ISSN: 2654 - 4768

# HUKUM KENEGARAN

# Problematika Pemilu Serentak

Azyumardi Azra, CBE

R. Siti Zuhro

Agus Riewanto

Herlambang P. Wiratraman

Hufron

Abdul Wahid

Didik Sukriono

Vieta Imelda Cornelis

Bambang Ariyanto

Sirajuddin dan Febriansyah Ramadhan

VOLUME

**NOMOR 2** 

DESEMBER 2018

HLM. 01-177

DITERBITKAN: ASOSIASI PENGAJAR HTN-HAN JAWA TIMUR

## PROBLEMATIKA MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA KAMPANYE PEMILU

# (Tinjauan Yuridis Pasal 275 Ayat 1e UU No. 7 Tahun 2017)

#### Vieta Imelda Cornelis

Dosen Fakultas Hukum Universitas Dr. Soetomo Surabaya E-mail: vieta⊗unitomo,ac.id

#### Abstrak

Problematika Media sosial sebagai wadah kampanye adalah hal yang penting dan harus dicermati bersama mengingat media sosial adalah bagian yang sudah tidak terlepas dari kehidupan Masyarakat Indonesia. Jika dilihat dari data statistik Indonesia merupakan salah satu negara yang terbanyak memakai sarana media sosial itu sebabnya jika Media sosial dipakai atau dalam UU No 7 tahun 2017 tentang Pemilu Pada Pasal 275 yang menyatakan bahwa Media sosial sebagai salah satu sarana untuk kampanye peserta pemilu maka konsekuensinya regulasi tentang kampanye pemilu harus diatur secara jelas tentang hal tersebut.Bukan hanya sebatas pendaftaran akun media sosial yang diperbolehkan dan berakhirnya atau ditutupnya akun tersebut pada masa selesai kampanye, tetapi lebih dari itu Masyarakat perlu mengetahui dan bisa mengakses akun kampanye peserta pemilu tersebut secara resmi melalui website yang menjadi sarana awal propoganda resmi dari Pemerintah. Untuk itu peran Pemerintah dalam hal ini Lembaga Penyelenggara Pemilu khusunya KPU maupun Bawaslu dan DKPP jika perlu berkoordinasi untuk pengaturan Kampanye Melaui media sosial berkaitan dengan

substansi maupun secara admin yang resmi karena kampanye Media Sosial sangat sulit dibatasi jangkauan dan waktunya.

Kata kunci: Media Sosial, Peserta Pemilu, Regulasi, Pemilu, Kampanye

#### Abstract

Problematic social media use as the campaign medium is important and should be observed, remembering that social media is inseparable from the life of Indonesian people. Statistically, Indonesia is one of the countries using the greatest number of social media. Due to the importance of mass media, in the Article 275 of the Law No. 7 year 2017 regarding General Election, it is stated that social media is one of the media for campaign by the general election contestants. The people should not only be allowed to know the registration and the end of the social media accounts of the contestants, but also to be able to access them through the website that serves as the preliminary medium of the official propaganda of the government. As a result, the role of the government, namely the General Election Organizing Agency (Lembaga Penyelenggara Pentilu), especially General Election Commission (KPU) and General Elections Supervisory Agency (Bawashi) and Election Organizer Ethics Council (DKPP) should make some coordination in organizing the campaign via social media in terms of the substance or of administration since the coverage and time of campaign in media social is difficult to restrict.

Key word: Social Media, General Election contestant, Regulation, General Election, Campaign

#### Pendahuluan

Demokrasi dan Pemilu mempunyai hubungan yang sangat erat jika dikaitkan dengan Negara Demokrasi. Berdasarkan pasal 1 ayat 2 UUD 1945 yang menyatakan bahwa: " Kedaulatan berada ditangan rakyat dan dilaksanakan menurut UUD" Menjadikan konsekuensinya mempedulikan rakyat sebagai sumber pertama demokrasi yang berdaulat pada rakyat. Rakyatlah yang menjadi tokoh sentral utama pelaksanaan penyelenggaraan Negara, tetapi semua harus didasari oleh UUD, Itu bertanda kita mengutamakan Demokrasi tetapi tetap dalam koridor Negara Hukum ( Pasal I ayat 3 UUD 1945).

