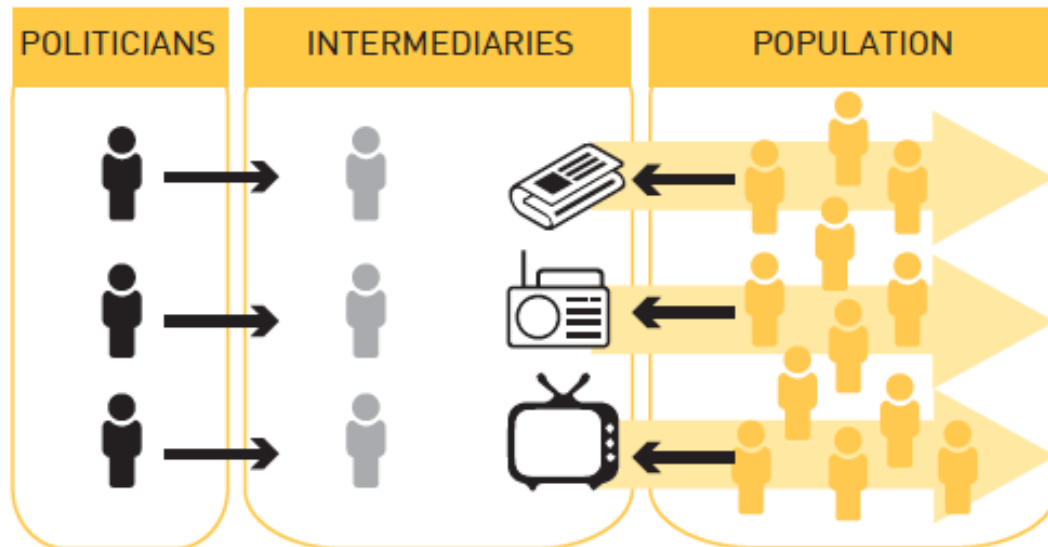
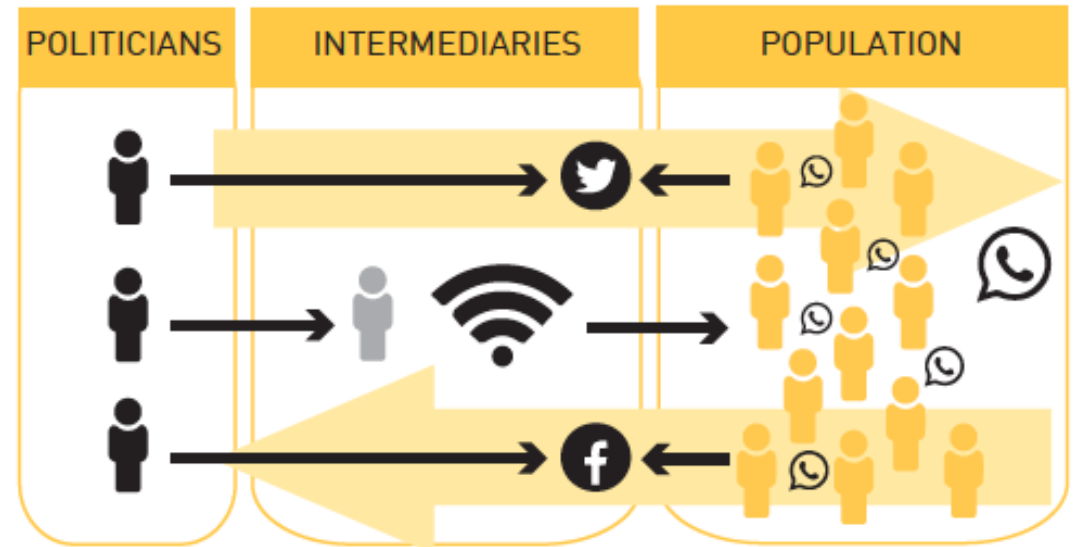


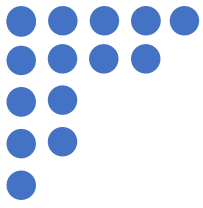
Kampanye di Media

Sebelum Internet



Setelah Internet





Permasalahan di Media Sosial (1)

Term (Source)

Information (or influence) operations / coordinated inauthentic behaviour
(Facebook)

Violations of election integrity
(Twitter)

Disinformation
(Google)

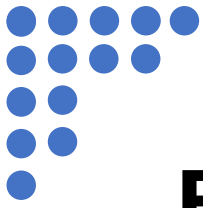
Computational propaganda
(Oxford Internet Institute)

Term (Source)




Information disorder
(First Draft News/Council of Europe)

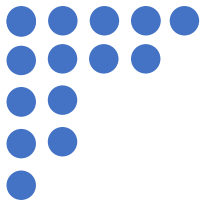
Narrative competition
(Institute for Strategic Dialogue)

Threats to Democratic Discourse
(Democracy Reporting International)



Fenomena di Media Sosial (1)

PHENOMENA	GENERAL CHARACTERISTICS	INFLUENCE ON ELECTIONS
PLATFORM DESIGN 	Outcomes of business model: filter bubbles, echo chambers	Polarisation, skewed perception of reality, harms democratic culture
ADVERTISING 	Outcomes of business model: data of users helps ads to be more effective	Targeted political ads ("dark ads"), lack of transparency, anti-democratic propaganda, foreign meddling
SOCIAL BOTS, TROLLS 	Use of artificial methods to call the attention of the public (for a product, etc.)	False public support to a cause, idea of candidate, intimidation, manipulation of public debate





