](https://twitter.com/jokowi_amin), sementara Pasangan Prabowo-Sandiaga hanya mendaftarkan akun pribadi masing-masing, tidak ada akun Pasangan Calon yang didaftarkan. Akun-akun pribadi tersebut antara lain <https://facebook.com/PrabowoSubianto>; <https://facebook.com/SandiSUno>; dan *Twitter*: <https://twitter.com/prabowo>; <https://twitter.com/sandiuno>.

Akibatnya, KPU harus menghadapi konsekuensi bahwa kampanye politik dilakukan dengan semakin bebas di media sosial. Dengan kata lain, kampanye diserahkan pada “pertarungan” antar-pendukung atau simpatisan masing-masing Capres-Cawapres. Akhirnya, potensi terjadinya persaingan opini di media sosial yang dipenuhi dengan *hoax*, fitnah, dan penyerangan terhadap pribadi Capres-Cawapres akan lebih meluas pada masa kampanye, bahkan bisa jadi akan tetap terjadi pada masa tenang kampanye.

KPU terkesan belum serius dalam menghadapi fakta bahwa akun-akun yang bersifat kampanye politik – yang tidak didaftarkan secara resmi ke KPU – jauh lebih banyak. Jumlah ini akan semakin bertambah karena pasangan Prabowo-Sandiaga tidak mendaftarkan akun resmi kampanye Pilpresnya dan hanya melaporkan akun-akun pribadi masing-masing. Dapat disimpulkan bahwa pasangan ini mengandalkan mekanisme dinamika alamiah kampanye yang dilakukan para pendukungnya di

media-media sosial. Kampanye dengan sistem dinamika alamiah ini tentu juga akan dilakukan oleh pendukung Pasangan Jokowi-Ma'ruf Amin untuk mengimbangnya. Dikhawatirkan, kelengahan KPU dalam menetapkan aturan yang belum tuntas ini akan menyebabkan akun-akun yang tidak resmi lebih dominan dijadikan acuan masyarakat dibandingkan dengan akun-akun resmi.

KPU perlu menyadari bahwa akun-akun anonim yang cenderung bersifat mengakomodasi *black campaign* sangat besar perannya dalam memainkan dan menggiring opini publik dalam ajang kampanye Pilpres 2019 sehingga banyak menyesatkan netizen atau pemilih dengan berita-berita atau isu-isu yang belum tentu dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. KPU seharusnya menyadari bahwa pendaftaran akun resmi di media sosial harus menjadi kewajiban yang memiliki pengaturan sanksinya secara jelas karena beberapa alasan. **Pertama**, akun resmi kampanye di media sosial dapat dijadikan tolok ukur dalam melakukan kontrol pelaksanaan kampanye di media sosial. Hal ini akan sangat membantu Bawaslu dan POLRI. **Kedua**, adanya akun resmi kampanye akan dapat dijadikan bahan bagi KPU dan Bawaslu untuk menyosialisasikan kepada masyarakat sumber-sumber resmi yang dapat dipertanggungjawabkan untuk mengenal lebih jauh program-program masing-masing Capres-Cawapres. Dan **ketiga**, untuk melindungi masing-masing pasangan Capres-Cawapres dari akun-akun kampanye yang tidak resmi, yang isinya dipenuhi dengan ujaran kebencian, *hoax*, fitnah, dan memecah-belah persatuan bangsa dengan isu SARA.

Oleh sebab itu, KPU dapat berperan besar dalam mengurangi potensi terjadinya *black campaign* pada masa kampanye Pilpres 2019, dengan cara mengajukan Rancangan PKPU yang sifatnya utuh sehingga tidak terkesan hanya bersifat prosedural dengan mengesampingkan substansi yang sesungguhnya diperlukan dalam pelaksanaan kampanye Pilpres 2019.

### Penutup

DPR RI dapat mendorong KPU untuk melakukan beberapa hal sebagai solusi atas hal-hal yang telah diuraikan sebelumnya. **Pertama**, DPR RI perlu meminta KPU untuk lebih meningkatkan kerja sama dan koordinasinya dengan Bawaslu, POLRI dan masyarakat pada umumnya dalam melakukan pengawasan jalannya proses Pilpres 2019, terutama dalam konteks persaingan kampanye di media sosial.