Sperti apa yang dikatakan Abraham lincoln's bahwa: sernment of the people, by the and for the people" lebih as lagi menurut pendapat Triwulan tutik yang menmaskan bahwa: Demokrasi acara harafiah identik dengan makna kedaulatan rakyat. egara Demokrasi adalah negara meg sistem pemerintahannya adaulatannya) berada ditangan sakvat, Kekuasaan tertinggi berada dalam keputusan rakyat, lakwat berkuasa, pemerintahan mkyat dan kekuasaan oleh mkyat.3 Di dalam Black's Law Dictionary menyatakan bahwa: Democracy is that form of government which the sovereign power resides in and is exercisedby the whole body of free citizens, as distinguished from a monerchi, mistocracy, or oligarch. According the theory of a pure democracy, mery citizen should participate Erectlyin the business of governing. and the legillative assembly should comprise the whole people. Sovereign powers are exercised by all the people orlarge number of them, or specifically, in modern use, of arepresentative government where there is equality of rights without hereditary or arbitary doffrences in

rank or privilage; and is distinguished from aristoceracy"

Sedangkan Pemilu adalah salah satu bagian dari implementasi dari Demokrasi itu sendiri. "Pemilihan Umum (pemilu) merupakan prasyarat penting dalam negara demoktrasi. Dalam kajian ilmu politik, sistem pemilihan umum diartikan sebagai kumpulan metode atau satu pendekatan dengan mekanisme prosedural bagi warga masyarakat dalam menggunakan hak pilih mereka"."

Pelaksanaan sistem pemilu Presiden dan wakil Presiden dan legislatif di Indonesia dari waktu kewaktu mengalami perubahan model sistem pemilu seiring dengan tuntutan demokrasi Indonesia yang puncaknya adalah pada saat pemungutan suara. Pemungutun suara di Indonesia dari tidak serempak menjadi serempak dengan ketentuan ketentuan yang sudah diatur kemudian dengan model model yang berbeda yang sudah disesuaikan demi kemajuannya. Untuk Pelaksanaan Pemungutan Suara tahun 2019 khususnya untuk Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden sudah sangat dekat ada beberapa proses sudah

Andrew Heywood, Politics, 2ed, New York: Palgrave, 2002, h. 67

<sup>\*</sup>Titik triwulan Tutik,Kenatruksi Hukum Tata Negara Indonesia Pasca Amandemen UUD 1943, Jakarta Premada Media Geoup, 2010, h. 67

Henry Campbell black, Black's Law Dictionary 4th, 57 Paul Minn, West Publishing, h, 518-519

<sup>\*</sup> Jimly Asshiddiqie, Menegakan etika provelenggaraan pemilu. Jakarta, Rajawali press. 2013

dijalani. Menurut jadwal yang ditetapkan oleh Lembaga Penyelenggaraan Pemilu, yaitu Komisi Pelaksanaan Pemilu, yang biasa disingkat KPU, Pada saat ini sudah masuk pada dua tahap yaitu: Kampanye Calon Anggota DPR,DPD dan DPRD serta pasangan calon Presiden dan wakil Presiden. (23 september 2018 s/d 13 April 2019) serta tahap Laporan dan audit Dana Kampanye (22 September 2018 s/d 2 Mei 2019) kedua tahap ini adalah tahap yang sangat Krusial dan menjadi bagian problematik sendiri Dimana dalam tahap kampanye dan Tahap pelaporan dana Kampanye ada bagian bagian yang menjadi ranah abu abu atau vacum norm yang harus segera diatur labih lanjut.

Adapun yang menjadi fokus penulis dalam hal ini adalah penyelenggaraan Pemilu pada pelaksanaan Kampanye, menurut UU No. 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum yang biasa disebut UU Pemilu. Pada UU Pemilu tersebut menjelaskan bahwa Media Kampanye atau metode kampanye mempunyai beberapa sarana salah satu sarananya adalah Media Sosial yang sangat riskan dalam pelaksanaannya, yang bisa saja digunakan pada masa yang sebelum atau sesudah kampanye. Untuk itu berdasarkan latar belakang

masalah ini maka rumusan masalahnya adalah Bagaimana Mekanisme Pengaturan Hukum pada Metode Kampanye yang menggunakan Media Sosial Pada Pemilu tahun 2019.