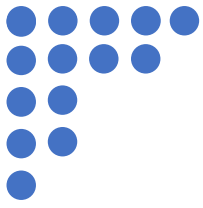
Microtargeting








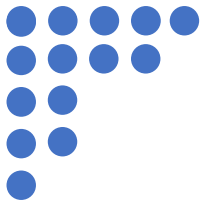
Fenomena di Media Sosial (2)

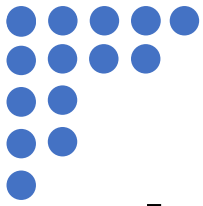
PHENOMENA	GENERAL CHARACTERISTICS	INFLUENCE ON ELECTIONS
DISINFORMATION 	Business logic (click baiting strategies) or political motivation	Political debate influenced by lies: divisives narratives, voter suppression, discrediting campaigns
HATE SPEECH 	Web-based interaction, lacks social control, political motivation	Attacks and insults may intimidate and silence users and the menace of physical violence or confront may prevent groups to vote



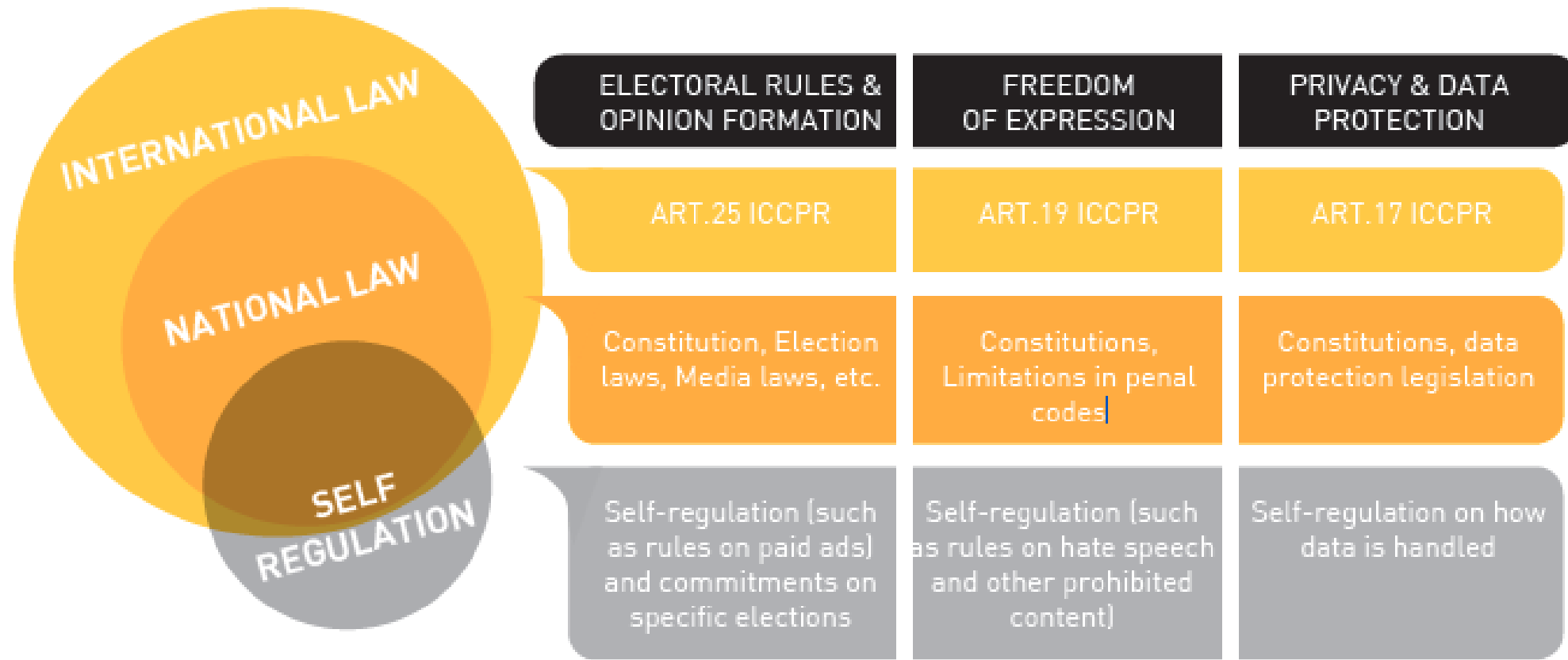
Topik Yang Sering Muncul Dalam Tahapan Pemilu

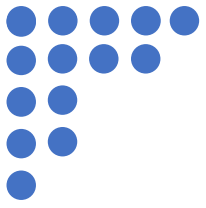
 <p>CAMPAIGN PERIOD</p> <ul style="list-style-type: none">• Discrediting campaigns• Divisive narratives/hate speech• Information aimed at confusing voters	 <p>ELECTION DAY</p> <ul style="list-style-type: none">• Attempts to suppress votes from specific groups (through disinformation, hate speech)• Confusion about electoral information (where, when and how to vote)	 <p>POST-ELECTORAL PERIOD</p> <ul style="list-style-type: none">• Doubts about electoral integrity• Wrong information on complaints and appeals
---	---	---