**Kedua**, DPR RI perlu mendorong KPU untuk meningkatkan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat terkait akun-akun resmi kampanye Pilpres 2019 yang telah didaftarkan ke KPU, agar masyarakat menjadikannya sebagai rujukan inti yang dapat dipercaya, terutama bila di media sosial tengah berkembang suatu isu politik tertentu yang disinyalir bersifat *hoax*, fitnah, atau, ujaran kebencian terhadap kedua Pasangan Capres-Cawapres. Edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat ini juga harus dilakukan dalam konteks bagaimana menggunakan media sosial sebagai sarana kampanye politik secara bijak dan bertanggung jawab (upaya literasi media kepada masyarakat).

**Ketiga**, ke depan, DPR RI perlu menekankan kepada KPU agar dapat lebih maju dalam mengajukan

Rancangan Peraturan KPU, yaitu dengan mengakomodasi substansi pengaturan kampanye di media sosial yang lebih tegas dan komprehensif, agar tidak menyulitkan KPU sendiri dalam melakukan penyelenggaraan Pilpres dan pemilu pada umumnya.

### Referensi

- “Akun Resmi Media Sosial Jokowi-Ma’ruf dan Prabowo-Sandi di Pilpres”, <https://kumparan.com/@kumparannews/akun-resmi-media-sosial-jokowi-ma-ruf-dan-prabowo-sandi-di-pilpres-1538184547723721731>, diakses 3 Oktober 2018.
- “Belum Waktu Kampanye KPU Ingatkan Elit Politik Menahan Diri”, <http://www.tribunnews.com/Pilpres-2019/2018/08/30/belum-waktu-kampanye-kpu-ingatkan-elite-politik-menahan-diri>, diakses 1 Oktober 2018.
- “Isu SARA di Pemilu 2019 Berpotensi dibuat oleh Elit Politik”, <https://www.suara.com/news/2018/08/07/123219/isu-sara-di-pemilu-2019-berpotensi-sengaja-dibuat-elit-politik>, diakses 2 Oktober 2018.
- “Kenapa SARA dan Hoax Muncul Menyerang Jokowi”, <https://nasional.tagar.id/kenapa-sara-dan-hoax-muncul-meny Serang-jokowi>, diakses 2 Oktober 2018.
- “Pilpres 2019 Isu HAM dan Momentum Prabowo Bersihkan Nama”, <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180728134536-32-317719/Pilpres-2019-isu-ham-dan-momentum-prabowo-bersihkan-nama>, diakses 2 Oktober 2018.
- “Pilpres 2019: Kampanye Hitam SARA Masih Ampuh untuk Mengeksploitasi Prilaku Pemilih”, <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-45629345>, diakses 2 Oktober 2018.

“POLRI Penyebaran Isu SARA di Medsos Meningkatkan Saat Pilkada 2018”, <https://www.liputan6.com/pilkada/read/3411568/polri-penyebaran-isu-sara-di-medsos-meningkat-saat-pilkada-2018>, diakses 2 Oktober 2018.

“Ridwan Saidi Bapaknya Jokowi bernama Oey Hong Liong”, <http://www.voa-islam.com/read/indonesiana/2014/05/20/30233/ridwan-saidi-bapaknya-jokowi-bernama-oey-hong-liong/#sthash.NrWyB0R1.dpbs>, diakses 2 Oktober 2018.

“Ujaran Kebencian Isu SARA Ancam Pilkada 2018 dan Pilpres 2019”, <https://fokus.tempoco.com/read/1045395/ujaran-kebencian-isu-sara-ancam-pilkada-2018-dan-pilpres-2019/full&view=ok>, diakses 1 Oktober 2018.



Aryojati Ardipandanto  
[aryojati.ardipandanto@dpr.go.id](mailto:aryojati.ardipandanto@dpr.go.id)

---

Aryojati Ardipandanto, S.IP., menyelesaikan pendidikan S1 Ilmu Pemerintahan dari Universitas Langlangbuana (Yayasan Bhrata Bhakti Polri) Bandung pada tahun 2003. Saat ini menjabat sebagai Peneliti Muda Ilmu Politik pada Pusat Penelitian-Badan Keahlian DPR RI. Beberapa karya tulis ilmiah yang telah dipublikasikan melalui jurnal dan buku antara lain: “Implementasi Kekuasaan Politik Gubernur Joko Widodo dalam Meningkatkan Praktek Good Governance”, “Kelemahan Pelaksanaan Pilpres 2014: Sebuah Analisis”, dan “Perspektif Politik Kelembagaan dalam Kinerja Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID)”.

---

**Info Singkat**

© 2009, Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI  
<http://puslit.dpr.go.id>  
ISSN 2088-2351

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi tulisan ini tanpa izin penerbit.