



# Replik

*Tajam Beranalisa, Ungkap Realita*

## JAGAT MEDIA

### ANTARA JEMBATAN BERITA DAN PROPAGANDA

#### Laporan Utama

Media Massa: Perhelatan Antara  
Penyampaian Informasi atau Alat Propaganda

#### Liputan Khusus

Membedah Peran Pers Mahasiswa  
dalam Permira





## *Salam semangat juang pers mahasiswa!*

Menjadi seorang jurnalis merupakan suatu hal yang kompleks. Perlu adaptasi dalam berbagai pressure di dalam menulis berbagai macam berita. Media yang seharusnya memiliki independensi kuat sebagai ciri khasnya, lambat laun menjadi “kemudi” yang bahkan dapat disetir oleh berbagai pihak yang berkepentingan. Informasi yang disampaikan bahkan tidak jarang hanya sekedar formalitas belaka. Bahkan penyampaian informasi ke publik tidak jarang bukan menjadi prioritas media lagi. Banyak sekali kemungkinan-kemungkinan yang bisa saja terjadi, salah satunya adalah media yang sebagai alat propaganda.

Replik kali ini akan mengangkat judul “Jagat Media, Antara Jembatan Berita dan Propaganda”. Dalam pembahasan Replik ini, tentu akan dikupas secara tuntas terkait perkembangan media dewasa-dewasa ini yang bukan tidak mungkin lagi terdapat suatu pergeseran yang awal mula fungsinya adalah memberikan informasi mengenai peristiwa malah menjadi suatu alat untuk propaganda. Terdapat berbagai rubrik yang nantinya akan membahas secara spesifik hal-hal terkait propaganda yang dimaksudkan. Selain itu terdapat pula pembahasan mengenai bagaimana seharusnya media yang baik dan dibutuhkan masyarakat.

Tidak lupa mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas terbitnya Replik Vol.4 ini dan juga ucapan terima kasih kepada reporter yang telah berkontribusi penuh dalam pembuatan Replik Vol.4 ini. Akhir kata, selamat menikmati teruntuk kalian para pembaca. Semoga dengan terbitnya Replik Vol.4 ini dapat memberikan informasi serta menambah wawasan baru terhadap lingkungan sekitar, sehingga kita semua menjadi pribadi yang lebih kritis dan peduli terhadap sekitar.

Salam hangat,

*Redaktur Pelaksana Replik  
Reza Aditya Pratama*

**PEMIMPIN UMUM** Kornelius Yosua  
**SEKERTARIS UMUM** Yulia Andriyani  
**BENDAHARA UMUM** Surya Inri Nuari  
**DEWAN REDAKSI** Daris Jaka, Widi Dwi, Krisna Julianti, Zidney Ilma, Carlos Bonardo, Faldy Tiesta, Rafia Alfiantoro, Genio Krisna  
**PEMIMPIN REDAKSI** Stefani Yulindriani  
**SEKERTARIS REDAKSI** Adinda Intan  
**REDAKTUR ARTISTIK** Aldiva Pitaloka  
**STAFF** Irfan, Ema, Hifzhi, Septi  
**REDAKTUR FOTOGRAFI & GKTV**  
Gilberd Hutagalung  
**STAFF** Meiliza, Rayhan, Vanessa  
**REDAKTUR PELAKSANA MAJALAH**  
Gita Ranjani, Bernika Nadia  
**REDAKTUR PELAKSANA JURNAL**  
Annisa Nur 'Alam, Dewi Novita Sari  
**REDAKTUR PELAKSANA REPLIK**  
Reza Aditya Pratama  
**REDAKTUR PELAKSANA TABLOID**  
Novia Miftahir Ramadani  
**REDAKTUR PELAKSANA MEDIA ONLINE** Taufik Hidayat, Olvy Nurendra  
**STAFF** Adri, Ridho, Rindu, Nazwa, Naura, Anggi  
**REDAKTUR PELAKSANA MADING**  
Ayu Putri Sekarfajarwati  
**PEMIMPIN PERUSAHAAN** Anindhita Putri  
**MANAGER RUMAH TANGGA**  
Aliyyah Yustika  
**MANAGER IKLAN DAN PROMOSI**  
Naomy Soegianto  
**MANAGER PRODUKSI DAN DISTRIBUSI**  
Ayu Savitri  
**STAFF PERUSAHAAN** Indah, Sindi, Landors, Syamsuddin, Ervina, Fitria, Suci Wulandari, Faradisya, Aprisa, Febri, Stefania, Wardah, Suci  
**PEMIMPIN LITBANG** Mario Julyano  
**KASUBDIV SURVEY & OLAH DATA**  
Alfina Damayanti  
**KASUBDIV RISET & KAJIAN** Mahafaza R  
**STAFF LITBANG** Yudianto, Nurul, Sarah, Kartika, Niko, Helmi, Fadil, Andy, Yosua, Kerina, Nuri, Nabilah, Tania, Sima, Erina, Taufik, Bintang, Rakha, Rusydi, Adis, Digya, Tito  
**PEMIMPIN PSDM** Ayu Lestari  
**STAFF PSDM** Galih, Devita, Ayudya, Bagoes, Tania, Dimas A, Bintang, Ivan, Adhandi, Tanti, Dwi, Nada, Hanifatun, Arya, Devara, Kevin, Alya, Adriel, Salma, Anggie, Mutiara, Arkan, Fita, Zahra  
**PEMIMPIN HUMAS** Yusron  
**KASUBDIV INTERNAL** Dimas C  
**KASUBDIV EXTERNAL** Antares Daffa  
**STAFF HUMAS** Zhafira, Shinta, Gloria, Renaldi, Rahadian, Nadia, Marcel, Orlando, Pradella, Ega, Syifa, Hafizah, Iqbal, Ardiansyah, Harani

**Laporan Utama** 1  
Media Massa: Perhelatan Antara Penyalpaian Informasi atau Alat Propaganda

**Liputan Khusus** 5  
Membedah Peran Pers Mahasiswa dalam Permira

**Sudut Pandang** 7  
BuzzerRP, Mengapa Kamu Ada?

**Pro Kontra** 10  
RCTI dan iNews Gugat UU Penyiaran, Melindungi atau Menghabisi?

**Pojok Inspirasi** 14  
Influencer, Garda Depan dan Harapan Penanggulangan Covid-19

**Hukum** 16  
Konsepsi Ujaran Kebencian Pada Media Sosial dalam Negara Demokrasi

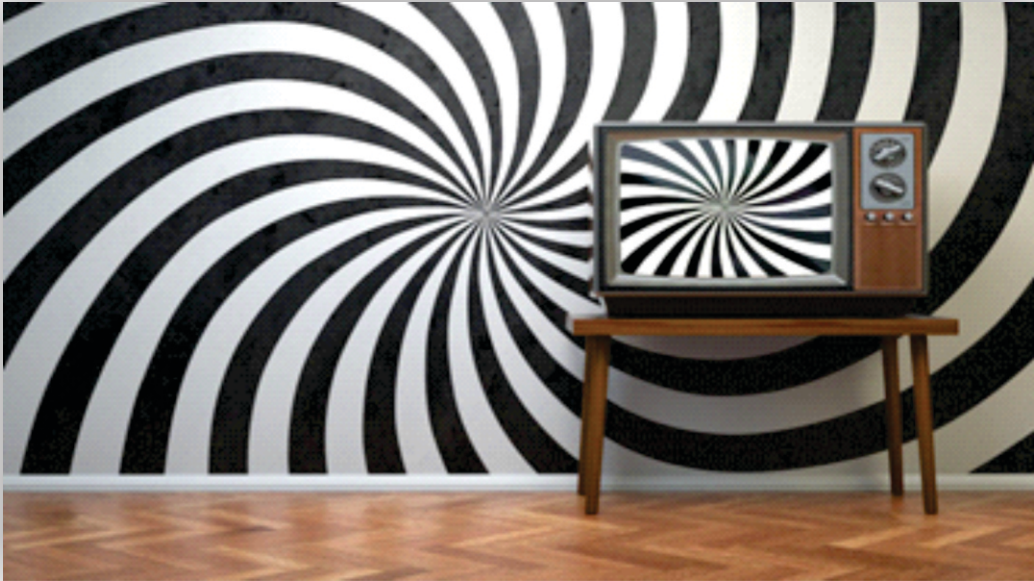
**Kupas Tuntas** 19  
Propaganda Media dalam Kasus Pemberitaan UU CIPTAKER