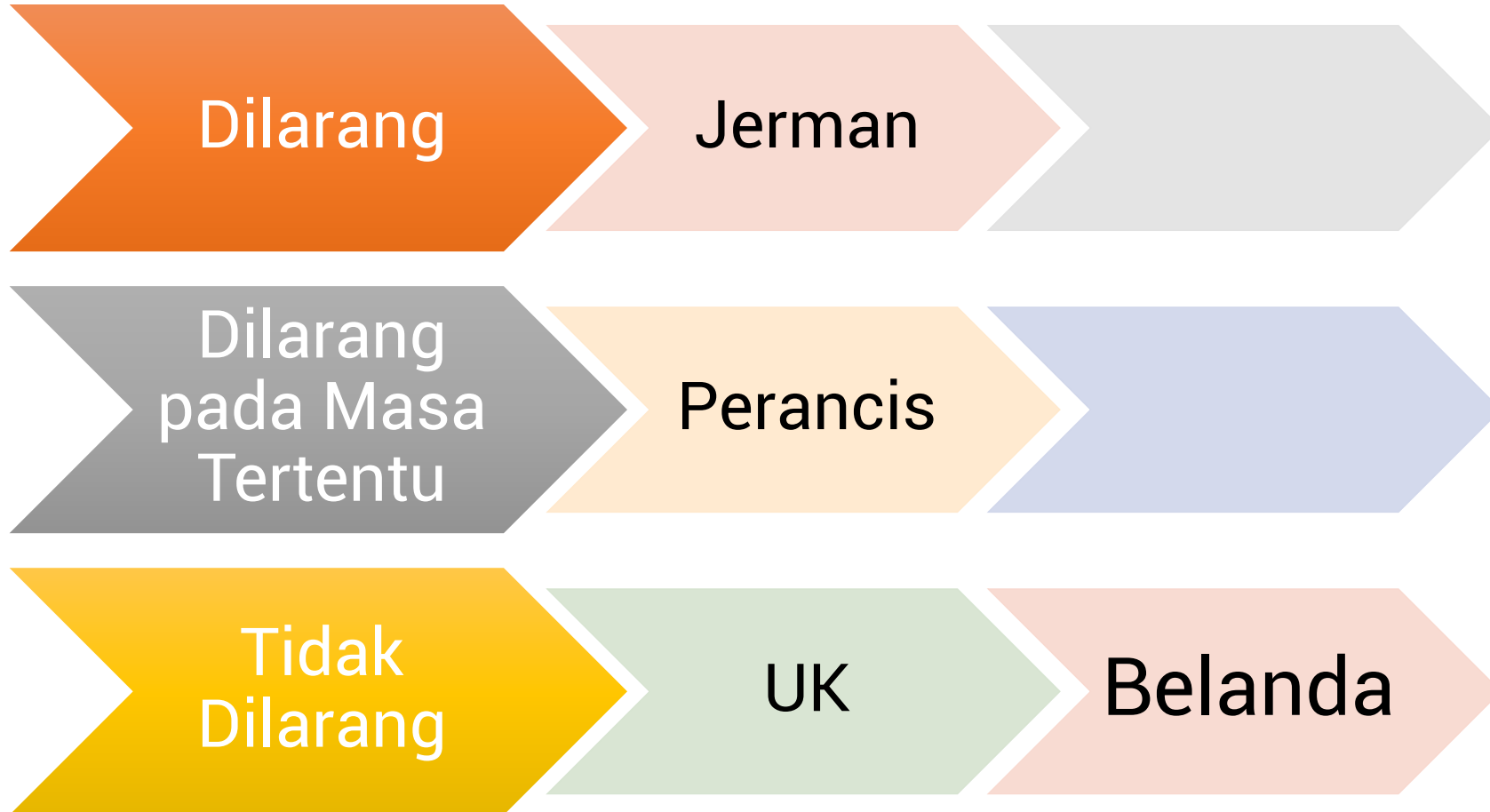


Legal Framework Pengaturan Kampanye di Media Sosial





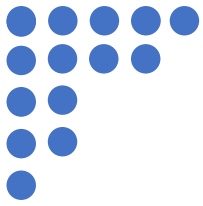
Tiga Spektrum Pengaturan Kampanye di Media





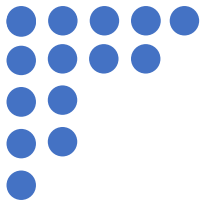
Fenomena kampanye di media sosial di Indonesia

- Di Indonesia, kampanye di media sosial mulai terlihat pada Pemilihan Presiden 2009. Namun fenomena yang terlihat saat itu, hanya adanya grup Facebook dengan nama “Say No to Megawati”.
- Kampanye di media sosial mulai masif dilakukan di Pilpres 2014. Kedua paslon, Jokowi-JK dan Prabowo-Hatta, berkampanye di media sosial Facebook dan Twitter. Bahkan, kampanye media sosial mereka melibatkan selebriti untuk memperluas pengaruh mereka.
- Media sosial digunakan secara masif pula di Pilkada DKI Jakarta tahun 2017. Kedua paslon gubernur-wakil gubernur aktif menggunakan Twitter dan Facebook untuk membangun citra dan menyebarkan narasi politik. Kampanye tidak hanya dalam bentuk teks, tetapi juga berupa meme dan video. Kampanye juga mulai banyak dilakukan di Instagram dan Youtube.
- Kampanye di media sosial semakin masif dilakukan di Pemilu 2019. Semua peserta pemilu memaksimalkan media sosial untuk menyampaikan pesan singkat yang kuat kepada pemilih. Meme politik beredar luas di berbagai platform media sosial dan aplikasi pesan online seperti Whats App dan Line.



