



# PENGATURAN KONTEN ILEGAL DAN BERBAHAYA DI MEDIA SOSIAL

Riset Pengalaman Pengguna dan Rekomendasi Kebijakan

PENULIS:

ENGELBERTUS WENDRATAMA • MASDUKI • RAHAYU • PUTRI LAKSMI NURUL SUCI • PUJI RIANTO  
MONIKA PRETTY APRILIA • MIRA ARDHYA PARAMASTRI • WISNU MARTHA ADIPUTRA

## **PENGATURAN KONTEN ILEGAL DAN BERBAHAYA DI MEDIA SOSIAL: Riset Pengalaman Pengguna dan Rekomendasi Kebijakan**

Penulis : Engelbertus Wendratama  
Masduki  
Rahayu  
Putri Laksmi Nurul Suci  
Puji Rianto  
Monika Pretty Aprilia  
Mira Ardhya Paramastri  
Wisnu Martha Adiputra

Editor : Engelbertus Wendratama

Perancang sampul : Dhanan Arditya

Tata letak : gores.pena

Diterbitkan oleh:

**Pemantau Regulasi dan Regulator Media (PR2Media)**

Jl. Lemponsari Raya, Gg. Masjid RT 9/RW 37 No. 88B

Jongkang Baru, Sariharjo, Sleman, DIY, 55581 ,

Email: kontak.pr2media@gmail.com

office@pr2media.or.id

Edisi pertama : Mei 2023

E-ISBN : 978-623-98767-4-6

ISBN : 978-623-98767-3-9

**Rekomendasi pengutipan:** Wendratama, E., Masduki, Rahayu, Suci, P. L., Rianto, P., Aprilia, M. P., Paramastri, M. A., & Adiputra, W. M. (2023). Pengaturan Konten Ilegal dan Berbahaya di Media Sosial: Riset Pengalaman Pengguna dan Rekomendasi Kebijakan. Yogyakarta: PR2Media.

Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa seizin tertulis dari penerbit.

# DAFTAR ISI

---

<b>PENGANTAR EDITOR .....</b>	<b>vii</b>
<b>PENGANTAR YAYASAN TIFA .....</b>	<b>xi</b>
<b>RANGKUMAN .....</b>	<b>1</b>
Mengapa riset ini dilakukan? .....	1
Apa tujuan riset ini? .....	4
Apa metode risetnya? .....	4
Apa temuan utamanya? .....	6
Apa rekomendasinya? .....	7
<b>TEMUAN .....</b>	<b>11</b>
1. Bagaimana Pengalaman Responden Menjumpai Konten Ilegal? .....	12
a. Ujaran kebencian .....	12
b. Misinformasi/kabar bohong/hoaks .....	14
c. Penipuan .....	16
d. Pencemaran nama baik .....	17
e. Pornografi dan prostitusi .....	19
f. Pelanggaran hak cipta .....	20
g. Penyebaran data pribadi orang lain ( <i>doxing</i> ) .....	22
h. Perjudian .....	23
i. Terorisme .....	25
j. Perdagangan manusia .....	26
2. Bagaimana Pengalaman Responden Menjumpai Konten Berbahaya? .....	27
a. Akun palsu ( <i>bots</i> , tiruan) .....	27
b. Perundungan ( <i>bullying</i> ) .....	28
c. Kekerasan (kekejaman, peristiwa tragis secara eksplisit, dan lain-lain)..	30
d. Membahayakan kesehatan dan keselamatan publik .....	31
e. Melukai diri sendiri .....	32
3. Bagaimana Seharusnya Platform Menangani Konten Ilegal? .....	33