**Event** 21  
DJW 2020 : Gema Pers Tanah Air dalam Menyuarakan Aspirasi Rakyat

**Infografis** 24  
Dengung Propaganda Politik di Media Sosial



# LAPORAN UTAMA



Sumber gambar : [www.gaia.com](http://www.gaia.com)

## **Media Massa: Perhelatan Antara Penyampaian Informasi atau Alat Propaganda**

Media massa atau pers adalah istilah yang digunakan untuk mencapai masyarakat yang sangat luas. Pengertian Pers juga dimuat dalam UU No. 40 tahun 1999 tentang Pers, berbunyi “*Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik yang meliputi materi, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan,*

*suara, gambar, suara dan gambar, seta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia.*”

Beberapa dekade yang lalu, media massa masih mengandalkan media cetak, radio, dan TV. Media itu pun masih menggunakan warna hitam putih, belum berwarna seperti sekarang. Meskipun gambar dan tulisan yang ada hanya berwarna monokrom,

hal tersebut tidak mengurangi esensi dari media massa. Karena kalangan atas mendapatkan akses yang mudah akan informasi, maka media massa beberapa dekade berfungsi sebagai penyampaian berita kepada masyarakat kalangan bawah. Pun tidak semua orang memiliki akses untuk berita tersebut. Orang tua yang hidup melalui tahun 1960-an sering bercerita, mereka harus menumpang ke tetangga untuk menonton TV. TV pada

zaman dahulu pun tidak terlalu besar dan tidak sejelas sekarang. Hal itu membuktikan bahwa diperlukan hak istimewa untuk mengakses sebuah informasi maupun hiburan.

Berbanding jauh dengan beberapa dekade lalu, mengakses informasi sekarang tidak perlu bersusah payah lagi. Berkat kecanggihan teknologi, kita bisa mengakses berita dengan sangat mudah. Koran, majalah, dan tabloid sudah banyak dijual bebas dan tentu saja dengan harga yang terjangkau. Hampir semua rumah sekarang memiliki TV bahkan satu rumah terkadang lebih dari satu TV. Kemudahan itu ditambah dengan adanya internet, melalui internet kita dapat membaca berita hanya dengan satu kali klik. Situs-situs berita seperti detik.com, kompas, tirto.id, dan lain sebagainya telah menjamur serta memberikan kita banyak pilihan untuk membaca berita mereka.

Hakikatnya, hal baik selalu berdampingan dengan hal buruk. Begitu pula dengan

adanya kemudahan dalam mengakses berita ini. Dengan adanya kemudahan yang diberikan kepada kita untuk mengakses berita, kemudahan juga diberikan kepada mereka untuk membuat berita. Dapat kita lihat baru-baru ini, banyak berita-berita hoax bertebaran, Headline dan isi berita sangat jauh berbeda. Hal tersebut dilakukan hanya untuk memenuhi target klik dalam berita tanpa memedulikan fakta yang ada dalam berita tersebut.

Apabila industri pers terus begini, maka pers akan mulai kehilangan manfaatnya. Fungsi pers sesungguhnya adalah sebagai pelaku media informasi, dalam hal pendidikan, hiburan, kontrol sosial, dan lembaga ekonomi. Namun, hal itu perlahan memudar dan berganti dengan target klik semata. Terkait fungsi kontrol sosial, para pembaca pasti sudah tidak asing dengan apa yang disebut propaganda. Dikutip dari laman Wikipedia, propaganda adalah rangkaian pesan yang bertujuan untuk memengaruhi pendapat dan kelakuan masyarakat atau sekelompok

orang. Propaganda ini tidak menyampaikan pesan secara obyektif, melainkan memberikan informasi yang memang dirancang sedemikian rupa untuk memengaruhi pihak yang mendengar atau membacanya.

Sudah banyak propaganda yang ada di dalam dunia pers ini. Baik pers digital maupun cetak. Propaganda semakin meningkat seiring dengan dipermudahnya akses seseorang untuk membuat tulisan. Lewat beberapa ratus kata saja, sudah tercipta pesan propaganda yang siap untuk memengaruhi pihak tertentu. Propaganda dan media massa memang tidak bisa dipisahkan. Namun, hal yang perlu diperhatikan ketika seseorang membuat propaganda adalah kebenaran yang ada di dalamnya.

Propaganda sah saja untuk dilakukan, apabila propaganda tersebut memuat fakta yang tujuannya untuk mencerdaskan pembacanya, bukan malah menjadikan pembacanya termakan reaksi emosional semata.

Propaganda yang terjadi di Indonesia lebih sering berkaitan dengan isu politik. Seperti yang kita ketahui, dalam politik selalu ada pihak yang pro dan pihak yang kontra. Kedua belah pihak ini kemudian membuat propaganda untuk membentuk persepsi masyarakat agar memberikan respon sesuai dengan yang mereka kehendaki. Hal ini tentu saja boleh dilakukan, asalkan kembali lagi seperti yang saya tulis di awal, proganda harus memuat fakta, bukan kepalsuan.

Kebutuhan masyarakat mengenai berita terkini bisa dipuaskan dengan bermacam-macam media massa yang ada. Lalu apakah semua berita yang dimuat dalam media massa adalah berita yang sudah terbukti kebenarannya?

Belakangan ini banyak masyarakat awam yang menjadi jurnalis dadakan dengan berbagai tujuan, bisa saja mereka ingin menyebarkan kejadian yang mereka saksikan namun, dengan melihat sepele

kejadian lalu menyimpulkan sendiri tentu saja unsur subjektifitasnya tinggi. Ada pula oknum-oknum yang dengan sengaja membuat berita provokasi untuk memecah belah antar kubu. Selain itu, seringkali ada kelompok-kelompok tertentu yang menyebarkan propaganda yang bisa jadi keliru.

Propaganda adalah suatu bentuk komunikasi berupa seni permainan kata-kata yang digunakan oleh suatu kelompok terorganisasi dengan tujuan menciptakan partisipasi aktif atau pasif untuk menyampaikan kebenaran menurut versi sang propagandis dengan menggunakan cara-cara persuasif untuk mengubah atau memengaruhi pendapat, sikap, dan perilaku masyarakat atau massa yang menjadi targetnya, atau memperkenalkan hal-hal baru.

Lalu apa sebenarnya tujuan propaganda? Tujuan propaganda yang pertama adalah mempengaruhi opini publik. Propaganda tidak saja sekadar bertujuan untuk mengkomunikasikan fakta-

fakta kepada publik, tetapi juga fakta-fakta yang mempengaruhi opini publik terhadap suatu isu tertentu. Perubahan pendapat umum itu bisa positif bisa juga negatif.

Selain itu, propaganda bertujuan untuk memanipulasi emosi. Propaganda dapat dilakukan melalui beberapa teknik manipulasi emosi, bahkan sering dilakukan dengan cara yang membahayakan. Melalui teknik propaganda para propagandis memanipulasi kata, suara, simbol, pesan non verbal agar dapat membangkitkan emosi audience.

Terungkap bahwa upaya manipulasi di media sosial (medsos) yang terorganisasi di 70 negara pada 2019 meningkat 150% dalam 2 tahun terakhir hal ini berdasarkan laporan terbaru Oxford Internet Institute berjudul The Global Disinformation Order 2019 Global Inventory of Organised Sosial Media Manipulation

Banyaknya kasus manipulasi di media sosial

akibat dari banyaknya berita yang belum akurat maka, propaganda lewat media sosial dirasa kurang tepat hal ini disebabkan karena banyak berita yang menyebar di media sosial belum bisa dipertanggungjawabkan kebenarannya.

