

TINJUAN YURIDIS KAMPANYE YANG DILAKUKAN SECARA *ONLINE* PADA KAMPANYE PEMILU 2024

Danang Sugihardana¹, Muhammad Hamam Firdaus², Nabila Rahmawati Rama³

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

Email : c100192007@ums.ac.id¹, c100190382@student.ums.ac.id²,
c100192205@student.ums.ac.id³

Abstrak

Wadah platform online saat ini menjadi sarana komunikasi berbagai pihak, media sosial pun memberikan dampak positif maupun negatif terhadap masyarakat. Platform online menjadi salah satu strategi dalam aktivitas berkampanye dengan memanfaatkan literasi digital sebagai tujuan mengedukasi masyarakat secara kolektif terhadap wawasan dalam berpolitik. Metode pada penelitian ini menggunakan hukum normatif yang dikaitkan oleh studi kepustakaan dengan mengumpulkan data yang ada di masyarakat menjadi satu argument yang efektif, dengan didukung oleh berbagai sumber literasi hukum. Membahas berbagai aturan hukum dalam berkampanye online serta berkolaborasi dengan berbagai pihak pengawasan kampanye seperti Bawaslu dan KPU, akibat hukum yang dapat terjadi karena hal tersebut dapat berupa sanksi administrative dari mulai teguran hingga diskualifikasi selai itu dapat juga mendapat sanksi pidana yang diatur dalam pasal 492 dan 521 UU No.7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum dan diakomodir pada pasal UU No.19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. agar dapat meminimalisir terjadinya chaos atau perang tidak sehat antar sesama partai maka dibutuhkan sanksi bagi mereka yang melanggar berbagai aturan yang dibentuk oleh pemerintah.

Kata Kunci : Kampanye, Masyarakat, Online, Platform.

Abstract

Online platform containers are currently a means of communication for various parties, social media also has a positive or negative impact on society. Online platforms are one of the strategies in campaigning activities by utilizing digital literacy to educate the public collectively about political insights. The method in this study uses normative law which is linked to literature studies by collecting existing data in the community into an effective argument, supported by various sources of legal literacy. Discussing various legal regulations in online campaigning and collaborating with various campaign monitoring parties such as Bawaslu and KPU, The legal consequences that can occur as a result of such violations can include administrative sanctions ranging from warnings to disqualification. Additionally, individuals may face criminal penalties as stipulated in Article 492 and 521 of Law No. 7 of 2017 on General Elections, as well as provisions outlined in Article of Law No. 19 of 2016 on Information and Electronic Transactions. These laws govern the use of online platforms for campaign purposes and violations can result in various legal repercussions, including administrative penalties and potential criminal prosecution to minimize the occurrence has or unhealthy wars between fellow parties, sanctions are needed for those who violate various rules established by the government

Keywords : Campaign, Community, Online, Platform.

PENDAHULUAN

Kehadiran internet memiliki implikasi yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang politik dan pemilu. Melalui jaringan digitalnya, internet telah berhasil menghubungkan kota-kota dan negara-negara secara efisien. Perkembangan teknologi memainkan peran penting dalam dinamika komunikasi politik. Pemanfaatan internet, khususnya media sosial, telah memiliki dampak besar terhadap partisipasi politik dan minat politik generasi muda. Generasi muda semakin tertarik dan terlibat dalam isu-isu politik karena mereka memiliki akses ke informasi yang lebih luas dan ruang diskusi yang meluas melalui platform online. Media sosial memungkinkan mereka untuk berbagi pendapat, mengikuti perkembangan politik, dan aktif terlibat dalam kampanye politik. Dalam konteks pemilu, kampanye online telah menjadi bagian tak terpisahkan. Calon politik dan partai politik memanfaatkan media sosial untuk mengkomunikasikan program-program mereka kepada pemilih, membangun basis dukungan, dan berinteraksi dengan pemilih potensial. Ini membuka peluang baru untuk mencapai audiens yang lebih luas, terutama di kalangan generasi muda yang cenderung aktif di platform online. Namun, kehadiran internet dan media sosial juga memiliki dampak negatif. Tidak semua informasi yang beredar di internet dapat dipastikan validitasnya, yang memunculkan tantangan dalam bentuk penyebaran berita palsu atau hoaks yang dapat memengaruhi pemilu. Selain itu, adanya ruang diskusi terbuka di media sosial juga dapat memperkuat polarisasi dan konflik di antara pemilih, terutama ketika perbedaan pendapat tidak diungkapkan dengan baik. Dalam konteks ini, terdapat kesadaran akan dampak positif dan negatif kehadiran internet dalam politik dan pemilu. Pemanfaatan teknologi internet, terutama media sosial, telah meningkatkan minat politik dan partisipasi generasi muda. (Ardha 2014). Namun, tantangan seperti penyebaran berita palsu dan polarisasi perlu ditangani secara efektif agar dampak positif dari teknologi internet dapat dimaksimalkan dalam konteks pemilu.