4. Bagaimana Seharusnya Platform Menangani Konten Berbahaya? .....	34
5. Bagaimana Penilaian Responden terhadap Penanganan Konten Ilegal dan Berbahaya oleh Platform? .....	36
a. Apakah cara platform melakukan pengaturan konten sudah memuaskan? .....	36
b. Apakah cara platform menanggapi laporan saya terkait konten ilegal sudah memuaskan? .....	37
c. Apakah cara platform menanggapi laporan saya terkait konten berbahaya sudah memuaskan? .....	37
6. Bagaimana Harapan Responden terkait Pengaturan Konten Media Sosial? .....	39
a. Platform perlu menjelaskan kebijakan pengaturan konten kepada pengguna .....	40
b. Pengguna perlu diberikan kemudahan untuk memahami aturan tentang pengaturan konten .....	40
c. Pengguna perlu diberikan kemudahan untuk mengakses aturan tentang pengaturan konten .....	41
d. Platform perlu menjelaskan definisi konten ilegal dan konten berbahaya kepada pengguna .....	42
e. Platform perlu menjelaskan cara yang digunakan dalam pengaturan konten .....	43
f. Platform perlu menunjukkan bahwa aturan dan cara dalam pengaturan konten sesuai dengan kebutuhan masyarakat Indonesia ...	44
g. Platform perlu menjelaskan kapan menggunakan <i>artificial intelligence</i> (AI) dan kapan menggunakan moderator manusia dalam pengaturan konten .....	45
h. Platform perlu memberitahukan jumlah moderator manusia yang dipekerjakan dalam pengaturan konten di indonesia .....	47
i. Moderator manusia dalam pengaturan konten perlu mewakili keragaman Indonesia, termasuk keragaman sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat .....	49
j. Platform perlu menerbitkan laporan tahunan tentang jumlah laporan atau aduan pengguna .....	50
k. Platform perlu menerbitkan laporan tahunan tentang tindakan untuk mengatasi laporan atau aduan pengguna .....	51
l. Platform perlu menjelaskan risiko dan kekurangan dari kebijakan pengaturan konten terhadap pengguna .....	52
m. Platform perlu menjelaskan langkah-langkah yang mereka tempuh untuk mengurangi risiko dan menanggulangi kekurangan dari kebijakan pengaturan konten terhadap pengguna .....	52

n. Platform harus bertanggung jawab terhadap konten yang diunggah pengguna .....	53
o. Platform perlu melakukan edukasi tentang pengaturan konten kepada masyarakat Indonesia .....	56
7. Apakah Perlu Lembaga Banding bagi Pengguna Platform? .....	57
8. Apakah Perlu Lembaga Audit Independen bagi Platform? .....	59
9. Apakah Perlu Regulasi Baru tentang Pengaturan Konten? .....	60
10. Siapa yang Seharusnya Menentukan Suatu Konten Perlu Ditandai atau Dihapus? .....	63
<b>PENUTUP</b> .....	<b>67</b>
1. Problem Konten Ilegal dan Berbahaya .....	67
2. Tanggung Jawab Platform Media Sosial .....	68
3. Urgensi Regulasi Pengaturan Konten .....	68
Rekomendasi Kebijakan .....	71
<b>REFERENSI</b> .....	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>83</b>
Profil Responden .....	84
Profil Informan Wawancara .....	88
Penanganan Konten Ilegal atau Negatif oleh Kementerian Kominfo .....	90



# PENGANTAR EDITOR

---

**K**ontribusi utama riset ini adalah data berskala nasional tentang pengalaman pengguna media sosial Indonesia mengenai jenis konten ilegal dan berbahaya yang paling sering mereka jumpai. Sebelumnya, baru tersedia data dari Kementerian Kominfo mengenai konten ilegal yang telah mereka tangani (bersumber dari patroli siber internal mereka maupun aduan pihak eksternal). Padahal bisa diasumsikan tidak semua pengguna media sosial mengirimkan aduan kepada saluran pemerintah. Jika pengguna mengirim aduan ke platform media sosial, hingga saat ini juga tidak ada transparansi dari platform media sosial mengenai jumlah aduan yang mereka terima dari warga Indonesia. Karena itu, pengalaman 1.500 warga dari 38 provinsi ini diharapkan bisa memperkaya data yang sudah ada dan dimanfaatkan oleh para pemangku kepentingan.