Ditambah lagi jika media sosial tersebut sudah ditugangi oknum berkepentingan yang memiliki maksud tertentu, sehingga isu- isu yang ada digoreng secara berlebihan. Akan lebih berbahaya lagi jika banyak masyarakat yang termakan isu tersebut sehingga menimbulkan kisruh yang bekepanjangan.

Lalu bagaimana sebaiknya masyarakat menyikapi perkembangan media? Dengan teknologi yang canggih seperti saat ini membuat dunia dalam genggaman kita. Berbagai

informasi dapat kita ketahui dengan mudah. Hal ini membawa berbagai dampak bagi masyarakat ada yang positif ada pula yang negatif tergantung dari cara kita menyikapinya.

Walaupun semua informasi dapat dengan mudah kita dapatkan tentu saja kita tidak boleh mentah-mentah menelan informasi tersebut, karena banyak pula berita yang belum jelas kebenarannya beredar dimedia. Sebagai masyarakat yang cerdas kita harus memilah-milah berita mana yang akan kita percaya. Jangan sampai kita termakan oleh isu-isu yang belum jelas kebenarannya, apalagi berita yang belum jelas tersebut sudah kita sebaruaskan tanpa mengecek kebenaran berita tersebut.

Sebaiknya, bacalah berita dari situs online yang terpercaya dan usahakan basa

keseluruhan isinya, karena di era sekarang ini banyak sekali media yang menggunakan teknik clickbait untuk menarik pembaca. Bisa saja antara judul dan isi tidak ada kesinambungan, atau mungkin bahkan berbeda jauh dengan isi yang dimuat. Bijak dalam bermain media sosial sangat diperlukan di era digital sekarang ini, jangan sampai kita terjerat UU ITE karena menyebarkan berita atau informasi yang berum jelas sumbernya atau bahkan berita tersebut merupakan berita bohong karena tentunya hal itu akan merugikan banyak orang.

---

*Harani Putri D.&  
Syifa Pramadina R.P.*

## **Membedah Peran Pers Mahasiswa dalam Permira**

Mendekati pengujung tahun, ada salah satu momen yang sangat ditunggu oleh kalangan mahasiswa. Begitu dinantinya momen ini oleh mahasiswa, termasuk masyarakat Universitas Diponegoro (Undip) maupun lembaga pers mahasiswa (LPM) diseluruh fakultas, seringkali beberapa kontroversi terkuak. Entah fakta atau hoax tersebar di 'telinga'. Pemilihan Raya Mahasiswa (Pemira) namanya.

Pemira selalu ditunggu-tunggu 'kedatangannya', dan selalu membawa rasa penasaran dan berbagai pertanyaan. Banyak sekali pertanyaan yang muncul seperti, "Siapa pengganti Ketua BEM Fakultas Hukum Undip?", "Siapa pengganti untuk Fakultas BEM Undip?", dan beberapa pertanyaan yang ada di Media.

Bagaimana peran LPM untuk menjembatani dan mengawal jalannya Pemira? Sebelum membahas lebih jauh tentang bagaimana Peran LPM terutama di lingkungan kampus, maka sebelumnya bagaimana sebenarnya peran Pers secara umum. Pers merupakan salah satu wadah informasi bagi masyarakat yang mengantarkan berbagai berita politik, hukum, sosial, pendidikan, ekonomi, bisnis dan hiburan. Pers adalah sebagai pilar dan wadah berdemokrasi



ditempatkan pada barisan terdepan dalam mengawal serta kepanjangan tangan dari rakyat untuk menyampaikan aspirasi masyarakat, terutama di negeri tercinta ini. Peran pers nasional memiliki peran sebagai informasi, edukasi, hiburan, serta kontrol sosial berjalannya pembangunan negara. Maka tak heran, pers selalu ditempatkan sebagai bagian dari indikator penting maju dan mundurnya pembangunan bangsa.

Menurut Olivia Winardi, Pimpinan Umum LPM Potlot Fakultas Sains dan Matematika Undip menanggapi peran LPM secara umum. Olivia mengatakan bahwa hal itu kembali lagi kepada hakekat dari Pers Mahasiswa yang merupakan media penyalur opini dan informasi juga sebagai wadah dari jiwa kritis mahasiswa dalam kehidupan berkampus, bermasyarakat sekaligus bernegara.

Gadis yang lahir di Kota Tangerang ini,

memberi pendapatnya tentang independensi dalam menghadapi kontestasi pemira ini. Menurutnya, dalam menjalankan kontestasi pemira harus ideal. Ideal disini diartikan berlaku pada hakekat pers, yakni dengan mempraktekkan kode etik jurnalistik yang ada meskipun belum bisa dikatakan sebagai pers yang sepenuhnya profesional. Tetapi, tidak lupa menegakkan nilai-nilai demokrasi serta memperjuangkan keadilan. Dengan menerapkan nilai-nilai berarti sudah otomatis melindungi ruang independensi pers mahasiswa itu sendiri, dan maka dari itulah, Lembaga Pers bersifat independen.

Olivia menambahkan dalam membuat kebijakan untuk produk pers ialah sama, semua yang dilakukan pers dalam praktiknya menghasilkan produk pers. Produk pers tentunya harus membubuhkan intelektualitas mahasiswa. Tetap mengembangkan sikap kritis tetapi juga menegakkan nilai-nilai demokrasi. Peran pers harus menyampaikan dan mengolah informasi dengan baik dan yang lebih penting adalah melindungi diri dari intervensi diluar redaksi. Hal yang paling penting dalam menghadapi kontestasi, yaitu melindungi diri dari intervensi diluar redaksi seperti pers mahasiswa harus memiliki sikap yang independen sehingga dapat menjadi penyanggah atau pengontrol.

Pimpinan Umum LPM Potlot juga menanggapi bahwa pers yang bebas tetapi bertanggung jawab dalam mengambil keputusan atau kebijakan sebaiknya merupakan hasil dari proses pemikiran dari berbagai kemungkinan yang ada sehingga

perlu keputusan yang tepat untuk mempertimbangkan pada relasi sesama, misalnya terjadi kendala dengan pihak luar maka diperlukan penelusuran apakah ada dugaan pelanggaran etika pers yang dilakukan apakah terbukti adanya niat buruk dari pers ini juga mungkin perlu mediator yang baik dan netral untuk memberikan solusi penyelesaian diantara kedua belah pihak.

Sebagai media pers yang memiliki independen dan idealisnya sendiri, pers juga memiliki tanggung jawab yang besar kepada masyarakat. Setiap insan pers memiliki tanggung jawab individu dalam rangka menjalankan tugas-tugas jurnalistiknya kepada diri sendiri dan masyarakat. Pers melaksanakan fungsi dan perannya sebagai kontrol sosial agar roda pemerintah tetap dapat berjalan di dalam koridor konstitusi. Saat Pandemi Covid-19 menyerang, tidak ada alasan pers tidak menjadi media informatif, justru disinilah media pers menjadi media informasi, mendidik dan menghibur. Dengan Pemira yang akan diselenggarakan dalam waktu dekat ini, tidak mempengaruhi kinerja lembaga pers untuk tetap menyajikan informasi yang aktual dan faktual yang terjadi dalam lingkungan kampus kita. Pemira yang berbeda dengan tahun-tahun sebelumnya akan menjadi tantangan dan kesan tersendiri untuk lembaga pers di kampus kita.

---

*Novia Miftahir R. &  
Febri Manista*



Sumber gambar : aw-justice.co

## **BuzzerRP, Mengapa Kamu Ada?**

Okey ... pada rubrik sudut pandang Replik kali ini akan diisi oleh tulisan saya, Mario Julyano. Dalam tulisan ini akan disinggung terkait istilah yang sedang gandrung di masyarakat. Yak betul banget, istilah tersebut tak lain adalah BuzzerRP. To be noted, tulisan ini bukan mau ngebahas buzzer sensor yang biasa ada dipake di mobil yaa, tapi ini buzzer yang konotasinya berkenaan dengan dunia perpolitikan Indonesia. Tulisan ini pada pokoknya akan membahas

seputar keberadaan BuzzerRP di Indonesia, apa itu BuzzerRP, mengapa BuzzerRP eksis, siapa sajakah pihak yang dapat dikatakan sebagai BuzzerRP, dan apakah dampaknya terhadap peta perpolitikan di Indonesia. Kurang lebihnya itu beberapa pokok pikiran yang hendak disampaikan pada tulisan ini, enjoy...

