

Hoax Dalam Perspektif Hukum Indonesia¹

Tansah Rahmatullah¹⁾

¹⁾ Universitas Islam Nusantara, Bandung
E-mail: tansah_rahmatullah@uinus.ac.id

Abstract. *The massive use of social media to share information that is not accompanied by adequate media literacy can be a serious threat to the Indonesian nation if the shared information is containing slander messages, fake news, hate speech, provocation, SARA sentiment. The hoax is a negative opinion contain slander and others, can lead to a riot, a clash, insecurity feeling, fear, ruined one's reputation and material lost. The problems relate to Hoax in the perspective of Indonesian law about how is hoax regulated in Indonesian law and also its legal liability. This research uses normative legal research methods using a normative juridical approach. The normative juridical approach is conducted by examining and analyzing secondary data in the form of primary, secondary, and tertiary legal materials. Based on the research, it is found that in Indonesia there is differences regulation in legislation which become legal protection for handling hoax as indicated by the existing of the legislation that regulates a criminal act with different qualification and different legal threats. There is confusion as to which legal rule to use, whether the positive rule (Criminal Code) or a rule that specifically regulates the criminal acts committed in the cyberspace, in other words, sui generis. It is necessary to make efforts to find a comprehensive legal concept that can resolve the hoax.*

Keywords: *Hoax, Society, Media, Law Enforcement*

Abstrak. Masifnya penggunaan media sosial untuk berbagi informasi yang tidak dibarengi dengan literasi media yang memadai dapat menjadi ancaman serius bagi bangsa Indonesia bila berita informasi yang dibagikan tersebut berisikan pesan yang berisi fitnah, berita bohong, ujaran kebencian, provokasi, sentimen SARA. *Hoax* berupa opini negatif berisi fitnah, *hate speech*, dan lainnya, bisa berujung pada terjadi kegaduhan, adanya bentrokan, munculnya rasa tidak aman, ketakutan, rusaknya reputasi dan kerugian materi. Permasalahan terkait dengan *Hoax* dalam perspektif hukum Indonesia berkaitan dengan bagaimanakah pengaturan *Hoax* dalam hukum Indonesia dan bagaimana pula pertanggungjawaban hukumnya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan menggunakan dua pendekatan, yaitu pendekatan yuridis normatif dan pendekatan yuridis komparatif. Pendekatan yuridis normatif dilakukan dengan mengkaji dan menganalisis data sekunder berupa bahan-bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan tersier. Pendekatan yuridis komparatif dilakukan dengan melakukan perbandingan terhadap hukum di negara yang mengatur tentang *Hoax* dan penanganannya. Berdasarkan penelitian diperoleh bahwa di Indonesia terdapat perbedaan pengaturan dalam peraturan perundang-undangan yang menjadi payung hukum penanganan *Hoax* yang ditunjukkan dengan adanya peraturan perundang-undangan yang mengatur satu perbuatan pidana dengan kualifikasi dan ancaman hukum yang berbeda. Ada kebingungan mengenai aturan hukum mana yang akan dipakai, apakah hukum positif (KUHP) atau aturan yang secara khusus mengatur mengenai perbuatan pidana yang terjadi di ruang siber (elektronik) dengan kata lain *sui generis*. Kiranya perlu dilakukan upaya-upaya untuk menemukan konsep hukum yang komprehensif dan mampu menangani permasalahan *Hoax*.

Kata Kunci: *Hoax, Masyarakat, Media, Penegakan Hukum*

¹ Artikel ini dipresentasikan pertama kali pada *ADRI 18th International Conference on ASEAN and Globalization (ICAG)*, UNISZA, Kuala Terengganu, Malaysia, 25-26 Juli, 2018

I. PENDAHULUAN

Saat ini, ruang siber telah menjadi jawaban dari impian untuk melampaikan kebebasan berkomunikasi, mendapatkan dan menyebarkan informasi (*free flow of information*) serta kebebasan mengemukakan pendapat (*freedom of speech*) tanpa mengindahkan lagi norma-norma yang berlaku dalam kehidupan sehari-hari².

Arus bebas informasi (*free flow of information*) berimplikasi pada percepatan lalu lintas informasi di ruang maya, dimana setiap orang dengan sangat mudah mendapatkan informasi, memproduksi informasi dan menyebarkan informasi lewat beragam jenis media informasi yang terus tumbuh dan berkembang, seperti website, blog, serta media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *Instagram*, *whatsapp*, dan bentuk media sosial lainnya. Permasalahan yang muncul dari cepatnya lalu lintas informasi tersebut adalah seringkali filter dan *chrosscheck* atas konten informasi yang diperoleh, diproduksi, dan disebarluaskan tersebut terabaikan.