#### Metode Penelitian

Metode penelitian yang dipakai pada penelitian ini adalah Penelitian Hukum Normatif atau Hukum doktrinal, Penelitian hukum Doctrinal adalah penslitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka dan data sekunder denge proses untuk menentukan aturan hukum serta prinsip prinsip hukum, maupun doktrin doktrin hukum guna menjawah isu hukum yang dihadapi dengan berlandaskan pada ilmu hukum dalam arti luas dari sudut pandang tentang lapisan lima hukum. Menurut pendapat Arief Sidharta "ciri khas ilma Hukum terletak pada metode penelitiannya yaitu Metoda penelitian Normatif"."

### Kampanye Pemilu di Indonesia

Kampanye adalah sarana propoganda dalam pemilihan umum yang berfungsi sebaga ajang promosi para Partai peseta Pemilu, maupun para calas Lergislatif dan eksekutif bala secara indepen atau tidak, yang

<sup>1</sup> Ariel Scharte, Berleke Tentang Small Hukum, Hambang, CV Mendar Meta, 2006 h.218

fungsinya adalah untuk meyakinkan para pemilihnya untuk memilih mereka sebagai peserta Pemilu. Kampanye juga bisa diartikan "sebuah tindakan dan usaha yang bertujuan mendapat pencapaian dukungan,usaha. kampanye bisa dilakukan oleh perorangan atau sekelompok orang yang terorganisir untuk melakukan pencapaian suatu proses pengembalian keputusan didalam suatu kelompok".\* Lebih lanjut kampenye atau campaign dalam black's law dictionary menjelaskan bahwa "the things and necessary legal and factual acts done by a candidate and his adherents to obtain a majority me plurality of the votes to be cast."

Di dalam UU Nomor 15 mahun 2011 tentang Penyelenggara Pemilu tidak dijelaskan sama sekali tentang kampanye pemilu sedangkan pada UU No. 42 Tahun 2008 Tentang Pemilihan Limum Presiden dan wakil Presiden Pada Pasal 1 ayat 22 menjelaskan bahwa Kampanye Pemilu Presiden dan Wakil Presiden, selanjutnya disebut Kampanye, adalah kegiatan untuk meyakinkan para Pemilih dengan menawarkan visi, misi, dan program Pasangan Calon: Sedangkan pada Pasal 1 ayat 29

UU 8 Tahun 2011 Tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan perwalilan Daerah dan Dewan Perwakilan rakyat Daerah. Penjelasannya hampir sama dengan UU NO 42 Tahun 2008 Tetapi sudah menggunakan kata Peserta pemilu, sehingga Penjelasan Kampanye menjadi. Kampanye pemilu adalah kegiatan Peserta Pemilu untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi dan program peserta pemilu, Sehingga pada saat ini kita memakai UU No. 1 tahun 2017 tentang Pemilu, sebagai UU yang baru yang mengkodifikasikan dan disederhanakan menjadi satu undang undang sebagai landasan hukum bagi Pemilihan umum serentak.

Pada Pasal 1 Angka 35 UU No.7 Tahun 2017 tentang Pemilu, Kampanye adalah "kegiatan peserta pemilu atau pihak lain yang ditunjuk oleh peserta pemilu untuk meyakinkan pemilih dengan menawarkan visi misi program dan atau citra diri peserta pemilu." Sehingga Selain subtansial yang penting adalah peserta pemilu tetapi pihak lain juga bisa terlibat asalkan ditunjuk atau dimandatkan oleh peserta Pemilu.

Kampanye di Indonesia mempunyai model kampanye yang bermacam macam, Sehingga dari

<sup>\*</sup> https://wf.m.wrkipedia.org...diakses units tunggal 11 desember 2010