*First of all, lets begin with a question. What is BuzzerRP?*

Banyak orang di Indonesia pasti mengetahui kata tersebut, entah dengan

cara mendengar atau pun melihat di media sosial, yang pasti jika diadakan survei mengenai pengetahuan publik tentang kata BuzzerRP hasilnya akan menunjukkan bahwa banyak pihak yang tahu kata tersebut ada. Namun, apakah orang-orang tersebut memahami arti sebenarnya dari BuzzerRP? Saya tidak tahu, silahkan Anda survei sendiri.

Secara general, mengutip dari Rismi Juliadi (2017) buzzer dapat dipahami sebagai sebuah pola pikir dan

serangkaian praktik untuk memperoleh popularitas dari penggemar melalui manajemen yang baik dan presentasi diri secara daring yang dikonstruksi secara hati-hati untuk menjadi bahan konsumsi orang lain. Sederhananya, buzzer merupakan pihak yang mencoba untuk mendulang popularitas secara daring dengan cara yang terkoordinasi. Salah satu cara yang ditempuh oleh buzzer untuk memperoleh popularitas tersebut ialah dengan memberikan informasi singkat yang ingin dibaca oleh para follower media sosialnya.

Umumnya, buzzer menggunakan Twitter sebagai media sosial tempat menyebarkan informasi tersebut. Walaupun Twitter secara penggunaan tidak terlalu masif, namun penggunaan Twitter dianggap paling berpengaruh sebagai sumber mengupdate informasi dari seluruh dunia (ibid.). Twitter mempunyai kemampuan untuk menyebarkan informasi dari satu akun ke akun lain hanya

dengan mengklik satu tombol retweet. Tombol tersebut memungkinkan satu cuitan tersebar dari akun ke akun dan dilihat oleh akun lainnya yang mungkin tidak ada hubungannya dengan akun yang pertama kali membuat cuitan.

Oke oke, cukup dulu bahas masalah penggunaan Twitternya, karena kalau mau dibahas detail tentang Twitter dan algoritmanya akan jadi satu tulisan lain. Selanjutnya mari kita bahas buzzer yang secara khusus menyebarkan informasi-informasi politis atau biasa disebut BuzzerRP. Sebenarnya perbedaan terminologi antara buzzer dan BuzzerRP agaknya sulit untuk ditemukan. Ada pandangan yang mengatakan bahwa BuzzerRP merupakan buzzer yang dibayar dengan tujuan untuk menyuarakan isu-isu terkait dunia perpolitikan (laman Investing.com). Ada pula yang pandangan bahwa BuzzerRP tidak ada bedanya dengan buzzer biasa. Mengingat perbedaan ini tidak dapat dipisahkan dengan jelas, maka pada tulisan ini lebih lanjutnya mari kita anggap

bahwa BuzzerRP adalah buzzer yang secara khusus bergerak dalam konteks perpolitikan.

Mengenai fenomena dari BuzzerRP ini sebenarnya tidak hanya terjadi di Indonesia, melainkan secara world wide juga dapat ditemukan fenomena sejenis BuzzerRP ini namun dengan istilah yang berbeda, yakni cyber troops. Mengutip dari Samantha Bradshaw dan Philip N. Howard (2017), cyber troops (pasukan siber) didefinisikan sebagai aktor dari pemerintah atau partai politik yang ditugasi untuk memanipulasi opini publik dalam media sosial. Kegiatan oleh pasukan siber tersebut merupakan suatu bentuk propaganda yang ikut berkembang dengan masifnya pertumbuhan teknologi di tiap negara. Kegiatan propaganda ini dalam buku Samuel C. Wolley dan Philip N. Howard (2019) dikenal dengan sebutan computational propaganda.

Computational propaganda secara definisi diartikan sebagai istilah untuk

menggambarkan fenomena-fenomena tentang kesalahan informasi dan manipulasi secara digital. Computational propaganda bertujuan untuk mengelola dan mendistribusikan informasi yang menyesatkan dengan menggunakan algoritma, otomatisasi, dan peranan manusia dalam pemakaian media sosial (ibid). Penerapan computational propaganda ini jelas akan menghasilkan berita palsu (hoax) dan secara mudah dapat tersebar melalui media seperti Twitter, Facebook, dan media sosial lainnya. Umumnya, pada media sosial tersebut akan terjadi peningkatan jumlah informasi palsu, sensasional, maupun berita “sampah” selama masa sensitif event-event perpolitikan suatu negara. Misalnya di Indonesia, sepat ramai istilah “cebong versus kampret” di media yang saling lempar berita hoax pada saat pemilihan umum Presiden tahun 2019 lalu. Hal ini menunjukkan bahwa konstelasi politik di Indonesia pun turut menggunakan bentuk computational

propaganda untuk menjaring masa agar mempercayai suatu berita yang kebenarannya diragukan.

Kembali pada lingkup BuzzerRP yang merupakan aktor dari berjalannya Computational Propaganda di Indonesia, selanjutnya mari kita bahas siapa saja mereka ( B u z z e r R P ) ? Mengutip penelitian dari Felicia dan Riris Loisa (2018), bahwa BuzzerRP dapat didikotomikan menjadi BuzzerRP profesional dan BuzzerRP relawan. Perbedaan 2 (dua) bentuk BuzzerRP tersebut terletak pada cara menjadinya. Untuk menjadi BuzzerRP profesional, seseorang harus melalui proses prekrutan oleh pihak tertentu, sedangkan untuk menjadi BuzzerRP relawan seseorang hanya perlu memiliki kesamaan pandangan dan ideologi politik dan kemudian membuat akun anonim untuk menyebarkan gagasan politikus yang ia dukung.

Secara tugas pun antara BuzzerRP profesional dan BuzzerRP pada intinya sama, yakni menyebarkan informasi melalui media sosial, namun

terdapat sedikit perbedaan antara tugas BuzzerRP profesional dan BuzzerRP relawan. Seorang BuzzerRP profesional berperan untuk memperluas suatu informasi melalui aktivitas retweet (pada Twitter) terkait narasi dan hashtag harian hingga dapat dilihat oleh masyarakat dalam bentuk trending topik dan menjadi viral. Sedangkan BuzzerRP relawan bertugas secara aktif dalam menyampaikan pesan kampanye sekaligus menyampaikan aspirasi mereka (ibid). Dari sedikit penjelasan dan pengklasifikasian tersebut, maka siapa pun dapat menjadi BuzzerRP tanpa sadar maupun secara sadar.

Oleh karena keberadaan bentuk BuzzerRP profesional maka berarti bahwa BuzzerRP merupakan suatu pekerjaan dan menghasilkan uang. Menurut data dari The Global Disinformation Order 2019 Global Inventory Of Organised Social Media Manipulation bahwa di Indonesia, BuzzerRP profesional merupakan

bagian dari Low Cyber Troop Capacity yang mana dikontrak secara musiman. Nilai dari kontrak tersebut ternyata tidak dapat dibilang sedikit. Sekali dikontrak seorang BuzzerRP profesional mampu menghasilkan sekitar Rp. 1.000.000,00 sampai dengan Rp. 50.000.000,00. Hal ini menunjukkan bahwa penghasilan yang didapat oleh seorang BuzzerRP cukup tinggi.

Apabila dilihat secara lebih luas lagi, maka sebenarnya BuzzerRP tidak

lebih dari sekedar pendukung pandangan politik, baik itu karena dibayar ataupun karena sukarela. Namun yang menjadikan BuzzerRP bukanlah bagian dari pendukung politik biasa ialah karena kesesatan informasi yang dibawa (disinformation). Dengan dibawakannya informasi yang tidak pasti dan mungkin justru cenderung menggiring opini ke arah yang menysatkan, maka perbuatan-perbuatan yang dilakukan oleh BuzzerRP ini bukanlah hal yang sehat untuk dilakukan. Bukannya tercipta suatu

demokrasi yang sehat melainkan hanya menumbuhkan falsed democracy. Sekian tulisan ini dibuat, apabila ada BuzzerRP yang tersinggung, yaudah lah bodo amat.