Freedom of speech yang tumbuh berkembang pesat pasca reformasi 1998 berakibat pada adanya perubahan pola komunikasi yang terjadi dalam masyarakat saat ini dimana ruang siber telah berhasil membentuk sebuah gaya dan pola baru komunikasi serta penyebaran informasi bagi masyarakat modern. Sebuah masyarakat baru tercipta, *masyarakat informasi*, dimana masyarakat melakukan kegiatan distribusi, penggunaan, dan manipulasi informasi dalam aktivitas ekonomi, politik, dan budaya secara signifikan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan kompetitif melalui penggunaan teknologi informasi.

Masyarakat informasi menggunakan sarana teknologi informasi dengan intensitas yang tinggi dalam kehidupannya sehari-hari dan menggunakan teknologi yang sama atau kompatibel untuk berbagai kegiatan pribadi, sosial, pendidikan, bisnis, bahkan untuk mengisi waktu luang³.

Perubahan pola komunikasi yang terjadi dalam masyarakat informasi saat ini memberikan dampak pada perilaku kehidupan masyarakat moderen. Pola komunikasi yang telah mapan terdiri dari pola '*one-to-many audiences*' atau dari satu sumber ke banyak pemirsa (seperti buku, radio, dan televisi), dan pola '*one-to-one audience*' dari satu sumber ke satu pemirsa atau (seperti telepon dan surat). Sedangkan pada pola komunikasi masyarakat siber lebih menggunakan kombinasi pola '*many-to-many*' dan pola '*few-to-few*'⁴.

Media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis Internet dengan menggunakan teknologi *Web 2.0* yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user generated content*⁵ sebagai media baru pada kenyataannya saat ini, tidak hanya digunakan untuk sekedar bersosialisasi semata namun juga sudah meluas menjadi sarana bertukar informasi, berbisnis (jual-beli, dan iklan), berkampanye, mengajukan protes, ajakan berdemonstrasi, bahkan mencari jodoh (*dating*).

Masifnya penggunaan media sosial untuk berbagi informasi yang tidak dibarengi dengan literasi media yang memadai dapat menjadi ancaman serius bagi bangsa Indonesia, bila berita informasi yang dibagikan berisikan pesan yang berisi fitnah, berita bohong, ujaran kebencian, provokasi, sentimen SARA dan bisa berujung pada terjadinya kegaduhan, bentrokan, rasa tidak aman, ketakutan, rusaknya reputasi dan kerugian materi. *Hoax* merupakan kebiasaan yang lahir dari ketidaksiapan masyarakat pengguna teknologi informasi ditambah dengan perilaku tidak bertanggungjawab orang-orang yang mempunyai kepentingan kotor, menciptakan manipulasi berita yang sengaja dilakukan untuk memberikan pengakuan atas pemahaman yang salah. *Hoax* telah menjadi persoalan serius dan menjadi wabah nasional yang mampu menghadirkan perpecahan, instabilitas politik dan

² Abdul Wahib, Mohammad Labib, *Kejahatan Mayantara (Cyber Crime)*, Refika Aditama, Bandung, 2010, Hal. 32

³ https://id.wikipedia.org/wiki/Masyarakat_informasi, (diakses pada 6/2/2018 pukul 10.08 am)

⁴ Vibrizta Juliswara, "Mengembangkan Model Literasi Media yang Berkebhinnekaan dalam Menganalisis Informasi Berita Palsu (Hoax) di Media Sosial, *Jurnal Pemikiran Sosiologis* Volume 4 No. 2, Agustus 2017, Hlm. 148

⁵ Kaplan Andreas M. Michael Haenlein, "User of the World Unite: The Challenges and Opportunities of Social Media, *Kelley School of Business, Indiana University, Business Horizon*, 2010, Hlm. 59-68

gangguan keamanan yang berpotensi menghambat pembangunan nasional.

Selain itu, *Hoax* telah menjadi lahan dan sarana untuk mendapatkan simpati, lahan pekerjaan, sarana provokasi, agitasi, dan sarana untuk mencari keuntungan politik serta ekonomi sebagaimana halnya kasus ketika Pilkada DKI 2017 berlangsung yang melibatkan sebuah sindikat yang menggunakan grup *facebook* seperti Saracen News, Saracen Cyber Team, dan Saracennew.com untuk menggalang lebih dari 800 ribu akun di media sosial, dan bekerja berdasarkan pesanan dengan tarif puluhan juta.

Permasalahan *hoax* sebenarnya telah disikapi secara serius oleh pemerintah, namun perlu juga kehati-hatian dalam hal penegakan hukumnya. Penegakan hukum atas permasalahan *hoax* adalah sebuah keniscayaan dengan tidak perlu merusak semangat kebebasan berekspresi dalam sistem yang demokratis. Pendekatan pada level hulu mutlak dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan dengan merumuskan dan melakukan pendidikan literasi berbasis multikularisme. Pada level hilir, penegakan hukum harus dilakukan tanpa pandang bulu namun tetap mengedepankan prinsip kehati-hatian.