Temuan lain yang tidak kalah penting dari riset ini adalah gambaran betapa UU ITE merupakan induk regulasi pengaturan konten internet di Indonesia, yang darinya muncul dua peraturan turunan, yaitu Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik dan Permenkominfo No. 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Sistem Elektronik Lingkup Privat—yang mendapat protes luas dari warga. Selain ancaman terhadap hak digital warga, persoalan yang tidak kalah mendasar terkait Permenkominfo No. 5/2020 adalah aspek teknis, yaitu betapa sulitnya jika Kementerian Kominfo melakukan pengawasan dan penindakan konten secara langsung di segala jenis platform digital yang diakses oleh warga Indonesia.

Di sisi lain, seperti ditunjukkan dalam wawancara dengan Samuel Abrijani Pangerapan, Direktur Jenderal Aplikasi Informatika Kementerian Kominfo, pendekatan Kementerian Kominfo di atas dilandaskan pada UU ITE, yang mengamanatkan pemerintah untuk melakukan pengaturan konten secara langsung, yakni wewenang dan beban penanganan konten berada di Kementerian Kominfo.

Seandainya UU ITE memberikan wewenang kepada platform media sosial untuk melakukan penanganan konten, maka tugas Kementerian Kominfo hanya mengawasi penegakan regulasi itu dan memberikan sanksi jika platform media sosial gagal

mematuhinya. Wewenang pengaturan (moderasi) konten kepada platform media sosial ini seperti yang terjadi di Uni Eropa melalui Digital Services Act, yang merinci kewajiban beragam platform digital terhadap konten ilegal dan berbahaya, dengan platform besar memiliki tanggung jawab yang lebih besar pula.

Pelimpahan wewenang kepada platform media sosial adalah model yang sebenarnya diharapkan oleh Samuel Abrijani Pangerapan, seperti terurai di bagian akhir Temuan laporan ini, karena tiap platform media sosial memiliki teknologi yang lebih sesuai untuk mengawasi konten di platformnya. Untuk menerapkan hal tersebut, UU ITE harus direvisi terlebih dahulu, lalu aturan yang baru perlu tegas dan jelas dalam mendefinisikan dan mengatur tata cara pengaturan (moderasi) konten ilegal dan berbahaya.

Selanjutnya, dalam Rapat Dengar Pendapat Komisi I DPR RI dengan sejumlah organisasi masyarakat sipil dalam rangka revisi UU ITE jilid kedua pada 27 Maret 2023, anggota Komisi I DPR RI Junico Siahaan—yang juga informan wawancara riset ini—menanyakan kepada kelompok masyarakat sipil apakah revisi UU ITE ini bisa dijadikan kesempatan untuk memperbaiki pengaturan konten di Indonesia, dan dijawab oleh Damar Juniarto dari SAFENet, organisasi yang memperjuangkan hak digital warga, bahwa mereka siap berdiskusi tentang pengaturan konten di internet, termasuk di media sosial.

Tim peneliti PR2Media berpendapat, hal-hal di atas menunjukkan peluang yang bagus untuk perbaikan regulasi pengaturan konten di Indonesia, karena ada sinyal kesamaan pandangan antara perwakilan Kementerian Kominfo dan anggota Komisi I DPR RI, dua institusi yang menjadi regulator utama sektor komunikasi.

Kami menilai, revisi UU ITE jilid kedua idealnya bukan sebatas merevisi pasal-pasal yang selama ini banyak diperdebatkan, seperti tentang kesusilaan, pencemaran nama baik, dan ujaran kebencian, tapi juga mengubah secara mendasar wewenang pengaturan konten di platform digital, yakni diberikan kepada platform media sosial dengan pemerintah sebagai pengawasnya, supaya penanganan konten ilegal dan berbahaya bisa lebih efisien dan efektif, seperti yang dilakukan oleh regulasi di negara-negara lain.