Terimakasih.

---

*Mario Julyano*

## **RCTI dan iNews Gugat UU Penyiaran, Melindungi atau Menghabisi?**

Penyiaran adalah salah satu komoditas bisnis yang paling menjanjikan dewasa ini. Setiap individu, mulai dari bocah SD yang hanya tau mengoperasikan WhatsApp sampai elite muda yang mengandalkan smartphone untuk melihat trade saham pasti pernah menonton siaran dalam bentuk apapun; bahkan tak sedikit yang menjadikannya rutinitas. Bentuk siaran pun bermacam-macam, sebut saja siaran konvensional yang bisa kita dapatkan di televisi kabel, atau malah siaran Instagram Live mantanmu yang kamu nanti-nantikan setiap waktu. Lewat siaran, normalnya khalayak berekspektasi mendapatkan informasi, hiburan, atau sekedar teman pengisi malam hari yang suntuk. Namun, apa sih sebenarnya pengertian penyiaran?

Banyaknya ragam menjadikan penyiaran memiliki arti yang berada pada wilayah abu-abu di mata hukum positif Indonesia. Lihat saja di Pasal 1 Ayat 2 UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran yang berbunyi "Penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan/atau media lainnya untuk dapat diterima



*Sumber gambar : tribunnnews*

secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran". Nah, menurut bunyi pasal tersebut, penyiaran tak lain tak bukan hanyalah mencakup siaran konvensional yang bisa didapatkan melalui pancaran frekuensi radio, misalnya TV. Bunyi pasal tersebut sama sekali tidak mencakup mengenai siaran melalui internet yang kita bincangkan tadi.

*Loh, berarti live streaming YouTube atau nonton Money Heist di Netflix bukan termasuk kegiatan siaran dong!?! Gimana to?!*

*Well, bisa iya dan bisa tidak. Penyiaran menurut KBBI tentunya masih mencakup hal-hal yang sudah disebutkan tadi, tetapi UU Penyiaran memberikan arti lain. Atas dasar perbedaan 'perlakuan hukum' tersebut, RCTI dan iNews, dua stasiun televisi yang bernaung di bawah MNC Group, melayangkan gugatan judicial review atas Pasal 1 Ayat 2 UU Penyiaran kepada Mahkamah Konstitusi (MK). Pihak RCTI dan iNews beranggapan*

bahwa bunyi pasal tersebut harus direvisi dan di-update biar ga ketinggalan zaman. Lewat David Fernando Audy selaku Direktur Utama dan Rafael Utomo selaku Direktur iNews serta Jarod Suwahjo dan Dini Aryanti Putri selaku Direktur RCTI, penggugat memohon agar layanan streaming over the top (OTT) memiliki pengaturan yang sama dengan siaran konvensional dan berbadan hukum.

Penggugat beranggapan bahwa UU Penyiaran tidak sesuai dengan UUD 1945 yang menjamin setiap subjek hukum di Indonesia mendapatkan kepastian hukum dan tidak didiskriminasi. Namun dalam hal ini, tidak berbadan hukumnya layanan OTT mendiskreditkan jaminan tersebut, sebab penyedia layanan OTT juga merupakan pelaku penyiaran. Layanan OTT menyiarkan sesuatu, mendapatkan profit, jadi mereka harus tunduk pada UU Penyiaran juga dong~.

Contohnya sesederhana ini: RCTI dan iNews serta puluhan channel tv lain diwajibkan untuk tunduk pada Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Penyiaran (P3SPS) dalam membuat siaran. Apabila ditemukan ketidakpatuhan pada P3SPS, maka channel tv tersebut dapat dilaporkan pada Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Sementara itu, bila ada siaran layanan OTT yang melenceng dari norma, masyarakat hanya bisa melaporkannya kepada pihak berwajib di bawah naungan UU ITE, yakni undang-undang berisi pasal karet yang sudah banyak menelan korban. Terlihat tidak seimbang, kan?

Namun, realitanya tidak semudah yang

kita pikirkan. Apabila revisi pasal yang diajukan oleh RCTI dan iNews dikabulkan oleh MK, beberapa pihak mengamini bahwa akan ada kebirian kreativitas massal. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Ahmad M. Ramli selaku Dirjen Penyelenggaraan Pos dan Informatika (PPI) Kominfo yang menyebutkan bahwa kegiatan seperti Instagram Live, Instagram TV, YouTube Live, dan segala jenis konten audio visual lain akan diklasifikasikan menjadi lembaga penyiaran yang wajib memiliki izin dan berbadan hukum, sebagaimana isi revisi pasal yang diajukan oleh penggugat yang menjadi “Penyiaran adalah (i) kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum 12 frekuensi radio melalui udara, kabel, dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran; dan/atau (ii) kegiatan menyebarluaskan atau mengalirkan siaran dengan menggunakan internet untuk dapat diterima oleh masyarakat sesuai dengan permintaan dan/atau kebutuhan dengan perangkat penerima siaran.”.

Lalu, dampaknya apa dong untuk platform media sosial tersebut?

Pertanyaan ini dijawab dengan apik oleh Ahmad M. Ramli dalam sidang lanjutan di MK terkait gugatan tersebut. Ramli menegaskan bahwa korporasi OTT merupakan korporasi lintas negara sehingga mustahil apabila mencekal penayangan

konten tak berizin yang sejatinya tidak tunduk pada hukum Indonesia. Lebih lanjut, ia menyatakan bahwa hal tersebut akan mengakibatkan setiap platform OTT yang tidak memiliki izin akan ditutup dan dilarang penyiarannya, karena termasuk pada penyiaran ilegal. Maka dari itu, masyarakat juga tidak lagi bebas memakai platform tersebut.

Well, sebuah langkah besar rupanya untuk masa depan dunia siaran Indonesia..

Exactly. Oleh sebab itu, banyak pihak menganggap bahwa gugatan judicial review ini terkesan tidak perlu, ditumpangi dengan kepentingan bisnis, bahkan menduga bahwa hal tersebut hanyalah berdasarkan motif ekonomi, alias RCTI dan iNews menganggap bahwa siaran OTT telah merebut sebagian besar penonton setia mereka dan merugikan korporasi secara signifikan lewat 'unequal treatment' ini. Refly Harun, seorang pakar Hukum Tata Negara, menjabarkan bahwa judicial review ini seolah-olah diajukan atas dasar stasiun televisi tidak ingin disaingi dengan platform media sosial yang senyatanya memang jauh lebih kreatif dan up to date akan selera masyarakat. Refly menambahkan,

seharusnya stasiun televisi yang berbenah diri dan tidak mempermasalahkan distribusi ekonomi dalam penyiaran, ditambah dengan fakta bahwa UU Penyiaran telah masuk Program Legislasi Nasional (Prolegnas) 2020-2024 yang revisinya diajukan oleh DPR sendiri. Hal ini berarti bahwa UU Penyiaran memang telah memasuki tahap akan direvisi dan diharapkan sesuai dengan perkembangan zaman, yang mencakup tuntutan dari RCTI dan iNews. Pemerintah dalam hal ini juga menilai bahwa perubahan zaman yang telah bergeser dari analog menjadi digital membutuhkan payung hukum agar menjamin masyarakat dalam mendapatkan kepastian hukum, sesuai dengan mandat UUD 1945. Dengan begitu, maka aktivitas kreatif masyarakat dalam bermedia sosial dapat dijamin kebebasannya dan lepas dari jerat pasal-pasal karet sehingga turut mengubah iklim penegakan hukum di Indonesia, terutama dalam lingkup Telekomunikasi dan Informasi Elektronik.