Berkaitan dengan hal tersebut, dapat diidentifikasi permasalahan terkait dengan *Hoax* dalam perspektif hukum Indonesia dengan perumusan masalah bagaimanakah pengaturan *Hoax* dalam hukum Indonesia? Bagaimana pula pertanggungjawaban hukumnya?

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan menggunakan pendekatan yuridis normatif. Pendekatan yuridis normatif dilakukan dengan mengkaji dan menganalisis data sekunder berupa bahan-bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan tersier⁶.

Spesifikasi penelitian ini adalah penelitian deskriptif analitis untuk menggambarkan dan menganalisa masalah yang ada melalui

pendekatan penelitian kepustakaan (*library research*) yang disajikan secara deskriptif.

Penelitian hukum normatif ini menggunakan jenis data sekunder karena lebih menitikberatkan pada studi kepustakaan. Data sekunder sendiri dapat dibedakan menjadi bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier⁷,⁸. Bahan Hukum Primer, yaitu bahan hukum yang mengikat yang terdiri dari peraturan perundangan di Indonesia yaitu UUD 1945, KUHP, UU No. 11 Tahun 2008, UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, UU No. 1 Tahun 1946 tentang Peraturan Hukum Pidana, Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 19 tahun 2014 Tentang Penanganan Situs Internet Bermuatan Negatif serta peraturan perundangan internasional yang terkait dengan permasalahan penelitian ini. Bahan Hukum Sekunder, yaitu bahan hukum yang erat hubungannya dengan bahan hukum primer dan dapat membantu dalam menganalisis serta memahami bahan hukum primer, misalnya buku-buku yang relevan, hasil-hasil penelitian, hasil pertemuan ilmiah (seminar, simposium, diskusi). Bahan hukum tersier, yaitu bahan yang akan memberikan petunjuk informasi/penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, seperti kamus, index dan lain-lain.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Saat ini pemanfaatan media sosial di Indonesia mengalami perkembangan yang luar biasa, penggunaannya pun terus berkembang pesat, Barry Wellman mengungkapkan salah satu alasannya adalah bahwa dalam suatu jejaring sosial (media sosial) tidak ada batasan hierarki dalam berkomunikasi yang terjadi didalamnya⁹. Masyarakat jejaring sosial (*social network society*) tumbuh karena kebutuhan untuk mengekspresikan ide-ide dan pemikiran manusia yang berkaitan dengan situasi politik, ekonomi, sosial dan budaya

⁷ *Ibid*, Hlm. 25

⁸ Sarjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Rajawali, Jakarta, 1985, Hal. 39

⁹ Barry Wellman, "Physical Place and Cyberplace: The Rise of Personalized Networking", *International Journal of Urban and Regional Research*, Volume 25, Issue 2, Juni 2001, Hlm. 227-252

⁶ Lili Rasjidi dan Ira Thania Rasjidi, *Filsafat Ilmu, Metode Penelitian, dan Karya Tulis Ilmiah Hukum, (Metode Penelitian Hukum)*, Monograf, Program Studi Magister Ilmu Hukum Pascasarjana Universitas Islam Nusantara, Bandung, 2012, Hlm. 7

yang disebabkan oleh penyebaran jaringan, dan teknologi digital.

Atas nama kebebasan, *netizen*, seringkali lupa diri. Media sosial saat ini dipenuhi dengan beragam *Hoax*, isu-isu SARA, ujaran kebencian (*hate speech*), provokasi, fitnah, sikap intoleran, anti Pancasila dan keadaannya cukup memprihatinkan, dimana akhir-akhir ini penyebaran *Hoax*, ujaran kebencian, isu SARA, dan bentuk-bentuk intoleransi lainnya begitu luas tersebar di jejaring media sosial, bahkan mulai mengancam keutuhan bangsa. Selain media sosial, tidak sedikit pula media *mainstream* (cetak dan digital) yang terjebak dalam *Hoax*, bahkan ada yang menebarkan berita dan informasi palsu sebagai tujuan politik.

Maraknya berita mengenai informasi palsu, ujaran kebencian, provokasi, intoleransi di media sosial mulai ramai beredar dan diperbincangkan, dibahas, didiskusikan, dikaji, sejak pelaksanaan Pemilihan Presiden 2014 lalu, berlanjut pada pelaksanaan Pilkada DKI Jakarta 2017, dimana kekuatan Nasionalis dan Agamis berhadapan (*vis a vis*) dan berubah menjadi kelompok *supporters* dan *haters* pada posisinya masing-masing diantara kelompok *silent majority*.