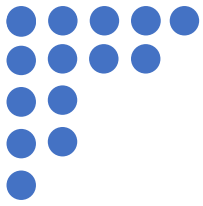
Perkembangan Aturan Kampanye Di Media Sosial (1)

Pemilu	Aturan
Pemilu 2009	Peraturan Menteri Kominfo No.11/PER/M.KOMINFO/02/2009
Pemilu 2014	Peraturan Menteri Kominfo No. 14/2014 tentang Kampanye Pemilihan Umum melalui Penggunaan Jasa Telekomunikasi.
Pilkada	<ol style="list-style-type: none">1. UU No. 1 Tahun 2015 jo. UU No. 8 Tahun 2015 jo. UU No. 10 Tahun 2016 tentang Pilkada2. Peraturan KPU No. 4 Tahun 2017 tentang Kampanye Pilkada3. Peraturan Bawaslu No. 12 Tahun 2017 tentang Pengawasan Kampanye Pilkada
Pemilu 2019	Pemilu 2019 <ol style="list-style-type: none">1. UU No. 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum (UU Pemilu).2. Peraturan KPU No. 23 Tahun 2018 jo. Peraturan KPU No. 28 Tahun 2018 jo.3. Peraturan KPU No. 33 Tahun 2018 tentang Kampanye Pemilihan Umum4. Peraturan Bawaslu No. 28 Tahun 2018 jo. Peraturan Bawaslu No. 33 Tahun 2018 tentang Pengawasan Kampanye Pemilihan Umum.



Perkembangan Aturan Kampanye Di Media Sosial (2)

Pemilu 2009	Pemilu 2014	Pilkada	Pemilu 2019
Kampanye pemilu melalui jasa telekomunikasi dilaksanakan oleh Pelaksana Kampanye atau Tim Kampanye.	Kampanye pemilu melalui jasa telekomunikasi dilaksanakan oleh Pelaksana Kampanye atau Tim Kampanye.	Partai Politik atau Gabungan Partai Politik, Pasangan Calon dan/atau Tim Kampanye.	Pelaksana dan Tim Kampanye.
Kampanye pemilu melalui jasa telekomunikasi dilakukan secara bertanggungjawab, dan merupakan bagian dari pendidikan politik masyarakat.	Kampanye pemilu melalui jasa telekomunikasi dilakukan secara bertanggungjawab, dan merupakan bagian dari pendidikan politik masyarakat.	Umum.	Umum.
Materi kampanye Peserta Pemilu melalui Jasa Telekomunikasi berupa pesan dan/atau informasi yang meliputi visi, misi, dan program Peserta Pemilu.	Materi kampanye Peserta Pemilu melalui Jasa Telekomunikasi berupa pesan dan/atau informasi yang meliputi visi, misi, dan program Peserta Pemilu.	Materi Kampanye Pasangan Calon wajib memuat visi, misi dan program yang disusun berdasarkan Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah Provinsi atau Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah Kabupaten/Kota.	Visi, misi, dan program peserta pemilu.
<p>Larangan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempersoalkan pembukaan UUD 1945, Pancasila, dan kesatuan negara republic Indonesia. 2. Menghina SARA peserta pemilu. 3. Menghasut dan mengadu domba. 4. Mengancam melakukan kekerasan atau menganjurkan tindakan kekerasan kepada seseorang, sekelompok orang, atau peserta pemilu yang lain. 	Sama dengan aturan di Pemilu 2009.	<p>Larangan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempersoalkan pembukaan UUD 1945, Pancasila, dan kesatuan negara republic Indonesia. 2. Menghina SARA peserta pemilu. 3. Menghasut, memfitnah, mengadu domba/ 4. Mengancam melakukan kekerasan atau menganjurkan tindakan kekerasan kepada seseorang, sekelompok orang, atau peserta pemilu yang lain. 	Sama seperti aturan di Pemilu 2009.

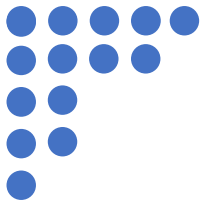


Pendaftaran Akun Media Sosial Di Pemilu 2019

(PKPU NO. 23/2018 JO. PKPU NO. 28/2018 JO. PKPU NO. 33/2018)

Pendaftaran akun resmi media sosial Jumlah akun media sosial yang dapat dibuat oleh untuk kampanye adalah paling banyak 10 untuk setiap jenis aplikasi.

- Pendaftaran dilakukan oleh pelaksana kampanye paling lambat 1 hari sebelum masa kampanye:
 - Ke KPU untuk paslon presiden-wakil presiden dan peserta pemilu anggota DPR RI.
 - Ke KPU Provinsi/KIP Aceh untuk peserta pemilu anggota DPD dan DPRD Provinsi.
 - Ke KPU/KIP Kabupaten/Kota untuk peserta pemilu anggota DPRD Kabupaten/Kota.
- Pendaftaran akun media sosial menggunakan formulir yang disediakan oleh KPU. Dibuat dalam 4 rangkap: 1 untuk KPU sesuai tingkatannya, Bawaslu sesuai tingkatannya, Kepolisian sesuai tingkatannya, dan peserta pemilu sebagai arsip.
- Daftar akun media sosial disampaikan oleh KPU sesuai tingkatannya kepada Kepolisian dan Bawaslu sesuai tingkatannya.
- Akun media sosial tersebut wajib ditutup pada hari terakhir masa kampanye.



Aturan Iklan Kampanye Di Media Sosial Di Pemilu 2019 (1)

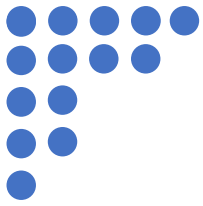
PKPU No.23/2018 Pasal 1 ayat (30): Iklan Kampanye adalah penyampaian pesan kampanye melalui media cetak, media elektronik, media dalam jaringan, media sosial, dan lembaga penyiaran, berbentuk tulisan, gambar, animasi, promosi, suara, peragaan, sandiwara, debat, dan bentuk lainnya yang dimaksudkan untuk memperkenalkan Peserta Pemilu atau meyakinkan Pemilih memberi dukungan kepada Peserta Pemilu.