Penggunaan sistem elektronik dalam pemilu telah menjadi alat bantu yang efektif. Dukungan teknologi mempermudah dan meningkatkan efisiensi penyelenggaraan pemilu. Teknologi telah membantu mengurangi beban tugas penyelenggara pemilu dalam melaksanakan berbagai tahapan pemilu. Dengan adanya dukungan teknologi dalam penyelenggaraan pemilu, setiap tahapan dapat dilakukan dengan lebih cepat. Sebagai contoh, penghitungan suara dapat dilakukan secara efisien, menghasilkan waktu yang lebih singkat dalam pelaksanaan pemilu secara keseluruhan. Hal ini berkontribusi pada efisiensi pelaksanaan pemilu. Namun, sistem elektronik dalam pemilu juga memiliki kelemahan, terutama terkait dengan keamanan data. Jika tidak ada perlindungan yang memadai, data yang

terkait dengan pemilu dapat terancam keamanannya. Kelemahan dalam keamanan data ini dapat merusak citra dan kualitas pelaksanaan pemilu. Oleh karena itu, perlindungan yang maksimal terhadap keamanan data sangat penting dalam penggunaan sistem elektronik dalam pemilu. Hal tersebut menjelaskan bahwa penggunaan sistem elektronik dalam pemilu memberikan keuntungan dalam hal efektivitas dan efisiensi penyelenggaraan. Namun, perhatian yang serius harus diberikan pada aspek keamanan data guna menjaga citra dan kualitas pelaksanaan pemilu. (Yani 2022).

Di Indonesia, penggunaan media sosial sebagai alat kampanye politik masih tergolong baru. Meskipun beberapa politisi telah membuat akun media sosial untuk berkampanye pada Pemilu 2009, namun penggunaannya belum didukung oleh pemahaman yang baik tentang platform tersebut. Mereka masih menggunakan media sosial dengan cara-cara lama, seperti mengirimkan pesan berlebihan kepada para pengikutnya di Facebook dan Twitter. Komunikasi yang digunakan cenderung bersifat satu arah dan top-down, sehingga tidak ada keterlibatan yang terjalin antara kandidat dan pendukungnya. Selain itu, minimnya penggunaan blog oleh para kandidat sebagai sarana komunikasi dan berbagi ide, tujuan, prestasi, dan harapan bersama juga menunjukkan kurangnya pemahaman dalam memanfaatkan media sosial secara efektif. Setiap adopsi teknologi baru dan metode komunikasi memiliki aturan dan norma tersendiri. Oleh karena itu, pemahaman tentang cara penggunaan dan pemanfaatan setiap platform media sosial sangat diperlukan dalam mengintegrasikan media sosial ke dalam strategi kampanye secara menyeluruh.

Pengertian mengenai kampanye sendiri tertuang dalam Pasal 1 angka (35) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum, Kampanye Pemilu merujuk pada kegiatan yang dilakukan oleh peserta pemilu atau pihak yang ditunjuk oleh peserta pemilu dengan tujuan meyakinkan pemilih melalui penyampaian visi, misi, program, dan citra diri peserta pemilu. Selanjutnya, sesuai dengan Pasal 267 ayat (1) dalam undang-undang yang sama, kampanye pemilu juga dianggap sebagai bagian dari pendidikan politik masyarakat dan wajib dilaksanakan secara bertanggung jawab.

Dalam komunikasi politik, strategi kampanye menggunakan dorongan internet dan media sosial, termasuk viral marketing, telah dicoba. Melalui media internet, visi, platform, dan rekam jejak calon pemimpin dapat disampaikan melalui berbagai fasilitas internet. Selain itu, kampanye online memungkinkan interaksi langsung antara peserta pemilu dan pendukungnya. Melalui komentar, pesan pribadi, atau obrolan langsung, peserta pemilu dapat berinteraksi dengan pendukung, menjawab pertanyaan, membangun hubungan personal, dan mendapatkan umpan balik secara real-time. Dikarenakan hal tersebut media sosial mampu