---

*Adri Miduk Siregar*

## **Influencer, Garda Depan, dan Harapan Penanggulangan Covid-19**

*Influencer* menjadi sosok yang penting dalam proses penanganan *Covid-19*. *Influencer* sebagai sosok yang membantu promosi kebijakan atau program yang pemerintah kepada masyarakat. Sebelumnya, memang pemerintah sendiri memiliki rencana menggaet para *influencer* untuk sosialisasi kebijakan publik yang berhubungan dengan penanganan *Covid-19*. Pemerintah sejatinya telah menyiapkan dana yang lumayan besar bagi pelaksanaan kebijakan atau program tersebut. Berdasarkan informasi *Indonesian Corruption Watch* (ICW) mengungkapkan bahwa pemerintah telah menghabiskan dana Rp. 90,45 miliar untuk belanja jasa *influencer*. Dana puluhan miliar rupiah itu digunakan pemerintah pusat mulai dari 2017 hingga 2020.

Namun, pelaksanaannya tugas dan fungsi utama *influencer* tak sesuai yang diharapkan. Pada mulanya para *influencer* tersebut diharapkan dapat menjadi alat sosialisasi program kerja dari pemerintah, malah semakin hari semakin terjadi perubahan menuju arah propaganda. Pun propaganda yang dilakukan sebenarnya adalah suatu bentuk propaganda positif



Sumber gambar : news.detik.com

yang tentu saja pelaksanaannya bukan tidak mungkin sedikit melenceng dari apa yang telah direncanakan atau bahkan terdapat perbedaan tujuan antara *influencer* dan pemerintah meskipun tujuannya sama-sama positif. Kemudian dari ulasan pembuka di atas, maka dibedah lebih eksplisit terkait salah satu tokoh *influencer* yang turut aktif melakukan sosialisasi dan menyuarakan propaganda positif dalam penanganan *Covid-19*. Tokoh tersebut yaitu Dr. Tirta. Ia dikenal sebagai dokter umum yang juga aktif terjun di dunia usaha. Dia juga menjadi *owner* dari usaha cuci sepatu yang cukup terkenal di Indonesia. Sebelumnya memang dia tidak begitu terlihat aktif di dunia kesehatan, malah lebih terlihat aktif sebagai sosok *public figure* dalam dunia sepatu. Namun, setelah adanya wabah Virus Corona ini menjadikannya dia sebagai sosok garda terdepan dalam menyuarakan berbagai macam hal positif guna mengatasi dan mencegah penyebaran Virus Corona.

Begitu banyak peran dr. Tirta mulai dari menjadi relawan yang tergabung dalam Gugus Tugas Percepatan Penanggulangan Covid-19 hingga menjadi salah satu pemegang komando di sana. Ia sudah banyak memerangi berbagai macam sentimen negatif penanganan Corona yang bertebaran di media sosial (medsos). Pengalaman dr Tirta dalam mengelola isu di medsos akan jadi senjatanya. Khususnya *buzzer* yang mengarah pada hoaks, propaganda, dan konten negatif lainnya seputar Corona. Menurutnya, medsos yang paling besar pengaruhnya adalah grup Whatsapp. Facebook, kata dia, memang ada sumbangsuhnya. Tetapi yang terjadi sesungguhnya adalah, informasi di Facebook disalin ke Grup Whatsapp, lalu dibumbui, dan itulah yang viral. Maka, basis paling penting adalah Whatsapp. Cara kerja *buzzer* juga memanfaatkan itu.

Selain menjadi garda depan dalam sosialisasi penanggulangan Corona dan melawan berbagai sentimen negatif dr. Tirta juga kerap melayangkan kritik terhadap pada pembuat kebijakan publik. Hal ini juga menjadi salah satu evaluasi dan sautu hal yang cukup ditakutkan bagi pemerintah. Salah satu hal yang disorot adalah pada waktu adanya pengesahan RUU Cipta Kerja menjadi UU. Banyak demonstrasi yang dilakukan berbagai macam elemen masyarakat yang berujung pada kerumunan. Pun yang paling disayangkan disini adalah masih banyak ditemukan pendemo yang tidak mematuhi

protokol. Menilik hal tersebut kemudian banyak *influencer* yang kemudian menjadikan hal tersebut suatu bentuk kontradiktif dari pemerintah. Pemerintah menggaung-gaungkan untuk mematuhi protokol dan menghentikan segala bentuk kerumunan. Dengan adanya pengesahan RUU Cipta kerja tersebut malahan pemerintah seolah melukai apa yang telah lama disusun untuk menanggulangi Corona.

Banyak orang yang menyayangkan hal tersebut. Tidak terkecuali dr. Tirta yang kemudian merasa kesal akan hal tersebut. Kritik keras senantiasa digaungkan melalui berbagai platform media sosial. Ia sangat menyayangkan akan gelontoran dana yang begitu besar namun tidak tepat guna. Pihak yang seharusnya menggaungkan sosialisasi penanganan Virus Corona seolah tidak bersuara apapun dan hanya segelintir orang saja. Malahan dari pemerintah sendiri memantik untuk berkerumum melalui demonstrasi sebagai akibat dari pengesahan RUU Cipta Kerja yang dinilai cukup meresahkan bagi beberapa masyarakat.

Harapan semua orang tentu saja mendambakan keadaan yang baik-baik saja. Semoga tahun ini menjadi pelajaran untuk semuanya dan Pandemi Virus Corona ini segera berakhir dan kita senantiasa dapat beraktivitas seperti sedia kala tanpa suatu halangan apapun.

---

**Reporter GK**



Sumber gambar : nasional.kompas.com

## **Konsepsi Ujaran Kebencian Pada Media Sosial dalam Negara Demokrasi**

Perkembangan teknologi digital didukung oleh banyaknya penemuan di bidang teknologi dan arus globalisasi telah membawa banyak perubahan, salah satunya di bidang komunikasi. Perkembangan di bidang komunikasi berteknologi digital telah melahirkan berbagai jenis media komunikasi, mulai dari komunikasi luar angkasa dan kemiliteran yang sangat rumit, sampai pada telepon genggam yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari, baik untuk berbisnis atau

sekedar menanyakan kabar pada seorang teman dalam kehidupan sosial melalui aplikasi perpesanan media sosial. Media sosial saat ini telah menjadi bagian utama dari kehidupan masyarakat Indonesia. Hal ini dapat dilihat melalui adanya kemudahan dan keunggulan yang kita peroleh melalui media sosial dalam melakukan aktivitas bisnis maupun sekedar menanyakan kabar kepada seseorang teman atau keluarga.

Media sosial yang selayaknya sebagai ruang untuk berdiskusi dan

berkomunikasi bebas dalam mengekspresikan kehidupan sehari-hari, kini digunakan sebagai alat politik dalam menggiring opini publik. Tingginya penggunaan sosial media dalam berkomunikasi dapat melahirkan sifat openness of media atau keterbukaan informasi di media sosial inilah yang menjadi pemicu tingginya kecenderungan masyarakat untuk melakukan ujaran kebencian, seperti ketersediaan fasilitas komentar untuk pembaca pada media yang berbasis

elektronik yang kini digunakan sebagai alat menyerang lawan dalam berbeda pendapat maupun ideologi. Salah satu contoh adalah kasus Ahmad Dhani yang menjadi tersangka karena dianggap menyebarkan kebencian terhadap kelompok tertentu.

Ujaran kebencian adalah tindakan komunikasi yang dilakukan oleh suatu individu atau kelompok dalam bentuk provokasi, hasutan, ataupun hinaan kepada individu atau kelompok lain dalam hal berbagai aspek seperti ras, warna kulit, gender, cacat, orientasi seksual, kewarganegaraan, agama dan lain-lain. Tindakan komunikasi ini disampaikan baik secara lisan, kampanye, pamflet, spanduk atau banner, hingga aplikasi media sosial seperti facebook, instagram, twitter, dll. Hasil penyelidikan jajarannya Ditreskrimsus Polda Metro Jaya menunjukkan Instagram menduduki urutan pertama platform media sosial yang sering digunakan untuk menyebarkan berita bohong

(hoaks) dan ujaran kebencian (hate speech) selama April hingga awal Mei 2020, yang kemudian disusul di urutan kedua dengan platform media sosial Facebook. Tingginya angka sebaran ujaran kebencian di media sosial diakibatkan dari minimnya literasi digital seseorang yang menyebabkan orang sulit untuk membedakan antara ujaran kebencian dengan kebebasan berbicara dalam penggunaan sosial media. Oleh karena itu pentingnya memahami perbedaan antara ujaran kebencian dengan kebebasan berbicara yang sudah dijamin di dalam konstitusi Indonesia.