Pasal 291 UU No.7/2017

(1) Iklan Kampanye Pemilu dapat dilakukan oleh peserta pemilu di media massa cetak, media daring, media sosial, dan/atau lembaga penyiaran dalam bentuk iklan komersial dan/atau iklan layanan unyuk masyarakat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 276 ayat (21).

(2) Media massa cetak, media daring, media sosial wajib memberikan kesempatan yang sama kepada peserta pemilu dalam pemuatan dan penayangan iklan kampanye pemilu.

(3) Pengaturan dan penjadwalan pemuatan serta penayangan iklan kampanye Pemilu sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dilaksanakan oleh media massa cetak media daring, media sosial, dan lembaga penyiaran.



Aturan Iklan Kampanye Di Media Sosial Di Pemilu 2019 (2)

Pasal 292

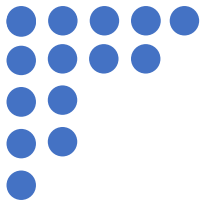
- (1) Media massa cetak, media daring, media sosial, dan lembaga penyiaran dilarang menjual blocking segment dan/atau blocking time untuk kampanye pemilu.
- (2) Media massa cetak, media daring, media sosial, dan lembaga penyiaran dilarang menerima program sponsor dalam format atau segmen apa pun yang dapat dikategorikan sebagai iklan kampanye pemilu.
- (3) Media massa cetak, media daring, media sosial, lembaga penyiaran, dan Peserta pemilu dilarang menjual spot iklan yang tidak dimanfaatkan oleh salah satu peserta pemilu kepada peserta pemilu yang lain.

Pasal 294

- (2) Media massa cetak, media daring, media sosial, dan lembaga penyiaran wajib menentukan standar tarif iklan kampanye Pemilu komersial yang berlaku sama untuk setiap peserta Pemilu.
- (3) Tarif iklan kampanye pemilu layanan untuk masyarakat harus lebih rendah daripada tarif iklan kampanye pemilu daripada tarif iklan komersial.
- (4) Media massa cetak, media daring, media sosial, dan lembaga penyiaran wajib menyiarkan iklan kampanye pemilu layanan untuk masyarakat nonpartisan paling sedikit satu kali atau sehari dengan durasi 60 (enam puluh) detik.

Pasal 295

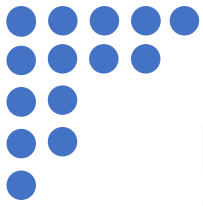
Media massa cetak, media daring, dan media sosial menyediakan halaman dan waktu yang adil dan berimbang untuk pemuatan berita dan wawancara serta untuk pemasangan iklan kampanye pemilu bagi peserta pemilu.



Aturan Kampanye Di Media Sosial Di Pemilu 2019

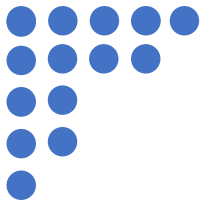
(PKPU NO. 23/2018 JO. PKPU NO. 28/2018 JO. PKPU NO. 33/2018)

- Jumlah Iklan Kampanye yang dapat dipublikasikan: 1 spot berdurasi paling lama 30 detik untuk setiap media sosial setiap hari untuk iklan di media sosial.
- Pengaturan dan penjadwalan pemasangan iklan kampanye diatur sepenuhnya oleh media sosial.
- Partai Politik yang melanggar larangan ketentuan kampanye di media sosial sebelum dimulainya masa kampanye dikenai sanksi administratif, berupa:
 - a. peringatan tertulis;
 - b. penghentian Iklan Kampanye di media sosial.



Pengawasan Kampanye Di Media Sosial Oleh Bawaslu Di Perbawaslu No.28/2018 (Pemilu 2019)

- Selain melakukan pengawasan akun media sosial yang didaftarkan di KPU, Pengawas Pemilu juga melakukan pengawasan akun media sosial yang tidak didaftarkan.
- Bawaslu memastikan akun media sosial peserta pemilu paling banyak 10 untuk setiap jenis aplikasi.
- Mengawasi apakah materi atau ujaran kampanye sesuai dengan peraturan perundang-undangan, dan memuat visi, misi dan program kerja.
- Memastikan akun media sosial kampanye peserta pemilu ditutup pada hari terakhir masa kampanye.
- Dan memastikan semua aturan terkait media sosial dipatuhi oleh peserta pemilu dan pihak media sosial.
- Pengawasan kampanye di media sosial dapat dilaksanakan dengan cara:
 - a. melakukan pengawasan langsung;
 - b. analisis dokumen; dan
 - c. membentuk gugus tugas.
- Kementerian yang melakukan urusan di bidang komunikasi menjatuhkan sanksi terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh platform Media Sosial atas pemberitaan, penyiaran, dan pemasangan Iklan Kampanye sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.



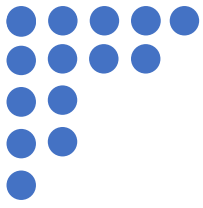
Aturan Kampanye Di Media Sosial Di UU Pilkada

- Pengaturan mengenai kampanye di UU Pilkada sangat umum. Tidak ada pasal yang menyebutkan media sosial maupun media elektronik lainnya secara khusus. Jadi, kampanye di media sosial masuk dalam klasifikasi kegiatan lain.
- Ketentuan mengenai sanksi dalam UU Pilkada lebih universal karena menggunakan frasa “Setiap orang”. Setiap orang berarti orang perorangan dan badan (badan hukum atau badan usaha). Dengan demikian, sanksi dapat pula dikenakan tidak hanya terhadap cakada dan tim kampanye, tetapi juga kepada pihak-pihak lain yang diduga melanggar ketentuan larangan Kampanye tersebut.