memberikan ruang yang lebih besar untuk menyebarkan informasi dan konten kampanye. Peserta pemilu dapat memanfaatkan berbagai format seperti teks, gambar, video, dan live streaming untuk menyampaikan pesan mereka secara kreatif dan menarik perhatian pemilih. Dengan potensi sosial media yang semakin luas, tidak lagi berlaku prinsip "satu orang, satu suara," tetapi satu individu dapat memiliki kekuatan yang setara dengan puluhan, ratusan, bahkan ribuan orang. Hal ini dikarenakan pengaruh yang dimiliki oleh individu dengan banyak pengikut dapat mempengaruhi keputusan suara pengikutnya dalam pemilihan. Kelebihan media sosial terletak pada efektivitasnya sebagai sarana pertukaran ide dan gagasan. Namun, secara ironis, dalam dekade terakhir, pertukaran ide dan gagasan di media sosial seringkali disalahartikan dan digunakan sebagai alat untuk menyebarkan kebencian dan memicu permusuhan, yang pada akhirnya menciptakan ruang publik yang semakin agonistic atau semakin penuh dengan konflik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini secara keseluruhan menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan spesifikasi penelitian deskriptif. Metode ini bergantung pada pengumpulan data primer yang berupa perundang-undangan yang relevan dengan pelaksanaan pemilu dan kampanye di Indonesia. Selain itu, data sekunder yang terdiri dari buku-buku dan jurnal penelitian hukum juga dimanfaatkan sebagai sumber data. Teknik studi kepustakaan digunakan untuk mengumpulkan data sekunder, yang kemudian dikelompokkan berdasarkan jenis bahan hukum. Hasil penelitian ini diungkapkan melalui tulisan yang mengadopsi metode penulisan kualitatif. Dalam metode ini, data yang terkumpul dijelaskan dalam bentuk kalimat-kalimat yang membentuk paragraf-paragraf yang terstruktur, logis, sistematis, dan efektif. Selanjutnya, kesimpulan diambil secara deduktif sebagai jawaban terhadap pertanyaan mengenai hukum Indonesia dalam mengatur kampanye yang dilakukan secara online dan potensi pelanggarannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aturan Hukum Kampanye Online dalam Hukum Positif di Indonesia

Menurut Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) No. 13 Tahun 2020, kampanye yang bertujuan untuk pemilihan umum memiliki variasi bentuk yang dapat diambil. Salah satu bentuk kampanye yang diatur dalam pasal 57 adalah penayangan iklan kampanye melalui berbagai jenis media, seperti media massa cetak, media massa elektronik, media sosial,

dan/atau media daring.(Daon001 2018) Kampanye melalui media sosial dianggap lebih efektif dan efisien dalam menjangkau kalangan menengah ke atas daripada metode kampanye konvensional seperti menggunakan atribut partai politik dan berorasi di tempat terbuka. Dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilu, pasal 1 ayat 35 menjelaskan bahwa kampanye pemilu merupakan kegiatan yang dilakukan oleh peserta pemilu untuk meyakinkan pemilih melalui penawaran visi, misi, program, dan/atau citra diri peserta pemilu. Namun, dalam Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Nomor 23 Tahun 2018 mengenai Kampanye Pemilu, pengaturan kampanye di media sosial terbatas pada pendaftaran akun milik peserta pemilu. Namun dalam praktiknya, kampanye online memiliki karakteristik yang lebih dinamis dan cepat berkembang. Oleh karena itu, metode rekonstruksi hukum (*rechtsvinding*) dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan hukum yang muncul dengan menggunakan penalaran analogi, juga dikenal sebagai *Argumentum per analogiam*. Dalam penalaran ini, situasi yang berbeda namun memiliki kesamaan, jenis, atau kemiripan dengan situasi yang diatur dalam undang-undang diperlakukan dengan cara yang serupa. Dalam konteks kampanye online, hal ini berarti penting untuk mempertimbangkan aturan-aturan yang mengatur kampanye konvensional dalam penegakan hukum yang berkaitan dengan kampanye online.