Berdasarkan data Kementerian Komunikasi dan Informatika sebagaimana dilansir di www.mediaindonesia.com¹⁰, terdapat sekitar 800 ribu situs yang memproduksi *Hoax* di internet. Subdirektorat Cyber Crime Polda Metro Jaya menyebut sekitar 300 konten media sosial menyebarkan *Hoax*, yang kebanyakan diproduksi para buzzer politik yang tidak jarang menggunakan nama menyerupai media yang terverifikasi.

Dalam konteks media *mainstream* (diluar media sosial), maraknya penyebaran *Hoax* dan ujaran kebencian pada saat Pilpres 2014 dilatarbelakangi oleh salah satunya adalah banyaknya pemimpin media yang membuat parpol, dan banyak parpol yang membuat media, atau media yang kemudian berpihak kepada satu parpol atau calon presiden [9]. Sehingga masuknya kepentingan politik didalam media tersebut membuat berita-berita di media arus utama (*mainstream*) memiliki berbagai versi tentang suatu peristiwa. Misalnya satu media

mengatakan ekonomi Indonesia membaik, sementara media lain mengatakan ekonomi terpuruk, meskipun wartawan dari kedua media itu melakukan peliputan peristiwa dan fakta yang serupa. Kondisi tersebut membuat tingkat kepercayaan masyarakat Indonesia terhadap media *mainstream* mengalami penurunan sebagai akibat dari pemberitaan yang berbeda-beda dan cenderung mengikuti selera dan pesanan pemiliknya. Alhasil, turunnya tingkat kepercayaan masyarakat dan adanya keinginan masyarakat untuk mencari berita-berita alternatif, berhasil dimanfaatkan oleh segelintir pihak dengan membuat *Hoax* untuk mendapatkan keuntungan ekonomi.

Dalam konteks media sosial, maraknya wabah *Hoax* di masyarakat dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya adalah faktor kebiasaan masyarakat yang selalu ingin cepat berbagi informasi, tergesa-gesa untuk membagikan berita, suka bercerita tentang sebuah informasi yang diterimanya tanpa melakukan pengecekan terlebih dahulu terhadap kebenarannya, darimana datangnya berita informasi tersebut, atau siapa yang pertama kali membuat berita tersebut. Kebiasaan tersebut terjadi secara berantai dari satu pengguna ke pengguna lainnya dalam proses yang sama, tanpa validasi dan *crosscheck* kebenarannya, mudah sekali untuk menerima dan menyebarkannya, apalagi jika berita informasi tersebut sudah dibumbui dengan praktek provokasi untuk kepentingan tertentu yang mampu mempengaruhi emosi, perasaan, pikiran bahkan tindakan masyarakat, dan kemudian menjadi viral ditengah-tengah masyarakat kita.

Hoax sebagaimana yang terjadi pada saat Pilpres 2014 lalu, seperti informasi mengenai salah satu calon Presiden, Joko Widodo, yang diinformasikan sebagai seorang PKI dan beragama Kristen (bahkan terus terjadi sampai sekarang) menjadi viral di masyarakat, bahkan bisa dikatakan berhasil membuat masyarakat kita menjadi terbelah, terpecah, terkotak-kotak, ditengah hiruk pikuk demokrasi yang baru seumur jagung pasca reformasi.

Hunt Allcott dan Matthew Gentzkow¹¹ menyebut beberapa alasan mengapa platform

¹⁰ <http://www.mediaindonesia.com/index.php/news/read/91080/melawan-Hoax-membangun-gerakan-literasi-1/2017-02-08> (diakses pada 6/2/2018 pukul 12.26 pm)

¹¹ Hunt Allcott and Matthew Gentzkow, *Social Media and Fake News in the 2016 Election*, *Journal of Economic*

media sosial menjadi sangat kondusif bagi berita palsu (*Hoax*). *Pertama*, di media sosial, biaya untuk memasuki pasar dan memproduksi konten sangat kecil. Strategi jangka pendek ini sering diadopsi oleh produsen berita palsu tentu saja dengan mengabaikan kualitas. *Kedua*, format media sosial yang dapat menyulitkan untuk menilai kebenaran artikel/informasi. *Ketiga*, faktor ideologis, bahwa dalam jaringan pertemanan seperti Facebook orang-orang jauh lebih mungkin untuk membaca dan berbagi artikel berita yang selaras dengan posisi ideologi mereka. Hal ini menunjukkan bahwa orang-orang yang mendapatkan berita dari Facebook (atau media sosial lainnya) cenderung tidak akan menerima bukti tentang keadaan sebenarnya.