Aturan Kampanye Di Media Sosial Di PKPU Tentang Kampanye Pilkada

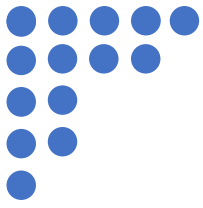
- KPU memasukkan kampanye di media sosial dalam kategori “kegiatan lain”.
- Sebagian besar ketentuan mengenai kampanye di media sosial, serupa dengan yang diatur dalam PKPU tentang Kampanye Pemilu:
 - Partai Politik atau Gabungan Partai Politik, Pasangan Calon dan/atau Tim Kampanye dapat membuat akun resmi di media sosial untuk keperluan Kampanye selama masa Kampanye.
 - Akun resmi tersebut wajib ditutup paling lambat 1 hari setelah masa Kampanye berakhir.
 - Partai Politik atau Gabungan Partai Politik, Pasangan Calon dan/atau Tim Kampanye wajib mendaftarkan akun resmi di media sosial kepada KPU sesuai dengan tingkatannya paling lambat 30 hari sebelum pelaksanaan Kampanye.
 - Pendaftaran akun media sosial sebagaimana menggunakan formulir Model BC4-KWK. Dibuat empat rangkap.
 - Bentuk materi kampanye sama seperti Pemilu 2019, bisa berbentuk tulisan, gambar, tulisan dan gambar, suara dan gambar, dll.
- Yang tidak diatur di PKPU Kampanye Pilkada:
 1. Kewajiban memenuhi kode etik atau pedoman dalam kaitannya dengan penggunaan media sosial.
 2. Sanksi terhadap platform.
 3. Sanksi penghentian Iklan Kampanye di media sosial.



Pengawasan Kampanye Di Media Sosial Di Perbawaslu Tentang Pengawasan Kampanye Pilkada

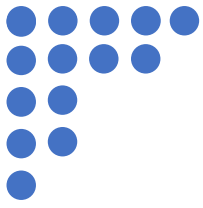
- Aturan di Perbawaslu masih sangat umum.
- Bawaslu Provinsi dan Panwas Kabupaten/Kota memastikan akun resmi pada media sosial sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (2) paling lama 1 (satu) hari setelah masa kampanye berakhir telah ditutup.
- Tidak diatur sama sekali mengenai teknis pengenaan sanksi, terutama sanksi administratif, termasuk apabila terjadi pelanggaran dalam pelaksanaan kampanye melalui media sosial.
- Terdapat ketentuan mengenai kerja sama pengawasan dengan Kepolisian, Kominfo, dan kementerian terkait.

HOAKS DALAM KAMPANYE PEMILU



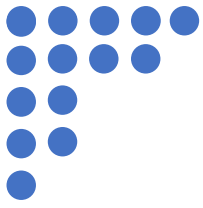
Apa Itu Hoaks? (1)

- Dalam *Buku Panduan Melawan Hasutan Kebencian* (2019) yang dipublikasikan oleh Pusat Studi Agama dan Demokrasi (PUSAD) Yayasan Paramadina dan Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo), hoaks adalah informasi yang direkayasa, baik dengan cara memutarbalikkan fakta ataupun mengaburkan informasi, sehingga pesan yang benar tidak dapat diterima seseorang.
- Hoaks melingkupi misinformasi, disinformasi, dan malinformasi. Seringnya, hoaks dipahami sebagai misinformasi dan disinformasi.
- Misinformasi : informasi yang tidak benar, namun orang yang menyebarkannya percaya bahwa informasi tersebut benar, tanpa bermaksud membahayakan orang lain.
- Disinformasi : informasi tidak benar yang disebar oleh orang yang mengetahui informasi itu tidak benar, dan informasi tersebut sengaja disebar untuk menipu, mengancam, bahkan membahayakan pihak lain.
- Malinformasi : informasi benar yang digunakan untuk mengancam keberadaan seseorang atau sekelompok orang dengan identitas tertentu. Hasutan kebencian berbasis suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA) dan orientasi seksual masuk dalam kategori ini.



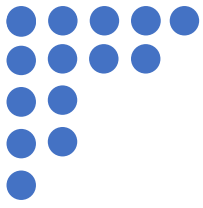
Apa Itu Hoaks? (2)

- Laporan Uni Eropa “Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making” (2017), misinformasi, disinformasi, dan malinformasi termasuk dalam kategori *information disorder* atau kekacauan informasi.
- Hoaks disini, secara implisit didefinisikan sebagai kabar bohong. Dalam sebuah hoaks, ia dapat mengandung atau menggunakan disinformasi, misinformasi, dan malinformasi.



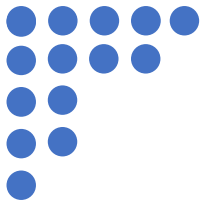
Fenomena Hoaks Secara Global

- Di Prancis, sekelompok orang menyebarkan hoaks untuk menjatuhkan calon presiden, Emmanuel Macron. Surat kabar Belgia, Le Soir, dipalsukan dengan konten yang menyatakan kampanye Macron didanai oleh Arab Saudi. Disebar pula dokumen palsu bahwa Macron telah membuka rekening bank di Lepas Pantai Bahama, dan bahwa ia menjalin hubungan dengan putri tirinya. (Council of Europe report 2017, hlm.21).
- Di Pemilu Amerika Serikat 2016, banyak beredar hoaks quote palsu dari kandidat, seperti hoaks quote Trump yang mengatakan Obama adalah The lying nigger. Banyak juga beredar hoaks tokoh A dukung Hillary Clinton atau Trump, dan hoaks janji kampanye: Clinton menjanjikan akan menominasikan Obama sebagai hakim Mahkamah Agung AS.