Pengaturan (moderasi) konten oleh platform media sosial secara transparan dan akuntabel adalah sasaran yang kami idealkan, karena seperti ditunjukkan temuan riset ini, penyebaran konten ilegal dan berbahaya di Indonesia begitu masif dan membawa risiko besar.

Laporan ini terdiri dari tiga bagian utama, yaitu (1) Rangkuman, yang juga memuat rekomendasi regulasi secara detail, lalu diikuti dengan (2) Temuan yang menguraikan temuan survei, wawancara, dan studi pustaka, kemudian diakhiri dengan (3) Penutup.

Semoga laporan riset ini bisa memberikan data dan cara pandang yang bermanfaat bagi para pemangku kepentingan sehingga bisa hadir upaya konstruktif untuk memperbaiki regulasi pengaturan konten di Indonesia. Terima kasih kami ucapkan kepada para responden survei dan informan wawancara atas pengetahuan dan pengalaman yang telah mereka bagikan. Kami tentu siap untuk berdiskusi dengan para pemangku kepentingan mengenai temuan riset ini dan upaya tindak lanjutnya, demi mengurangi terpaan konten ilegal dan berbahaya bagi pengguna media sosial di Indonesia.

Hormat kami,

**Engelbertus Wendratama**

Editor/Koordinator Riset



# PENGANTAR YAYASAN TIFA

---

Seiring dengan semakin pentingnya peran platform digital dalam keseharian kita, semakin besar pula pengaruh perusahaan platform digital bagi berbagai aspek kehidupan kita — mulai dari konten apa yang kita konsumsi di media sosial sampai bagaimana kita berpartisipasi dalam aktivisme digital. Awalnya, kehadiran platform digital dalam berbagai bentuknya disikapi dengan sepenuhnya positif karena dianggap memfasilitasi perluasan partisipasi di berbagai sektor, efisiensi proses, dan demokratisasi. Namun, meningkatnya kesadaran publik akan dampak dari ketergantungan terhadap platform digital, besarnya pengaruh platform atas wacana publik, serta dominasi beberapa perusahaan teknologi raksasa multinasional atas perusahaan lokal sejenis, mendorong perubahan sikap publik maupun regulator terhadap perusahaan platform digital.

Peran platform media sosial dalam memfasilitasi penyebaran “ujaran kebencian”, pelecehan, intimidasi, teori konspirasi, dan propaganda, misalnya, menyebabkan menurunnya kepercayaan publik pada perusahaan-perusahaan pengelola platform tersebut. Model bisnis mayoritas perusahaan platform media sosial yang mengandalkan pengumpulan dan pemrosesan data dalam jumlah besar dan *network effect* membuat perusahaan mengesampingkan perlindungan privasi dan keamanan pengguna media sosial.

Menanggapi kebutuhan “menertibkan” operasi platform digital, berbagai negara di dunia menerbitkan legislasi dan regulasi yang mengatur tanggung jawab dan bentuk pertanggungjawaban perusahaan platform digital sebagai perantara (*intermediary*) transaksi dan komunikasi via internet. Pengaturan tersebut dilakukan dengan mengedepankan wacana keamanan nasional maupun kedaulatan ekonomi.

Di Indonesia, sebagaimana di mayoritas negara lainnya yang mengatur platform media sosial, pengaturan ini terejawantahkan dalam legislasi dan regulasi yang rumusannya ambigu — sehingga berisiko tinggi untuk disalahgunakan untuk mengkriminalisasi kebebasan berekspresi dan berpendapat — dan melanggar hak asasi manusia (HAM) di bawah hukum Indonesia maupun internasional.