Kebebasan berekspresi atau berbicara merupakan salah satu elemen penting dalam demokrasi. Bahkan dalam sidang pertama PBB pada tahun 1946, sebelum disahkannya Universal Declaration on Human Right atau traktat-traktat diadopsi, Majelis Umum PBB melalui resolusi nomor 59 (I) terlebih dahulu menyatakan bahwa "Hak atas informasi merupakan Hak Asasi Manusia Fundamental dan .... standar

dan semua kebebasan yang dinyatakan 'suci' oleh PBB". Kebebasan berekspresi merupakan syarat penting dalam sebuah negara demokrasi. Hal ini dapat dilihat dalam Kontitusi Negara Indonesia (UUD NRI Tahun 1945) dalam Pasal 28E ayat (3) yang menyatakan bahwa setiap orang berhak atas kebebasan berserikat, berkumpul, dan mengeluarkan pendapat. Dengan demikian, berangkat dari aturan tersebut mendorong aktivitas seseorang dalam menyampaikan suatu aspirasi secara lisan, kampanye, pamflet, spanduk atau banner, hingga aplikasi media sosial tanpa adanya batasan atau pertimbangan moral, nilai-nilai agama, keamanan, ketertiban umum, dan hak asasi orang lain.

Kemudian jika ditelaah dalam konstitusi Indonesia lebih lanjut mengenai batasan dalam kebebasan berekspresi, dapat kita temukan dalam Pasal 28J. Dalam Pasal 28J dijelaskan bahwa setiap orang wajib menghormati hak asasi

manusia orang lain dalam **t e r t i b k e h i d u p a n** bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara dan setiap orang wajib tunduk kepada pembatasan yang ditetapkan dengan undang-undang. Oleh karena itu, perbedaan antara kebebasan berekspresi dengan ujaran kebencian terletak pada niat, apakah niat tersebut dalam menginspirasi seseorang hanya sebatas menyampaikan suatu aspirasi dalam **m e n e g a k k a n** kebenaran atau untuk melakukan seseorang untuk berbuat kekerasan, menyakiti orang atau kelompok lain, anakirisme, vandalisme sehingga ujaran kebencian yang dikemas dalam bentuk penyampaian aspirasi tersebut berhasil dilakukan.

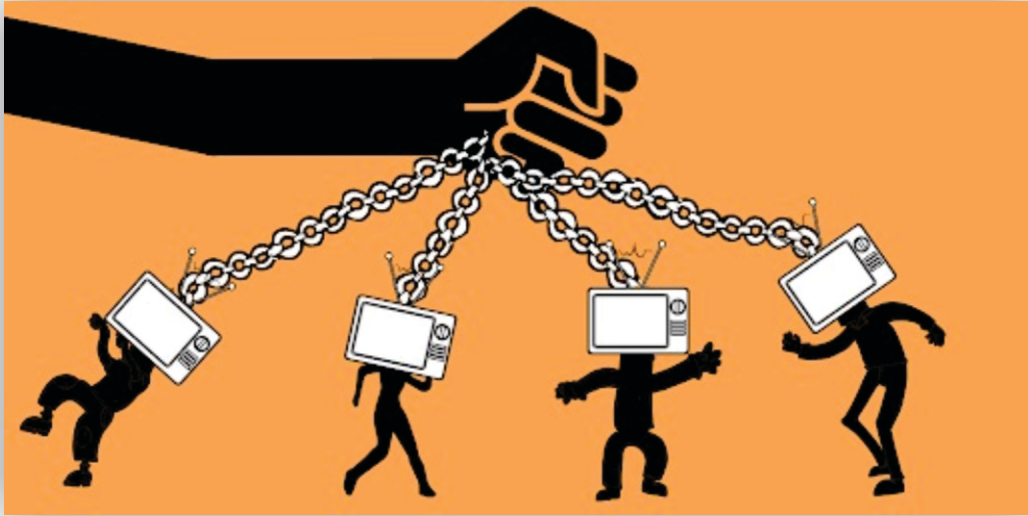
Tentunya dengan begitu, perbuatan tersebut dapat dikenai sanksi pidana.

Pengaturan sanksi pidana mengenai ujaran kebencian dapat dilihat secara seksama pada Pasal 28 ayat (2) jo. Pasal 45 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang menjelaskan bahwa 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 antar golongan (SARA) dapat dipidana

penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah). Hal ini jelas sebagai sebagai kepastian hukum dalam menjerat seseorang untuk melakukan ujaran kebencian dan bahwa perbuatan yang terkait dengan tindak pidana ujaran kebencian baik dilakukan sengaja maupun tidak sengaja, wajib mempertanggungjawabkan perbuatan tersebut dimuka hukum sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

---

*Dimas Chaeruman Yusuf*



Sumber gambar : euromaidanpress.com

## **Propaganda Media dalam Kasus Pemberitaan UU CIPTAKER**

Sudah satu bulan lebih Undang-Undang Cipta Kerja menjadi hukum positif di Indonesia yang mengikat seluruh rakyat. Pengesahan undang-undang cipta kerja atau sekarang lebih dikenal dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2020 ini menempuh jalan yang terjal sebelum disahkannya oleh Presiden Republik Indonesia Joko Widodo.

Mari berkilas balik pada perjalanan terjalnya undang-undang tersebut, berawal pada tanggal 12 Februari 2020 Airlangga

Hartanto Menteri Koordinator Bidang Perekonomian menyerahkan surat presiden sekaligus dengan draf Omnibus Law terkait dengan Rancangan Undang-Undang Cipta Kerja kepada DPR yang waktu itu diterima langsung oleh Ketua DPR, yaitu Puan Maharani. Draf yang diserahkan oleh pemerintah pada tanggal 12 Februari 2020 tersebut berisi 15 bab dan 174 pasal. Pada awalnya penyebutan dari rancangan undang-undang ini saja sudah mengindikasikan terburuburunya pemerintah dalam mengusulkannya, sebutan

yang awalnya Cipta Lapangan Kerja disingkat menjadi CILAKA yang pada akhirnya menjadi Cipta Kerja dengan singkatan CIPTAKER. Memang hal ini tak begitu dipermasalahkan, tetapi dengan perubahan yang demikian membuat masyarakat menyakini bahwa undang-undang ini pada dasarnya belum matang untuk dijadikan sebagai hukum positif di Indonesia.

Setelah diterimanya draf dari pemerintah, DPR selaku badan legislatif memiliki kewajiban untuk menindaklanjutinya sehingga

pada tanggal 20 April 2020 dibentuklah Panitia Kerja RUU Cipta Kerja yang bertugas untuk melakukan pembahasan mengenai substansi dari undang-undang tersebut yang berada dalam tugas Badan Legislasi. Anggota dari Panja RUU Cipta Kerja ini berjumlah 37 perwakilan dari 8 fraksi yang mengusulkan, kecuali Fraksi Demokrat dan Fraksi PKS yang tidak mengusulkan nama-nama. Panja RUU Cipta Kerja ini diketuai oleh Supratman Andi Agtas dari Fraksi Gerindra dengan didampingi 5 wakil ketua, yaitu Rieke Diah Pitaloka dari Fraksi PDI-P, Willy Aditya dari Fraksi Nasdem, Ibnu Multazam Fraksi PKB dan Achmad Baidowi dari Fraksi PPP. Setelah terbentuknya Panja RUU Cipta Kerja maka hal pertama kali yang dilakukan oleh panitia ini adalah melakukan Rapat Dengar Pendapat Umum berdasarkan beragam lapisan masyarakat mengenai RUU Cipta Kerja. Setelah RDPU dilaksanakan maka hasil dari RDPU akan disusun oleh Tim Perumus yang nantinya hasil

dari tim tersebut disepakati bersama lalu menyampaikan laporan tersebut ke dalam forum yang namanya pleno Badan Legislatif. Setelah melalui tahap pertama pembahasan RUU ini maka tahap kedua ialah dalam pembahasan di Rapat Paripurna hingga RUU Cipta Kerja disahkan oleh DPR pada tanggal 5 Oktober 2020. Meski dalam pengesahannya malah beredar empat versi draf Undang-Undang Cipta Kerja, yakni versi setebal 905 halaman (beredar 5 Oktober), versi setebal 1.052 halaman (beredar 9 Oktober) versi setebal 1.035 halaman (beredar 12 Oktober pagi) versi dan setebal 812 halaman (beredar 12 Oktober malam). Hingga pada akhirnya terjalnya perjalanan dari Undang-Undang Cipta Kerja sah pada tanggal 2 November yang ditandatangani oleh Presiden Joko Widodo.