Hoaks Di Kampanye Pemilu Indonesia

- Di Indonesia, fenomena masifnya hoaks pemilu terlihat sejak Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) DKI Jakarta 2012 (Fauzi dkk, hlm.v). Saat itu, hoaks berupa disinformasi dan malinformasi, disertai hasutan kebencian digunakan sebagai senjata untuk menjatuhkan paslon lainnya. Hoaks disebarakan melalui media sosial (Syahputra 2017, hlm.462).
- Hoaks dengan disinformasi dan malinformasi, utamanya fitnah politik dan hasutan kebencian berbasis SARA, bertambah masif dan digunakan secara sistematis pada pemilu-pemilu setelahnya.
- Pemilu Serentak 2019, banyak hoaks beredar dan terekam dalam pemberitaan di media online, media sosial, dan arsip Turn Back Hoax.
- Data Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo), terdapat 1.645 konten hoaks pemilu sejak Agustus 2018 hingga 25 April 2019.



Hoaks Menyerang Kandidat

[SALAH] Prabowo Shalat Jumat Di Mana? Kami Sudah Keliling Masjid Tapi Tak Ketemu

January 31, 2019 Dedy Helsyanto Fitnah / Hasut / Hoax 0



Berdasarkan penelusuran melalui mesin pencari, Prabowo pernah diberitakan melakukan Shalat Jumat beberapa kali di beberapa Masjid, seperti di Masjid Raya Alfatah, Kota Ambon, Provinsi Maluku pada Jumat (28/12/2018), kemudian di Masjid Wisanggeni, Desa Trangsan Kecamatan Gatak, Sukoharjo, Jumat (23/11/2018), lalu di Masjid Agung Ampel, Surabaya, Jawa Timur pada (2/11/2018) dan di Masjid Istiqlal, Jakarta pada Jumat (16/5/2014).

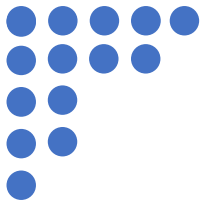
[SALAH] Innalillahi.. Ternyata Presiden Sekarang Sebenarnya Kristen ! Dan Pemerintahan Sekarang Di Kuasai Kristen ! >> Pantas Banyak Kebijakannya Yang Anti Islam !

March 12, 2019 Adi Syafitrah Fitnah / Hasut / Hoax 0



Isu lama yang didaur ulang. Jokowi merupakan penganut agama Islam dan dapat dibuktikan dengan akta nikah serta KTP dari Jokowi yang mencantumkan bahwa beliau memang beragama Islam. Isu ini telah muncul sejak 2014 silam yang disebar di media sosial dan situs abal - abal.

Selengkapnya di bagian PENJELASAN dan REFERENSI.



Hoaks Menyerang Penyelenggara Pemilu

[SALAH] Masukan Persatuan Tunanetra Indonesia Terkait Braile Surat Suara di Jakarta 80% Salah Semua

March 15, 2019 Muhammad Khairil Fitnah / Hasut / Hoax 0

o dari Pertuni

masukin aja tadi dari Pertuni (persatuan tunanetra Indonesia) yg di Jkt ecek surat suara yg braile ke KPU ternyata hampir 80% salah semua no. 1 hurufnya timbul sedangkan no 2 tdk teraba nyandang cacat kita kasihan, jumlahnya kisaran 5 jutaan (Viralkan agar jret tertangani)

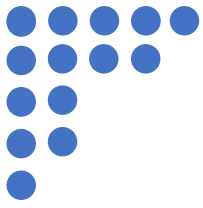
Informasi mengatasnamakan Persatuan Tunanetra Indonesia (Pertuni) yang menyatakan braile surat suara di Jakarta 80 persen salah semua dan karakter timbul dalam surat suara hanya pada dengan nomor 1 merupakan informasi tidak benar. Ketua Dewan Pengurus Pusat Pertuni, Aria Indrawati, mengatakan Pertuni tidak pernah mengeluarkan pernyataan apapun terkait template surat suara untuk 2019. "Dengan begitu, kabar yang beredar tersebut adalah hoaks," tegas Aria.

[SALAH] Yudis, konsultan IT KPU yang mengendalikan Sistem Penghitungan (Situng) KPU adalah pendukung 02

April 20, 2019 Adi Syafitrah Fitnah / Hasut / Hoax 0

2. Ybs lulusan teknik informatika ITB angkatan 1997,
>> Bukan IF97 tetapi IF98
3. Ybs saat ini menjadi dosen di Fakultas Teknik Informatika ITB;
>> Tidak ada Fakultas Teknik Informatika di ITB.. tetapi Dosen di Sekolah Teknik Elektro & Informatika - ITB
4. Ybs saat mahasiswa menjadi aktifis masjid Salman yang radikal dan dekat dengan PKS;
>> TIDAK BENAR, semasa mahasiswa ybs aktif pada sejumlah kegiatan di ITB; khususnya Unit di Student Center ITB & Himpunan Mahasiswa Jurusan
5. Berdasarkan informasi dari teman angkatannya, Ybs secara terbuka mendukung Paslon 02 dalam Pilpres 2019;
>> TIDAK BENAR
6. Ybs kemudian mendapatkan pekerjaan dari KPU untuk membangun dan mengembangkan Situng KPU pada Pemilu 2019;
>> Iya sebagai tim pembangun dan pengembang Situng KPU Pemilu 2019
7. Ybs juga menjadi Super Admin dalam Situng KPU yang mempunyai kewenangan menentukan username dan password operator Situng KPU, serta koreksi hasil input data perolehan suara Paslon Pilpres 2019.
>> Situng 2019 dioperasikan sepenuhnya oleh Tim KPU Pusat & KPU