<sup>1</sup> ST Paul morn, Black's Law Dictionary, in edition, America, west publishing on E.186

tahun ke tahun, pemilu, mengalami banyak perubahan perubahan. Kampanye pada masa masa sebelumnya sudah bukan rahasia lagi biayanya sangat mahal dan merupakan beban ongkos politik yang harus disiapkan. Pada masa yang lalu pada saat kampanye maka akan marak dengan wajah wajah para calen pada spanduk spanduk, baliho baliho, poster poster yang memenuhi hampir semua tempat dan bidang yang kosong pada area perkotaan, maupun pedesaan, seakan tidak ada lagi ruang dan akibatnya keindahan kota atau desa menjadi semrawut dengan hal hal tersebut. Sehingga dari tahun ke tahun KPU mencoba merancang maupun mendesain agar pelaksanaan kampanye bisa menghemat ongkos politik. Maka dibuatlah pembatasan penggunaan atribut kampanye, agar bermanfaat untuk penghematan biaya biaya pasangan calon legislatif maupun eksekutif serta untuk menjaga estetika lingkungan pada masa Kampanye. Belum lagi pelaksanaan kampanye terbuka dan tertutup "untuk melaksanakan kampanye terbuka dan tertutup ini tentunya membutuhkan biaya yang lumayan besar. Alokasi biaya yang cukup besar adalah untuk biaya pengerahan massa dan hiburan (entertainment) besarnya biaya Kampanye ini menjadi

salah satu beban ongkos politik yang harus disiapkan."\*kampanye merupakan kunci keberhasilan dalam menentukan kemenangan pemilu, sebagai media komunikasi politik kampanye berfungsi unuk meyakirkan pemilih mengenal program program yang akan dijalankan oleh calon pemimpinnya. Sehingga dibutuhkan kreatifitas dari peserta pemilu.

lika dibandingkan dengan Aturan Hukum tentang Penyelenggaraan Pemilu pada UU No. 15 tahun 2011, UU No. 42 tahun 2008 dan UU No. 8 Tahun 2011 Metode Kampanyenya masih sebatas Pertemuan terbatas, tatap muka dan dialog, penyebaran melalui media cetak dan media elektronik, penyiaran melalui radio dan/atau televisi, Penyebaran bahan Kampanye kepada umum, pemasangan alat peraga di tempat Kampanye dan di tempat lain yang ditentukan oleh KPU, debat Pasangan Calon tentang materi Kampanye Pasangan Calon, Serta kegiatan lain yang tidak melanggar peraturan perundang-undangan Hal yang menarik adalah Pada UU 7 tahun 2017 tentang Pemili vang semakin lengkap den memasukan Media Sosial sebagai Media kampanye, Tepatnya pada Pasal 275 ayat 1 bagian e.

<sup>\*</sup> Rahmat Hullyson MZ, Sri sumbol Filkasa perush Euroria, Miskim Makes Bestari, Jokatta h 123

Kemajuan teknologi infornasi dan komunikasi telah sengubah cara berkomunikasi nanusia. Cara komunikasi tanusia baik sebagai individu taupun kelompok di ranah osial, budaya, dan ekonomi tak rrlepas dari kemajuan teknologi ersebut, tak terkecuali kancah olitik. Media sosial menurut lichael cross adalah sebuah itilah yang menggambarkan tacam macam teknologi yang igunakan untuk mengikat rang orang kedalam suatu olaborasi, saling bertukar infortasi dan berinteraksi melalui isi esan yang berbasis web. Sedangan menurut Varinder Taprial an priya Kanwar, media sosial dalah media yang digunakan leh individu agar menjadi sosial tau menjadi sosial secara daring engan cara berbagi isi, berita, ito dan lain lain dengan orang in.16 Perkembangan Teknologi ing sangat Pesat berbanding irus dengan sosial media, lanusia adalah mahluk sosial shingga semakin banyak jumlah sial media yang ada, terutama Indonesia. Perkembangan ledia sosial yang sangat pesat ini sa terlihat dari banyaknya mlah anggota yang dimiliki oleh

Asosiasi penyelenggara jasa internet Indonesia (APJII) mencatat setidaknya jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 143 juta tahun 2017 atau lebih separuh dari jumlah penduduk. Apabila dibandingkan dengan jumlah daftar pemilih tetap (DPT) yang ditetapkan pertama kali oleh komisi Pemilihan umum (KPU), maka sekitar 76,47 persen dari total DPT adalah pengguna internet.