Melihat dari kronologis tersebut memang bukan menjadi inti dari tulisan ini melainkan sebagai pengantar tulisan. Benar sekali apabila dilihat secara mendalam, Undang-Undang

Cipta Kerja ini mampu membelah masyarakat dan pemerintah secara dikotomis. Banyak sekali unsur masyarakat yang secara tegas menyatakan menolak dengan disahkannya Undang-Undang Cipta Kerja seperti halnya yang berkaitan dengan uang pesangon yang kabarnya dihapus, upah buruh yang dihitung perjam, tidak adanya status karyawan tetap. Semua hal tersebut memang menjadi kabar burung yang membuat masyarakat semakin yakin karena tanpa disadari banyak sekali media yang juga memberitakannya. Dapat dikatakan masyarakat sangat percaya terhadap apa yang diberitakan media apabila berita tersebut menindas kaum lemah. Padahal apabila ditelisik lebih jauh tuntutan-tuntutan seperti uang pesangon yang kabarnya dihapus, upah buruh yang dihitung perjam, tidak adanya status karyawan tetap adalah hoaks. Penafsiran-penafsiran yang menimbulkan namanya click bait inilah membuat masyarakat semakin melawan.

Memang dapat dikatakan media disini memiliki andil yang besar. Media adalah wadahnya informasi, tak bisa dibayangkan apabila media menyebarkan misinformasi. Kacau sudah apa yang terjadi di masyarakat ditambah minat baca yang sangat rendah di Republik Indonesia ini seakan menambah permasalahan yang ada. Begitupun dengan apa yang terjadi dalam Undang-Undang Cipta Kerja, kalau kita ikuti sedari awal media-media di Indonesia seakan memberikan propaganda terkait keburukan dari undang-undang tersebut, bukannya melakukan pencerdasaran kepada masyarakat Indonesia. Tak hanya sampai disitu, seperti pepatah “hal yang paling mudah mengalahkan musuh adalah menjadikannya musuh bersama” pada konteks ini seakan seakan media menjadikan pemerintah sebagai musuh bersama. Dengan demikian yang patut dipertanyakan sekarang ialah? Apakah media dalam memberitakan benar-benar berlaku objekrif tanpa adanya rekayasa atau hanya sekedar menaikan *Click Through Rate*?

---

*Taufik Hidayat*



## **DJW 2020 : Gema Pers Tanah Air dalam Menyuarakan Aspirasi Rakyat**

Diponegoro Journalist Week (DJW) merupakan acara dua tahun sekali yang diadakan oleh LPM Gema Keadilan. Tahun ini DJW diadakan pada tanggal 30 Oktober-1 November 2020 dengan mengusung konsep yang berbeda dengan tahun sebelumnya, yaitu dengan adanya kompetisi esai dan Pelatihan Jurnalistik Tingkat Lanjut Nasional (PJTLN) yang seluruh rangkaian acaranya diselenggarakan secara daring.

Pelatihan Jurnalistik Tingkat Lanjut Nasional (PJTLN) dengan tema “Gema Pers Tanah Air dalam Menyuarakan Aspirasi Rakyat”. Sedangkan, kompetisi esai yang diadakan mengangkat subtema “Belenggu Hukum dalam Jurnalistik” dan “Harkat dan Martabat Pers dalam Menghadapi Krisis Jati Diri”.

Pembukaan DJW 2020 dilakukan pada hari pertama rangkaian acara DJW. Di hari yang sama PJTLN diselenggarakan yang dibagi dalam dua sesi. Sesi pertama yang dimoderatori oleh Zidney Ilma Fazaada Emha dengan menghadirkan pembicara yaitu Roy Thaniago yang merupakan *Communication & Research Consultant*. Sedangkan sesi kedua dipandu oleh Mario Julyano dengan pembicara Yuda Kurniawan yang merupakan *Film Producer & Director*

Berbeda dengan tahun sebelumnya, peserta kompetisi esai terdiri dari dua kategori yaitu kategori pelajar SMA/ sederajat dan kategorori mahasiswa. Penyelenggaraan kompetisi esai diawali dengan pengiriman esai peserta kepada panitia, lalu pada hari kedua rangkaian DJW

2020 dilakukan presentasi esai oleh peserta DJW 2020 dan tanya jawab dengan dewan juri.

Rangkaian acara DJW 2020 ditutup pada hari ketiga sekaligus dilakukan pengumuman peserta terbaik dan pemenang lomba esai. Peserta terbaik terdiri dari dua kategori yaitu peserta teraktif dimenangkan oleh Ahmad Affandi, dan kategori infografis terbaik Muhammad Alviridho Prayoga. Rangkaian DJW ditutup dengan pengumuman pemenang kompetisi esai, dengan Juara I Ramadhana Afida Rachman, Juara II Muhammad Fajar Sodik, dan Juara III Samuel Bintang Robby Hasugian. Sedangkan untuk kategori pelajar Juara I Fatma Rosda Diana, Juara II Ajeng Ayu Anggraini Adnanto, Juara III Muhammad Zaky Mufadhal Eko P. Setiap pemenang kompetisi mendapatkan sertifikat serta uang tunai.

“DJW bukan hanya acara dua tahunan beserta rangkainya, tapi sebuah ajang yang membuka pikiran kita tentang pentingnya peran jurnalis mahasiswa dalam menyampaikan berita maupun pers itu sendiri. djw mempertemukan kepala dan ide-ide baru, melahirkan jurnalis2 baru dengan idealisme masing-masing, yang akan berperan penting sebagai pilar pers indonesia.” ucap Ayu Putri Sekarfajarwati selaku Project Officer DJW 2020.

---

*Reporter GK*

# DENGUNG PROPAGANDA POLITIK DI MEDIA SOSIAL

Media sosial menjadi arena pertempuran propaganda politik di Indonesia. Aktor pelaku memanfaatkan pasukan siber bayaran untuk memanipulasi opini publik.

## PROPAGANDA POLITIK INDONESIA

### TIPOLOGI ISI PESAN

- Propaganda pro pemerintah/ partai
- Serang pihak oposisi
- Bentuk polarisasi masyarakat



### STRATEGI KOMUNIKASI

Disinformasi dan manipulasi media  
*Meme*, video, atau berita bohong

Amplifikasi konten/ pesan

Penggunaan tagar (#) **#**

### ORGANISASI/ AKTOR PENGERAH PASUKAN SIBER

- Politisi dan partai politik
- Perusahaan konsultan komunikasi



### KANAL YANG DIGUNAKAN

Media sosial  
Facebook  
Twitter  
WhatsApp  
Instagram

### KONTRAK & ANGGARAN

#### Status

- Kontrak sementara
- Aktif saat Pemilu & bisa berlanjut ke agenda politik lain
- Hanya beroperasi di dalam negeri

#### Tarif (nilai kontrak)

**Rp 1 juta-50 juta**

#### Akun



#### Bot

Hilangkan kritik/ pendapat politik berbeda



#### Manusia

Unggah dan balas komentar/pesan

Sumber : [katadata.co.id](http://katadata.co.id)



[www.unimpresainternational.eu](http://www.unimpresainternational.eu)

**LPMGEMAKEADILAN**

*aktif, dinamis, kritis*



Gedung Prof. Satjipto Rahardjo Fakultas Hukum Lt.3

Jalan Prof. Soedarto, SH, Tembalang

Kota Semarang, Jawa Tengah

50271