Faktanya Yudistiwa Dwi Wardhana Asnar tidak pernah menyatakan terbuka mendukung Paslon 02, dan ada beberapa tuduhan keliru seperti dekat dengan PKS, salah tahun lulus, dan akun Facebook berbeda dengan yang dituduhkan. Selengkapnya di bagian PENJELASAN dan REFERENSI

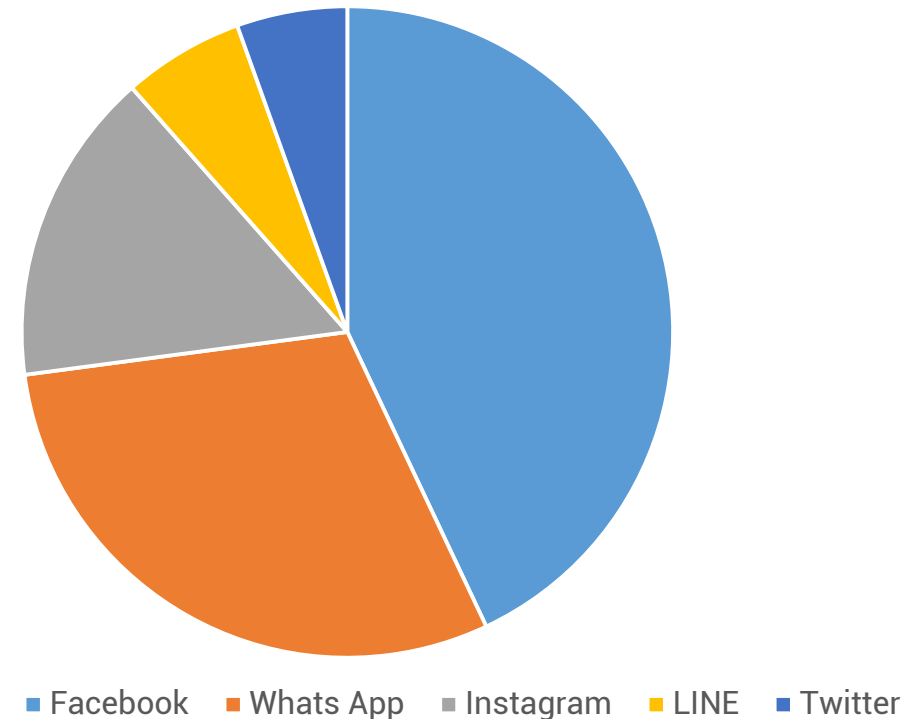


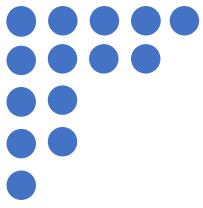
Hoaks Di Media Sosial

Survei DailySocial ID:

- Sebanyak 81,25% responden mengaku mendapatkan konten yang mengandung misinformasi melalui Facebook.
- 56.55% responden melalui Whatsapp.
- 29.48% melalui Instagram.
- 11.37% melalui LINE.
- 10.38% melalui Twitter.
- Hal ini tentu patut diwaspadai mengingat media sosial merupakan sumber informasi terbesar kedua setelah televisi bagi para penggunanya.

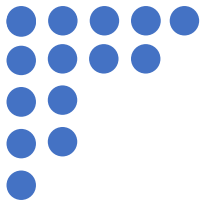
Responden yang menerima konten mengandung misinformasi





Dampak Hoaks Dalam Pemilu

- Hoaks menyebabkan kampanye tidak menjadi edukasi masyarakat dan merugikan masyarakat karena membuat kampanye pemilu tidak menyoroti kebutuhan masyarakat dan perbaikan ruang hidup.
- Hoaks memarginalkan kelompok-kelompok marginal atau terstigma.
- Hoaks mendelegitimasi hasil pemilu.



Penanganan Hoaks Di Pemilu 2019

- Tidak ada aturan khusus penanganan hoaks pemilu di UU Pemilu dan UU Pilkada. Kewenangan penanganan ada di Kepolisian.
- Pada Pemilu 2019, Bawaslu membentuk Gugus Tugas Pengawasan Konten Internet. Gugus Tugas melibatkan Kominfo, Cyber Crime Kepolisian, BSSN, Kementerian Koordinator Bidang Politik, Hukum, dan Keamanan (Kemenkopulkaam), Badan Intelijen Negara (BIN), dan penyedia platform media sosial.

Mekanisme di Gugus Tugas Bawaslu:

- Hoaks disebar pertama kali oleh suatu akun di media sosial, Kemenkominfo memberi tahu Gugus Tugas ->Hoaks diperiksa oleh Bawaslu untuk menilai apakah hoaks merupakan hoaks pemilu. Jika hoaks pemilu, maka BIN dan Cyber Crime Kepolisian dapat melakukan *profiling* terhadap akun pertama yang menyebarkan hoaks. Selanjutnya, Kemenkominfo menutup akun tersebut.
- Jika suatu konten di media sosial mengandung unsur pidana, maka Kepolisian berwenang untuk menindak dan memberi sanksi berdasarkan UU ITE, UU No.40/2008 tentang Penghapusan Diskriminasi Ras dan Etnis (ujaran kebencian), dan KUHP (mengenai fitnah dan kabar bohong).