Mengenai hal yang dilarang dalam kampanye telah diatur di dalam pasal 280 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilu, dalam aturan tersebut mengatur berbagai bentuk pelaksanaan, peserta, dan berbagai macam Tindakan tim kampanye pemilu, yang pada intinya dalam aturan tersebut dilarang untuk

1. Melakukan suatu tindakan yang mengancam keutuhan NKRI baik secara langsung atau mempengaruhi orang lain (huruf a,b)
2. Melakukan tindakan yang dapat memprovokasi orang lain atau kandidat lain (huruf c,d,e,f,g,h)
3. Menjanjikan suatu barang atau uang (huruf i)

Aturan-aturan yang lebih rinci terkait pelaksanaan kampanye diatur dalam Pasal 69 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2015 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota. Dalam pasal tersebut, terdapat larangan-larangan dalam pelaksanaan kampanye, antara lain:

1. Melakukan suatu tindakan yang mengancam keutuhan NKRI baik secara langsung atau tidak langsung (huruf a,e)
2. Melakukan tindakan yang dapat memprovokasi orang lain atau kandidat lain (huruf b,c,d,f,g)

3. Menggunakan fasilitas umum atau pemerintah untuk kepentingan kampanye pribadi (huruf h,i,j)
4. Melakukan kampanye diluar jadwal kampanye (huruf k)

Kampanye yang dilakukan secara online juga memiliki tantangan dan risiko tersendiri. Salah satunya adalah potensi penyebaran informasi yang tidak benar atau hoaks yang dapat mempengaruhi persepsi dan keputusan pemilih. Oleh karena itu, pengawasan dan penegakan hukum terhadap pelanggaran kampanye online menjadi penting guna menjaga integritas pemilihan dan melindungi hak-hak pemilih. Sehingga, prinsip pengawasan menjadi sebuah kebutuhan utama dalam penyelenggaraan pemilihan umum, di mana Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) bertindak sebagai penanggung jawab utama dalam pengawasan tersebut. Tanpa adanya lembaga pengawas yang mandiri, pelaksanaan pemilihan umum dapat mengancam prinsip-prinsip LUBER (Langsung, Umum, Bebas, Rahasia) dan JURDIL (Jujur, Adil, Transparan) (Syahputra and Rajief 2022) . Oleh karena itu, Bawaslu harus dianggap sebagai lembaga penyelenggara pemilihan umum yang bertugas melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan pemilihan umum. Dalam pandangan Mahkamah Konstitusi, Bawaslu memiliki kedudukan sebagai bagian integral dari fungsi penyelenggara pemilihan umum bersama Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilu (DKPP). Bawaslu memiliki karakteristik nasional, tetap, dan mandiri. Dalam setiap pemilihan umum, Bawaslu berperan untuk memastikan kelancaran proses sebelum, saat, dan setelah pemilihan umum sesuai dengan perundang-undangan dan regulasi yang berlaku. Tugas Bawaslu antara lain:

1. Merumuskan pedoman pelaksanaan pengawasan dalam penyelenggaraan Pemilu bagi pengawas pemilu di semua tingkatan.
2. Melaksanakan langkah-langkah preventif dan penegakan hukum terhadap pelanggaran Pemilu dan penyelesaian sengketa dalam proses Pemilu.
3. Melakukan pengawasan terhadap persiapan penyelenggaraan Pemilu.
4. Melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan tahapan penyelenggaraan Pemilu.
5. Melakukan evaluasi terhadap pengawasan Pemilu.
6. Melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan berbagai regulasi yang ditetapkan oleh KPU.
7. Melakukan tugas sesuai dengan aturan hukum yang berlaku.

Bawaslu juga berwenang sebagai berikut :

1. Menerima dan mengambil tindakan terhadap laporan yang berkaitan dengan pelanggaran terhadap peraturan hukum yang mengatur Pemilu.

2. Menerima, memeriksa, memediasi, atau mengadili serta membuat keputusan terkait penyelesaian sengketa yang terkait dengan Pemilu.
3. Melakukan wewenang lain yang diamanatkan oleh peraturan yang berlaku.

Dalam Peraturan Komisi Pemelihan Umum Nomor 7 Tahun 2018 Pasal 35 mengatur mengenai Kampanye Menggunakan Media Sosial yang pada intinya ada beberapa Batasan-batasan tertentu, yaitu

1. Hanya boleh memiliki maksimal 10 akun yang digunakan untuk kampanye pada setiap *platform*;
2. Pada setiap gambar atau materi yang digunakan pada setiap akun setidaknya harus memuat visi, misi dan program-program peserta pemilu.