Hoax lainnya yang menggemparkan dan menjadi viral di masyarakat dan membuat suasana kebangsaan yang damai menjadi riuh, penuh dengan prasangka dan kebencian, seperti yang terjadi pada pertengahan tahun 2016, pada saat Presiden Joko Widodo baru dua tahun memegang jabatan, dimana publik dihebohkan dengan *Hoax* tentang adanya 10 juta warga Cina (Tiongkok sekarang) yang akan bermigrasi ke Indonesia. Sentimen SARA dan kentalnya kepentingan para *haters* terhadap Presiden Joko Widodo begitu terasa dan mewabah dimasyarakat.

Faktor lain yang mempengaruhi maraknya *Hoax* adalah faktor literasi media masyarakat sebagai pengguna aktif media sosial. Derasnya gelombang *Hoax* disebabkan oleh rendahnya tingkat literasi pengguna media sosial dan media daring di Indonesia. Masyarakat Indonesia sebagai pengguna aktif media sosial dan media daring merupakan salah satu masyarakat yang perkembangannya tanpa melewati tahapan literasi¹².

World's Most Literate Nation Ranked (WMLNR) *Central Connecticut State University* (CCSU) New Britain, pada 9 Maret 2016 telah merilis data mengenai tingkat literasi negara-negara di dunia. Penelitian dilakukan menggunakan beberapa kategori : *libraries* (perpustakaan), *newspaper* (surat kabar,

education inputs and outputs (masukan dan luaran pendidikan), serta *computer availability* (ketersediaan komputer). Hasilnya, dari 61 negara yang disurvei tingkat literasinya, Indonesia berada pada ranking 60 berada satu tingkat diatas Bostwana¹³, sebuah negara kecil di Benua Afrika yang berpenduduk 2,1 Juta jiwa [13]. Meskipun demikian “*kecerewetan*” masyarakat Indonesia di media sosial merupakan yang tertinggi di dunia. Sepanjang 2016 lalu, jumlah kicauan pengguna *Twitter* Indonesia mencapai 4,1 milyar, dan jumlah itu akan terus meningkat tajam jika ditambahkan dengan rilis status di linimasa *Facebook, Instagram, Path, dan Google+*¹⁴.

APJI (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada bulan Oktober 2016¹⁵, menyajikan data penting mengenai statistik pengguna internet di Indonesia. Secara umum, survei tersebut menyebutkan, jumlah pengguna Internet di Indonesia pada tahun 2016 mencapai 132,7 juta atau setara 51,7% terhadap populasi yang 256,2 juta jiwa, naik dari 2014 yang mencapai 34,9% dari populasi.

Data lainnya, terkait dengan jenis konten internet yang diakses, didapat 129,2 juta (97,4%) adalah konten media sosial, 128,4 juta (96,8%) hiburan, 127,9 juta (96,4%) berita, 124,4 juta (93,8%) pendidikan, 123,5 juta (93,1%) komersial, dan 121,5 juta (91,6%) konten layanan publik.

Dari sisi konten media sosial yang sering dikunjungi, 71,6 juta (54%) *facebook*, 19,9 juta (15%) *instagram*, 14,5 juta (11%) *youtube*, 7,9 juta (6%) *google+*, 7,2 juta (5,5%) *twitter*, dan 796 ribu (0,6%) *linkedIn*.

Berkaitan dengan data mengenai media sosial bagi aktifitas, diperoleh, 129,3 juta (97,5%) untuk berbagi informasi, 125,5 juta (94,6%) berdagang, 90,4 % sosialisasi kebijakan pemerintah, 81,9% berdakwah agama, dan 75,6% untuk berpolitik.

Masyarakat Telematika Indonesia (MASTEL) pada Februari 2017 telah merilis hasil survei tentang wabah *Hoax* nasional diantaranya sebagai berikut:¹⁶

¹³ <https://webcapp.ccsu.edu/?news=1767&data>, (diakses pada 6/2/2018 – pukul 7.32 pm)

¹⁴ <http://www.mediaindonesia.com/index.php/news/read/91080/melawan-Hoax-membangun-gerakan-literasi-1/2017-02-08> (diakses pada 6/2/2018 pukul 12.26 pm)

¹⁵ APJI, Buletin APJI, Edisi 05, Nopember 2016

¹⁶ Masyarakat Telekomunikasi Indonesia, Hasil Survey Mastel Tentang Wabah Hoax Nasional, Jakarta, 2017

Perspectives, Volume 31, Number 2, Spring 2017, Pages 221 (211–236)

¹² <http://www.mediaindonesia.com/index.php/news/read/91080/melawan-Hoax-membangun-gerakan-literasi-1/2017-02-08> (diakses pada 6/2/2018 pukul 12.26 pm)



Grafik 1 : Bentuk dan Saluran Hoax



Grafik 2 : Jenis Hoax yang Sering Diterima



Grafik 3 : Seberapa Sering Menerima Hoax

Kiranya dapatlah kita bayangkan, bila setengahnya saja dari informasi yang dibagikan oleh 129,3 juta *netizen* adalah *Hoax*, maka akan sangat wajar bila muncul kekhawatiran bahwa akan terjadi kerusakan terhadap sendi-sendi kehidupan bangsa sebagai akibat dari masifnya penyebaran *Hoax* di media sosial.