Adapun ciri ciri dari media sosial adalah; "Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa ke berbagai banyak orang contohnya pesan melaul sms ataupun internet. Pesan yang disampaikan bebas tanpa harus melalui suatu gatekeeper, Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibanding media lainnya. penerima pesan yang menentukan waktu interaksi". 12 Dan tercatat ada sekitar 10 ( sepuluh) macam media sosial yang sangat digemari atau paling banyak digunakan penduduk di Indonesia: yaitu: Faccebook, Twitter, Path. Instagram, whatsApp, Line, BBM, Youtube, Tumbir, Kaskus. Dan tak jarang para peserta pemilu menggunakan media

un media sosial itu sendiri.

<sup>\*</sup> https://www.goosgle.com/ampis/pakar monikasi com/ pengertian media sosial....

ikses pada tanggal 12 Desember 2018 \*Bud

httpps://www.aktual.com. Menorthung an allakses pada kanggol 5 desember 2018 -

https://www.guruperolldikan.co.id/Z1em-pergertian-medi-sonal ...diakwa pada tgi 15 Desember-2018

kampanye ini yang umumnya lebih khusus ditujukan kepada generasi milenial yang jumlahnya sangat banyak di Indonesia, Tetapi seiring dengan perkembangan zaman Media sosial bukan hanya digemari oleh kalangan Milenial saja tetapi untuk semua kalangan, Untuk kalangan yang tidak muda lagi teknologi internet dan pemakaian media sosial mau tidak mau harus menggunakannya karena alasan tuntutan pekerjaan ataupun dalam hal memantau keseharian anak mereka, sehingga menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam keseharian mereka juga. Itu sebabnya pada masa kampanye di pakai oleh Peserta pemilu untuk memberikan informasi tentang mereka minimal terkait visi misi dan tujuan tujuan mereka .

Kampanye Pemilu Tahun 2019 sedang berlangsung, tepatnya dimulai dari tanggal 23 September 2019-13 April 2019. Tentunya diperlukan sejumlah aturan yang menjadi dasar pelaksanaan kampanye media sosial, karena melihat dari ciri ciri media sosial, setiap orang atau siapa saja bisa mempunyai satu akun dan beberapa akun dan penggunanyapun tanpa batas, dan tanpa dibatasi oleh waktu tentunya, sedangkan pada Kampanye Pemilu, Masa

kampanye dibatasi oleh waktu Berdasarkan Regulasi Pemilu yang menyebutkan bahwa media sosial adalah sebagai alat untuk kampanye yaitu Pada Pasal 275 ayat 1 huruf E UU No. 7 Tahun 2017 Tentang Pemilu yang sebelumnya di dalam Pasal 267 menyatakan bahwa Kampanye pemilu merupakan bagian dari pendidikan politik masyarakat dan dilaksanakan secara bertanggungjawab dan dalam pelaksanaannya dengan ketentuan dilakukan secara serentak antam kampanye pemilu Presiden das wakil presiden dengan Kampanye anggota DPR, DPR, DPD dan DPRD, menurut penulis ini meropakan konsekuensi yang sangar besar dan harus disertai peraturan yang sangat mendetail/ atau pengaturan administrasinya harus benar benar tentang pelaksanaan kampanye dengan media sosial. jika kita simak UU Pemilu yang baru ini pada bab VII yang membahas tentang Kampanye Pemilu hanya menyebutkan saja media sosial adalah salah satu (1) di sembilan (9) jenis metode Kampanye di Pasal 275 ayat 1 huruf e adapun kesembilan kampanye tersebut adalah: Pertemuan terbatas, Pertemuan tatap muka, Penyebaran bahan Kampanye pemilu kepada um Pemasangan alat peraga di tempa umum, iklan media massa cetak rapat umum, debat pasangan alon, ketentuan lain yang tidak melanggar larangan kampanye semilu dan ketentuan peraturan serundang-undangan.