Pada Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 7 Tahun 2018 Pasal 36 menjelaskan hal yang lebih merinci, yaitu

1. Wajib mendaftarkan setiap akun resmi media social yang dimiliki oleh pelaksana kampanye paling lambat 1 (satu) hari sebelum masa kampanye dimulai;
2. Akun yang didaftarkan wajib ditutup pada hari terakhir masa kampanye

Sebelum penggunaan media sosial, para politisi telah menggunakan internet sebagai sarana untuk melakukan kampanye. Internet memiliki potensi sebagai alat untuk melawan politik massa yang opresif dan sebagai saluran suara dari masyarakat ke penguasa yang seringkali memanfaatkan kekuasaan mereka demi kepentingan golongan mereka. Internet diharapkan dapat menjadi media yang memungkinkan aliran informasi dua arah yang interaktif antara politisi dan pendukungnya. Internet menjanjikan adanya forum yang luas bagi pengembangan kelompok kepentingan dan sebagai sarana untuk menyampaikan opini. Media sosial memang memberikan peluang bagi para aktor politik untuk menjangkau pemilih, berinteraksi secara langsung dengan publik, dan membentuk percakapan yang lebih dekat dengan publik. Namun, di sisi lain, media sosial juga dapat membuat aktor politik menjadi sasaran ejekan atau bahkan serangan verbal dari publik. (Anshari 2013)

Dalam konteks ini, Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) memiliki peran utama dalam melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan kampanye online. Selain bekerja sama dengan aparat penegak hukum, Bawaslu juga dapat menggandeng perusahaan penyedia aplikasi media sosial untuk meminimalkan penyebaran hoaks dan konten negatif selama masa kampanye. Dengan demikian, pengawasan yang efektif dapat membantu menjaga kualitas kampanye online dan melindungi proses demokrasi yang adil dan berkualitas.

Akibat Hukum Pidana Pelanggaran Kampanye Pemilu

Pelaksanaan kampanye melalui media sosial merupakan tantangan yang berat bagi Bawaslu jika tidak ada langkah-langkah inovatif untuk mengatasi potensi penyebaran informasi dan konten negatif oleh jutaan akun selama masa kampanye. Selain bekerja sama dengan aparat penegak hukum, Bawaslu dapat menjalin kemitraan dengan perwakilan perusahaan penyedia aplikasi media sosial di Indonesia untuk mengurangi penyebaran berita bohong (hoaks) dan konten negatif selama masa kampanye. Selama masa kampanye, peserta pemilu dan tim kampanye seringkali melanggar administrasi pemilu, yang dapat mengakibatkan sanksi hukum bagi siapa pun yang terbukti melanggar. Hal ini berpotensi berdampak hukum terhadap peserta pemilu atau partai politik yang mencalonkan wakil rakyat. Adapun akibat hukum yang mungkin terjadi dalam konteks pelanggaran kampanye di media online dapat berupa:

Badan Pengawas Pemilihan Umum (Bawaslu) sebagai lembaga yang bertanggung jawab atas pengawasan pelaksanaan pemilihan umum dapat memberikan sanksi administratif kepada peserta pemilu yang melanggar aturan kampanye online. Sanksi administratif dapat berupa peringatan, teguran, atau denda administratif. Bawaslu dan KPU memiliki kewenangan untuk memberlakukan pembatasan atau larangan terhadap kampanye online jika terdapat pelanggaran yang signifikan. Hal ini dapat meliputi pemblokiran akses ke platform media sosial tertentu atau pembatasan konten tertentu yang berkaitan dengan kampanye. Jika pelanggaran kampanye online dianggap serius dan melanggar ketentuan yang ditetapkan, Bawaslu berwenang untuk mendiskualifikasi peserta pemilu atau partai politik yang melanggar. Diskualifikasi ini dapat mengakibatkan pencabutan status kandidat atau pembatalan hasil pemilihan terkait.

Selain itu pelanggar juga bisa mendapatkan sanksi pidana, beberapa tindakan pelanggaran kampanye online dapat dikenakan sanksi pidana sesuai dengan peraturan yang berlaku adalah sebagai berikut :

Pada pasal 492 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum, dinyatakan bahwa setiap orang yang dengan sengaja melakukan kampanye pemilu di luar jadwal yang telah ditetapkan oleh KPU, KPU Provinsi, dan KPU Kabupaten/Kota dapat dikenai pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun dan denda paling banyak Rp12.000.000,00 (dua belas juta rupiah). Selanjutnya, pasal 521 menjelaskan bahwa pelaksana, peserta, dan/atau tim kampanye pemilu yang dengan sengaja melanggar larangan pelaksanaan kampanye yang diatur dalam pasal 280 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf d, huruf e, huruf f, huruf g, huruf h, huruf i, atau huruf j dapat dikenai pidana penjara paling