A. Aspek hukum

Apabila ditelusuri dalam peraturan perundang-undangan yang ada, maka tidak ada satu pun yang menyebutkan kata *Hoax*. *Hoax* adalah istilah yang diambil dari Bahasa Inggris yang dikenal setelah ramai-ramai masyarakat memperbincangkan berbagai berita informasi palsu/tidak benar di media sosial. Pertanyaannya adalah siapa yang

berwenang menilai bahwa informasi atau peristiwa tertentu itu adalah *Hoax*? apalagi jika perbuatan penyebaran terhadap permasalahan atau peristiwa tersebut dilakukan di media, baik itu cetak maupun digital, menggunakan komputer dan internet, tentunya hal tersebut semakin menambah pemahaman kita bahwa perbuatan penyebaran informasi atau peristiwa yang tidak benar tersebut, tidak lagi menjadi sesederhana seperti halnya jika perbuatan tersebut dilakukan secara verbal.

Seandainya saja kemudian *Hoax* itu dikualifikasikan sebagai “berita bohong/kabar tidak pasti/kabar yang berlebihan/kabar yang tidak lengkap” maka dalam sistem hukum Indonesia, terdapat beberapa peraturan (perundang-undangan) yang saat ini menjadi rujukan untuk mengatur mengenai permasalahan *Hoax* ini yang justru memiliki kualifikasi perbuatan yang berbeda, dengan pertanggungjawaban hukum yang berbeda pula, yaitu Undang-undang No. 1 Tahun 1946 Tentang Peraturan Hukum Pidana, dan Undang-undang No. 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas Undang-undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE). Selain UU, juga terdapat Peraturan Menteri yang terkait dengan penanganan Situs Internet Bermuatan Negatif yaitu Permen Komunikasi dan Informatika No. 19 tahun 2014.

Undang-undang No. 1 Tahun 1946 mengatur tentang perbuatan *Hoax* atau yang memiliki kualifikasi *Hoax* pada Pasal 14 dan Pasal 15. Pasal 14 (1) Barang siapa, dengan menyiarkan berita atau pemberitahuan bohong, dengan sengaja menerbitkan keonaran dikalangan rakyat, dihukum dengan hukuman penjara setinggi-tingginya sepuluh tahun. Pasal 14 (2) Barangsiapa menyiarkan suatu berita atau mengeluarkan pemberitahuan yang dapat menerbitkan keonaran dikalangan 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.

Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) mengatur perbuatan *Hoax* atau yang dikualifikasikan *Hoax* pada Pasal 28. Pasal 28 (1) setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik. Pasal 28 (2) setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA).

Pada Pasal 45A Undang-undang No. 19 Tahun 2016 disebutkan bahwa : (1) Setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud dalam pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah). (2) Setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA) sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

B. Analisa

1) Pelaku

Jika diamati dari peraturan-peraturan diatas maka kata "*barang siapa*" dalam konteks hukum pidana berkaitan dengan siapa pelaku dan berapa orang pelakunya (sendiri (satu orang) dan/atau perbarengan (Pasal 55 KUHP)). Ada beberapa hal yang mesti dicermati dalam kasus ini mengingat perbuatan penyebaran *Hoax* tidak hanya bisa dilakukan di media sosial, akan tetapi juga dapat dilakukan atau terjadi di media cetak atau media mainstream yang dalam hukum Indonesia masuk dalam ranah hukum Undang-undang Pers (UU No. 40 Tahun 1999).

Pertama, pelaku dalam konteks media elektronik. Pelaku yang dimaksud adalah yang *menyiarkan* (UU No. 1 Tahun 1946) dan yang

menyebarkan (UU ITE), apakah pelaku yang dimaksud hanya terbatas pada pelaku yang menyiarkan/menyebarkan saja? Bagaimana dengan pembuatnya? Bagaimana pula dengan penyelenggara sistem dan transaksi elektroniknya (*facebook, twitter, instagram, whatsapp, dll*)? Mengingat dalam perspektif KUHP penyelenggara sistem dan transaksi elektronik (*facebook, twitter, mesin pencari google, instagram, whatsapp, dll*) dapat dikualifikasikan dalam perbuatan turut serta melakukan perbuatan sebagaimana diatur dalam Pasal 55 KUHP.