Untuk Metode Kampanye musangan alat peraga di tempat mum. iklan media massa cetak an debat pasangan calon ketiga metode kampanye ini difasilitasi EPU dan dapat didanai oleh AFBN, sedangkan Pertemuan serbatas Pertemuan tatap muka, myebaran bahan kampanye remilu kepada umum dan remasangan alat peraga di senat umum dilaksanakan sejak (3) hari setelah didaftarkan mion tetap anggota legislatif Man calon Presiden Untuk metode Kampanye Iklan Media mussa cetak dan rapat umum amentuannya adalah dilaksamakan selama 21 hari sampai lai masa tenang, dan pada pasangan calon dilaksanakan ma (5) kali. Sehingga nampak was di pasal 276 dan pasal 277 kelanjutan penjelasan metode punye (pasal 275) dipasal 276 Pasal 277 tidak sama sekali mahas lebih lanjut tentang makaian metode kampanye Sosial tersebut

Perihal Metode Kampanye atia Sosial dijelaskan lebih at pada Pasal 291, Pasal 292 pasal 294 dan itupun hanya aitan tentang pemberitaan, yiaran dan iklan kampanye yang substansi isinya sudah diatur tidak boleh melanggar ketentuan pada pasal 280 yang lebih pada substansi pemberitaan yang mengancam keutuhan NKRL seperti mempersoalkan Dasar Negara Pancasila, Pembukaan UUD 1945, unsur sara, menghasut dan mengadu domba suku, agama, perorangan dan masyarakat, merusak alat peraga dan hal hal yang menganggu ketertiban umum. Kemudian pada pasal 293 UU Pemilu.

Pasal 292 menjelaskan bahwa Media massa cetak, media daring. media sosial dan lembaga penyiaran dilarang menjual blocking segment atau blocking fine untuk kampanye pemilu pada pasal 292 ini. Kemudian pada Pasal 292 ayat 3 menyatakan bahwa media massa. cetak, media daring, media sosial, lembaga penyiaran dan peserta pemilu dilarang menjual spot iklan yang tidak dimanfaatkan oleh salah satu peserta pemilu kepada peserta Pemilu yang lain. Dari bagian bagian pasal diatas terlihat jelas Pasal pasal tersebut hanya memfokuskan kepada media cetak atau lembaga Penyiaran saja. Sementara tentang Batas Waktu untuk Media sosial sama sekali tidak diatur dengan jelas pada. masa kampanye dan bisakah dibatasi sementara.

Media sosial tidak bisa dibatasi oleh waktu kapanpun tentunya perlu pengaturan media sosialnya dan siapa saja yang bisa memiliki akun resminya dan harus didaftarkan sebagai media sosial resmi atau akun resmi peserta pemilu yang berkampanye. Untuk batas waktunya. Pada peraturan diatas tertulis bahwa batas waktu untuk media sosial hanya tentang iklan kampanye yang di batasi 21 hari bersama dengan metode kampanye iklan media masa selanjutnya dalam UU pemilu ini tidak mengatur secara detail atau sangat minim pengaturan tentang media sosial padahal kita tahu sangat banyak warga masyarakat yang menggunakan media sosial.

Pengaturan Media Sosial yang sangat minim di UU ini sehingga diperlukan pengaturan lagi lebih lanjut oleh peraturan peraturan dibawahnya yang dibuat oleh lembaga penyelenggara pemilu yang lebih berkompeten, hanya saja pembuatan aturan tersebut bisa dikatakan agak teriambat karena proses Kampanye sudah berlangsung kemudian peraturan itu terbit.

Peraturan tentang Media sosial sebagai alat atau metode Kampanye meskipun agak terlambat diatur pada Peraturan Komisi pemilihan Umum, tepatnya Pada PKPU No. 23 Tahun

2018 tentang Kampanye Pemilu. PKPU tersebut di tetapkan pada Tanggal 18 juli 2018 oleh Ketua Arief Budiman dan diundangkan pada tanggal 26 Juli 2018 oleh Dirjen Peraturan Perundang undangan kementerian Hukum dan HAM, sebenamya Peraturan kampanye ini bisa dikatakan agak terlambat mengingat masa kampanye tinggal satu bulan lebih sejak ditetapkan peraturan ini, Peraturan ini hanya mengatur beberapa hal yang paling fokus adalah hanya pada Pasal 35 ayar 2 PKPU No.23 Tahun 2018 yang menyatakan bahwa Akun Media Sosial yang bisa dipakai dalam menyalurkan kampanye paling banyak 10 (sepuluh) akun untuk setiap jenis aplikasi. Kemudian desain dan materi Media Sosial sebagaimana yang dimaksud paling sedikit memuat visi misi dan program peserta Pemilu. Di pasal berikutnya mengatur tentang wajib lapor tersebut paling lambat adalah sehan sebelum masa kampanya Kemudian Akun tersebut harus wajib ditutup pada hari terakhir Padahal ada beberapa hal yang berkaitan dengan substansi yang harus diatur secara jelas dan hanya persoalan didaftarkan batasan akun dan ditutup kapar akun tersebut, karena menginga media sosial adalah sarana yang sangat cepat terhubung dengan rakyat dan bisa segera desaat Pemilu tidak menjadi pemecah bangsa.