lama 2 (dua) tahun dan denda paling banyak Rp24.000.000,- (dua puluh empat juta rupiah). Selain itu, jika seseorang melakukan pelanggaran kampanye di media sosial dengan cara menjatuhkan pihak lain, maka akan dikenakan Pasal 27 ayat (3) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU No. 19 Tahun 2016). Pasal ini melarang seseorang untuk dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan, mentransmisikan, dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik. Pelanggaran terhadap ketentuan ini dapat dikenai pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp750.000.000,00 (tujuh ratus lima puluh juta rupiah) berdasarkan Pasal 45 ayat (3) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016. Selain itu, Pihak yang merasa dirugikan akibat pelanggaran kampanye online dapat mengajukan gugatan hukum terhadap pelaku pelanggaran, seperti gugatan pencemaran nama baik atau gugatan hak cipta terkait penggunaan konten tanpa izin.

KESIMPULAN

Aktivitas kampanye yang berbasis online sejatinya dapat dinilai lebih efektif dan efisien apabila terdapat aturan hukum di Indonesia yang mengakomodir hal tersebut dengan baik. Di Indonesia pemerintah membentuk aturan hukum positif sebagai salah satu regulasi yang mengatur pelaksanaan kampanye secara online dalam PKPU No.13 Tahun 2020 Pasal 57 dan Nomor 23 Tahun 2018 yang mengatur aturan pendaftaran akun sosial media untuk melaksanakan kampanye pemilu. Kemudian dalam pasal 280 UU No.7 (PKPU) telah mengatur berbagai bentuk pelaksanaan dan berbagai bentuk pelanggaran kampanye online. Dalam hal ini, dibutuhkan kolaborasi antara Bawaslu dan KPU untuk melakukan pengawasan terhadap kampanye berbasis media sosial, sebagaimana produk hukum yang diatur oleh PKPU No.7 Tahun 2018 Pasal 35 hingga pasal 36. Kemudian akibat hukum yang dapat terjadi karena hal tersebut dapat berupa sanksi administrative dari mulai teguran hingga diskualifikasi selai itu dapat juga mendapat sanksi pidana yang diatur dalam pasal 492 dan 521 UU No.7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum dan diakomodir pada pasal UU No.19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshari, Faridhian, 2013, Komunikasi politik di era media sosial, Jurnal komunikasi.
Ardha, Berliani, 2014, Social Media sebagai media kampanye partai politik 2014 di Indonesia, Jurnal Visi Komunikasi.

- Budiono, A., Absori, A., Zuhdi, S., Kurnianingsih, K., Inayah, I., Bangsawan, M. I., & Yuspin, W. (2022). National Health Security Policy in Indonesia: A Narrative Review from Law Perspective. *Open Access Macedonian Journal of Medical Sciences*, 10(E), 183-187.
- Syahputra, Dedy Rajief, Muhammad, 2022, Tugas dan Wewenang Bawaslu Di Indonesia Pasca Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Penyelenggaraan Pemilu, *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*.
- Yani, Ahmad, 2022, Urgensi Pengaturan Tindak Pidana Pemilu Elektronik Pada Pelaksanaan Pemilu 2024, *Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia*.
- Hartono, S. (2015). *Metode penelitian hukum*. Rajawali Pers.
- Mertokusumo, S. (2018). *Penelitian hukum dan metodologi penelitian hukum*. Sinar Grafika.
- Coleman, S., & Blumler, J. G. (Eds.). (2009). *The Internet and democratic citizenship: Theory, practice and policy*. Cambridge University Press.
- Cardenal, A. S., & Selva, M. (2018). *Political marketing: Theory, contexts, and challenges*. Routledge.
- Norris, P. (2014). *Electoral Engineering: Voting Rules and Political Behavior*. Cambridge University Press.
- Pammett, J. H., & LeDuc, L. (Eds.). (2015). *The dynamics of electoral participation*. Routledge.
- Triolo, P. K., & Nash, J. (Eds.). (2012). *Democratization and Research Methods*. Oxford University Press.
- Daon001, 2018, Mengatur kampanye di media sosial, <https://www.kominfo.go.id/>
- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum
- Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 7 Tahun 2018 Tentang Peraturan Komisi Pemilihan Umum tentang Seleksi Anggota Komisi Pemilihan Umum Provinsi dan Komisi Pemilihan Umum Kabupaten/Kota
- Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 13 Tahun 2020 Tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 4 Tahun 2023 tentang Seleksi Anggota Komisi Pemilihan Umum Provinsi dan Komisi Pemilihan Umum Kabupaten/Kota