Kedua, jika Hoax itu dilakukan di media cetak atau media *mainstream*, hukum mana yang akan berlaku? Apakah Undang-undang Pers (UU No. 40 Tahun 1999) ataukah Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) dapat juga diterapkan pada media cetak atau media *mainstream* yang memiliki aturan sendiri?

Sejauh ini, hanya pelaku yang menyebarkan/menyiarkan saja yang diproses, sementara pelaku yang membuat, dan penyelenggara sistem dan transaksi elektronik (*facebook, twitter, instagram, whatsapp, dll*) tidak diproses secara hukum. Disinilah saya meyakini bahwa aturan hukum yang ada di Indonesia masih belum memberikan adanya jaminan kepastian hukum dengan harapan akan terwujudnya keadilan.

Berkaitan dengan pertanggungjawaban hukum penyelenggara sistem dan transaksi elektronik (*facebook, twitter, mesin pencari google, instagram, whatsapp, dll*), di Indonesia belum memenuhi unsur sebagaimana di maksud dalam Pasal 55 KUHP yang bisa dianggap melakukan perbarengan (turut serta). Sejauh ini, pengaturan terhadap lembaga penyedia jasa/layanan berbagi informasi seperti situs-situs jejaring sosial besar seperti *facebook, google*, dan pemain besar lainnya (*Over the Top*) masih menggunakan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 19 tahun 2014 Tentang Penanganan Situs Internet bermuatan negatif yaitu, dimana hanya berkaitan dengan upaya melakukan pemblokiran terhadap situs yang memiliki konten-konten bermuatan negatif.

Pada Pasal 4 ayat (1) disebutkan bahwa jenis situs internet bermuatan negatif yang ditangani yaitu yang terkait dengan (a) pornografi, (b) kegiatan ilegal lainnya berdasarkan ketentuan

peraturan perundang-undangan yang pelaporannya berasal dari Kementerian atau Lembaga Pemerintah yang berwenang sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.

Dalam hal ini Indonesia belum mengikuti langkah yang dilakukan oleh pemerintah Jerman untuk meredam penyebaran konten negatif dengan memberlakukan denda bagi ujaran kebencian dan berita/informasi Hoax yang tidak mampu diredam oleh penyedia layanan telemedia yang bertujuan mencari keuntungan dan mengoperasikan platform internet yang dirancang untuk memungkinkan pengguna berbagi konten apa pun dengan pengguna lain atau membuat konten semacam itu tersedia untuk publik (jejaring sosial), seperti facebook dan yang lainnya dengan menerapkan aturan penegakan hukum di media sosial dengan undang-undang yang dikenal dengan NetzDG (*Act to Improve Enforcement of the Law in Social Networks* (Network Enforcement Act)), dimana aturan tersebut mewajibkan platform media sosial untuk menghapus konten negatif dalam waktu 24 jam dan ada ancaman denda hingga 50 juta Euro atau sekira 794 miliar rupiah bagi perusahaan yang kedapatan membiarkan ujaran kebencian dan berita palsu.

Undang-undang ini¹⁷ berlaku untuk penyedia layanan telemedia yang bertujuan mencari keuntungan, mengoperasikan platform internet yang dirancang untuk memungkinkan pengguna berbagi konten apa pun dengan pengguna lain atau membuat konten semacam itu tersedia untuk publik (jejaring sosial), serta platform yang dirancang untuk memungkinkan komunikasi individu atau penyebaran konten tertentu.

2) Perbuatan

Berkaitan dengan kualifikasi perbuatan, antara Undang-undang No. 1 Tahun 1946 dengan Undang-undang ITE memiliki kualifikasi yang berbeda, dimana Undang-undang No. 1 Tahun 1946 menyebut kata “*menyiarkan*” sementara Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) menyebut kata “*menyebarkan*”. Pertanyaannya adalah manakah yang memiliki implikasi hukum? Apakah menyiarkan atau menyebarkan? atau apakah makna menyiarkan

sama dengan makna menyebarkan? atau apakah menyiarkan dan menyebarkan?

Penggunaan dua kata yang berbeda dalam dua UU yang berbeda tentu saja memberikan kebingungan. Adanya Pasal-pasal yang memiliki perbedaan pengaturan dalam UU yang berbeda, serta penggunaan kalimat dan pemahaman makna yang berbeda atas perbuatan yang sama jelas memberikan pengaruh yang sangat besar dalam rangka menjamin adanya kepastian hukum.