Problematika yang terputus masalah ini atau menjadi dalam pelaksanaanadalah KPU harus memwadah sosialisasi yang an masyarakat bisa mengdengan cepat, dan KPU menjadi pion atau pilot ttama untuk mengawal menjadi Sosial, menjadi megat bijaksana jika akun akun tersebut bukan hanya umkan pada media televisi me Radio tetapi terlink pada metsite KPU kalau perlu juga Website Bawaslu dan DKPP.

Jika kita amati pada website dan jika dibuka websitenya m kekolom Menu semestinya anka kita mengakses pada bagian Peserta pemilu atau menu Empanye disitu kita bisa menapatkan informasi yang jelas m kongret tentang akun akun mana saja yang sudah didaftarsan dan menjadi corong dari peserta pemilu pada pelaksanaan sampanye media sosial. Tetapi -pertinya itu belum terealisasi. Hal ini menjadi sangat penting -hingga dalam pertanggungawabannya pun bisa dengan mudah dan terorganisir. Kemudian ada aturan yang mengatur jika konten di media sosial tersebut

apa bisa dilakukan oleh orang luar atau diluar tim kampanye. Dan batasan batasan diluar jadwal kampanye serta pelanggaran ketentuan kampanye.

#### Penutup

Masa kampanye adalah masa pertarungan ide para peserta kampanye, pada masa-masa yang lalu masa kampanye selalu diidentik dengan pesta demokrasi. dan tak jarang jadi ajang bagi bagi uang, namun kali ini seiring dengan kedewasaan demokrasi negara kita. Masa Kampanye sudah semakin di Desain dengan beretika dan berintelektual. Dengan seperangkat aturan yang dikodifikasikan, maka kampanye sekarang menjadi semakin cerdas dan berwibawa, hanya saja ada beberapa kekurangan kekurangan dan menjadi kekosongan aturan hukum, ketika subyek sarana kampanye sudah di wajibkan atau diperbolehkan dipakai tetapi aturan pelaksanaan dilapangan kurang memadai, sehingga tercipta problematik tersendiri baik bagi Peserta Pemilu, penyelenggara dan Masyarakat.

Kampanye Pemilu Tahun 2019 sedang berlangsung, tepatnya dimulai dari tanggal 23 September 2019-13 April 2019. Tentunya diperlukan sejumlah aturan aturan yang menjadi dasar pelaksanaan kampanye media sosial karena melihat dari ciri ciri media sosial, setiap orang atau siapa saja bisa mempunyai satu akun dan beberapa akun dan penggunaanyapun tanpa batas, dan tanpa dibatasi oleh waktu tentunya, sedangkan pada Kampanye Pemilu, Masa kampanye dibatasi oleh waktu. Berdasarkan Regulasi Pemilu yang menyebutkan bahwa media sosial adalah sebagai alat untuk kampanye yaitu Pada Pasal 275 ayat 1 huruf E UU No 7 Tahun 2017 Tentang Femilu, yang sebelumnya didalam Pasal 267 menyatakan bahwa Kampanye pemilu merupakan bagian dari pendidikan politik masyarakat dan dilaksanakan secara bertanggungjawah dan dalam pelaksanaannya dengan ketentuan dilakukan secara serentak antara kampanye pemilu Presiden dan wakil presiden dengan Kampanye anggota DPR DPR, DPD dan DPRD.

Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang contohnya pesan melaui sms ataupun internet. Pesan yang disampaikan bebas tanpa harus melalui suatu gatekeeper, Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibanding media lainnya penerima pesan yang menentukan waktu interaksi. 19

Dan tercatat ada sekitar 10 (sepuluh) macam media sosial yang sangat digemari atau paling banyak digunakan penduduk di Indonesia yaitu: Faccebook, Twitter, Path, Instagram, whatsApp, Line, BBM, Youtube, Tumbir, Kaskus.