3) Akibat

Pasal 28 ayat (1) UU ITE menyebutkan akibat yang menjadi syarat terjadinya pidana perbuatan penyebaran berita bohong dan menyesatkan, yaitu “*yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik*”. Jika dianalisa, Pasal tersebut mengandung ketidakjelasan makna terkait dengan apakah *pertama*, kerugian konsumen yang dimaksud terkait dengan kegiatan usaha/bisnis/dagang? Ataukah bisa bermakna lain termasuk didalamnya adalah segala kerugian pengguna alat elektronik diluar kegiatan bisnis/usaha/dagang. *Kedua*, terkait dengan makna transaksi elektronik, apakah yang dimaksud adalah perbuatan yang menggunakan perangkat/alat elektronik ataukah perbuatan yang merugikan kegiatan bisnis/usaha/dagang elektronik? Bagaimana jika perbuatan tersebut dilakukan menggunakan media cetak atau media mainstream dalam bentuk digital (elektronik) yang memiliki pengaturan sendiri (UU Pers)?

IV. KESIMPULAN

Adanya perbedaan pengaturan dalam perundang-undangan yang menjadi payung hukum penanganan *Hoax* menjadikan hukum di Indonesia tampak tumpang tindih, yang ditunjukkan dengan adanya perundang-undangan yang mengatur satu perbuatan pidana dengan kualifikasi dan ancaman hukum yang berbeda. *Hoax* terjadi di ruang siber (dunia maya/*virtual*), sementara akibatnya terjadi di dunia nyata, aturan hukum mana yang akan dipakai, apakah hukum positif (KUHP) atau aturan yang secara khusus mengatur mengenai perbuatan pidana yang terjadi di ruang siber dengan kata lain *sui generis*. Maka perlu dilakukan upaya-upaya untuk menemukan konsep hukum yang komprehensif dan mampu menangani permasalahan *Hoax*.

¹⁷ NetzDG (*Act to Improve Enforcement of the Law in Social Networks* (Network Enforcement Act)), Article 1 Section 1 Scope (1)

Kedepan, *Hoax* dalam perspektif hukum di Indonesia harus memiliki definisi hukum yang pasti dengan menggunakan penalaran hukum yang wajar sehingga dapat dikualifikasikan sebagai perbuatan melawan hukum, baik secara formil maupun materil, oleh karena Hukum Indonesia menganut asas legalitas “*Nullum delictum noella poena sine praevia lege poenali*” dimana tidak ada tindak pidana jika belum ada undang-undang pidana yang mengaturnya lebih dahulu

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdul Wahib, Mohammad Labib, *Kejahatan Mayantara (Cyber Crime)*, Refika Aditama, Bandung, 2010
- Sarjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Rajawali, Jakarta, 1985
- Kaplan Andreas M. Michael Haenlein, "User of the World Unite: The Challenges and Opportunities of Social Media, Kelley School of Business, Indiana University, Business Horizon, 2010
- Lili Rasjidi dan Ira Thania Rasjidi, *Filsafat Ilmu, Metode Penelitian, dan Karya Tulis Ilmiah Hukum, (Metode Penelitian Hukum)*, Monograf, Program Studi Magister Ilmu Hukum Pascasarjana Universitas Islam Nusantara, Bandung, 2012

Jurnal

- Barry Wellman, "Physical Place and Cyberplace: The Rise of Personalized Networking, International Journal of Urban and Regional Research, Volume 25, Issue 2, Juni 2001, Hlm. 227-252
- Hunt Allcott and Matthew Gentzkow, *Social Media and Fake News in the 2016 Election, Journal of Economic Perspectives*, Volume 31, Number 2, Spring 2017, Pages 221 (211–236)
- Vibriza Juliswara, "Mengembangkan Model Literasi Media yang Berkebhinnekaan dalam Menganalisis Informasi Berita Palsu (Hoax) di Media Sosial, Jurnal Pemikiran Sosiologis Volume 4 No. 2, Agustus 2017, Hlm. 148

Buletin dan Pedoman

- APJI, Buletin APJI, Edisi 05, Nopember 2016

Masyarakat Telekomunikasi Indonesia, Hasil Survey Mastel Tentang Wabah Hoax Nasional, Jakarta, 2017

NetZDG (*Act to Improve Enforcement of the Law in Social Networks (Network Enforcement Act)*), Article 1 Section 1 Scope (1)

Peraturan Perundang-Undangan

UUD 1945

KUHP

UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

UU No. 1 Tahun 1946 tentang Peraturan Hukum Pidana

Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 19 tahun 2014 Tentang Penanganan Situs Internet Bermuatan Negatif

Internet

<http://www.mediaindonesia.com/index.php/news/read/91080/melawan-Hoax-membangun-gerakan-literasi-1/2017-02-08>

https://id.wikipedia.org/wiki/Masyarakat_informasi

<http://www.mediaindonesia.com/index.php/news/read/91080/melawan-Hoax-membangun-gerakan-literasi-1/2017-02-08>

<https://webcapp.ccsu.edu/?news=1767&data>

<http://www.mediaindonesia.com/index.php/news/read/91080/melawan-Hoax-membangun-gerakan-literasi-1/2017-02-08>