Itu sebabnya pada masa kampanye di pakai oleh Peserta pemilu untuk memberikan informasi tentang mereka minimal terkait visi misi dan tujuan tujuan mereka harus diperlengkapi dengan regulasi atau aturan aturan serta akses masyarakat yang bisa dipertanggungjawabkan.

Media sosial adalah media pembelajaran politik yang paling handal pada saat musim kampanye. Media sosial mampu menembus waktu kapanpun dadimanapun masyarakat Indonesia mengaksesnya, dan tentimu sarana sangat efektif untuk Peserta pemilu mempropogandakan tentunya hal ini dalam implementasinya harus disikap dengan cermat oleh tembaga resmi penyelenggara Pemiluseperti KPU atau Bawaslu Dadi DKPP.

Jika dalam aturan pelaksannya sehari setelah Pendaria Peserta Pemilu, Peserta Pemiluharus mendaitarkan akun Medasosialnya maka harus diika pengumuman oleh KPU kepada

<sup>\*</sup> heps://www.sutupcodifikes.co.id.21cm-progettian-mediacolal...dialors pada tgl 15 Desember-2018

masyarakat. Bahwa akun media sosial yang mana saja yang merupakan akun yang resmi, perlu ada sosialisasi kepada masyarakat tentang akun akun tersebut,masyarakat juga harus menjadi peneliti yang aktif erhadap akun akun tersebut jika akun tersebut memuat hal hal ang negatif bisa ada link yang imgsung ke KPU. Kemudian akun tersebut harus dicatatan dalam salah satu Menu ampanye Pemilu dalam website KPU disertai aturan hukum media sosialnya, baik apakah bentuk akun itu dalam bentuk memakai nama organisasi partai stau akun yang mengatas mamakan pribadi.

KPU sebelum kampanye mestinya mewartakan atau mengumumkan kepada masyamaat mana sajakah akun resmi wang mengikuti kampanye sehingga diluar akun akun mrsebut masyarakat jangan muritu percaya informasi yang mawarkan. Akun tersebut harus mengisyaratkan foto profil yang map yang sudah ditentukan whingga diluar akun tersebut adakah bukan akun resmi. Remudian bagaimana jika akun mebut dikelola oleh orang yang merupakan bagian dari tim ampanye, substansi konten sampanye dan sebagainya. Bagaimana sanksinya lika ada

yang melangar kaidah kaidah tersebut. Sebagai Lembaga penyelenggara kampanye jika perlu KPU, Bawaslu dan DKPP harus mempunyai kerjasama penyedia aplikasi konten media sosial pada saat kampanye. Untuk itu dibutuhkan pengaturan yang lebih terinci lagi sehingga dengan pemakaian Media sosial secara cermat dan cerdas tanpa Kampanye hitam bisa terlaksana untuk membangun kecerdasan berdemokrasi Bangsa.

#### DAFTAR PUSTAKA

#### Buku

Andrew Heywood, Politics, 2ed, New York: Palgrave, 2002.

Asshiddiqie jimly, Menegakan etika penyelenggaraan pemilu, Jakarta, Rajawali press, 2013

Henry Campbell black, Black's Law Dictionary 4th, ST Paul, Minn, West Publishing, T.Paul minn, co., 1979

Rahmat Hollyson MZ, Sri sundari, Pilkada penuh Euforia, Miskin Makna, Bestari, Jakarta

Titik triwulan Tutik, Konstruksi Hukum Tata Negara Indonesia Pasca Amandemen UUD 1945, Jakarta:Prenada Media Group, 2010.

# Perundang-undangan

UUD NKRI 1945

UU No. 15 tahun 2011 Tentang Penyelenggara Pemilu

UU No. 42 tahun 2008 Tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden

UU No. 8 Tahun 2011 Tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan perwalilan Daerah dan Dewan Perwakilan rakyat Daerah

UU No. 7 Tahun 2017 Tentang Pemilu

PKPU No. 23 Tahun 2018 Tentang Kampanye Pemilu.

#### Internet

https://id.m.wikipedia.org... diakses pada tanggal 11 desember 2018

https://www.gooegle.com/amp/s/ pakarkomunikasi.com/ pengertian media sosial... diakses pada tanggal 12 Desember 2018