Guna mendorong hadirnya pengaturan mengenai platform media sosial yang tepat guna dan kompatibel dengan standar norma dan pengaturan HAM di Indonesia, Yayasan

Tifa memberikan dukungan kepada PR2Media untuk melakukan advokasi berbasis bukti (*evidence-based advocacy*) atas isu tersebut. Laporan penelitian ini akan menjadi basis penyusunan rekomendasi bagi perbaikan produk hukum yang telah ada terkait platform media sosial, serta pengaturan lainnya yang diperlukan.

Semoga laporan penelitian ini berguna untuk menambah wawasan para pemangku kepentingan mengenai signifikansi pembenahan pengaturan mengenai platform media sosial di Indonesia dan bentuk pengaturan yang tepat.

Jakarta, Mei 2023

**Yayasan Tifa**

## Mengapa riset ini dilakukan?

Luasnya penyebaran konten ilegal dan berbahaya di media sosial mendorong sejumlah negara membuat regulasi yang mewajibkan platform media sosial untuk lebih bertanggung jawab terhadap konten yang diunggah penggunanya.

Uni Eropa, misalnya, telah memiliki Digital Services Act (disahkan pada 2022, akan diterapkan pada 2024), yang mewajibkan beragam platform digital, termasuk media sosial, melakukan berbagai langkah terukur untuk melindungi pengguna dari konten ilegal dan berbahaya. Termasuk di dalamnya<sup>1</sup> adalah membuat laporan tentang cara platform media sosial melakukan pengaturan (moderasi) konten dan memitigasi risiko yang muncul akibat desain dan penggunaan platform, yang kemudian akan diverifikasi oleh auditor independen, regulator, dan peneliti eksternal.

Seperti regulasi yang sudah ada di Jerman dan Prancis sebelumnya, regulasi di Uni Eropa itu mengatur cara platform mengatur konten ilegal dan berbahaya, sehingga negara tidak langsung mengatur kontennya. Cara tersebut dinilai lebih efektif karena platform media sosial memiliki sumber daya yang lebih lengkap dan sesuai untuk itu. Maka dari itu, negara tinggal mengatur dan mengawasi praktik yang dilakukan oleh platform media sosial. Negara lain yang sedang membahas undang-undang seperti itu adalah Inggris dan Singapura, dalam bentuk Online Safety Bill.

Di Indonesia, regulasi yang mengatur konten internet adalah UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yang diturunkan menjadi Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP No. 71/2019), dan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Sistem Elektronik Lingkup Privat (Permenkominfo No. 5/2020). Induk

---

<sup>1</sup> Terutama platform besar dengan pengguna aktif lebih dari 10% populasi Uni Eropa (45 juta). Berdasarkan data awal, platform tersebut adalah Facebook, Instagram, Google, YouTube, TikTok, dan Twitter.

regulasinya, yaitu UU ITE, mengamankan pemerintah untuk melakukan pengaturan atau kendali konten secara langsung, bukan mengawasi cara platform mengatur kontennya. Tiga regulasi tersebut dinilai belum memadai untuk mendorong transparansi dan akuntabilitas platform digital dalam penanganan konten, bahkan justru berpotensi merugikan kebebasan berekspresi dan hak pengguna internet.

Sebagai contoh, pada Juli 2022, muncul protes masyarakat terhadap Permenkominfo No. 5 Tahun 2020 akibat pemblokiran dan ancaman pemblokiran terhadap penyelenggara sistem elektronik (PSE) yang dibutuhkan warga, seperti PayPal dan Google, karena tidak mendaftar ke Kementerian Kominfo. Setelah mendaftar pun, platform masih dibayangi sanksi teguran hingga blokir jika melanggar pasal-pasal, yang dianggap terlalu intrusif, seperti meminta platform memberikan akses terhadap data pribadi pengguna. Isu lain adalah ancaman terhadap kebebasan berpendapat, seperti pasal “meresahkan masyarakat” dan “mengganggu ketertiban umum” yang terlalu luas dan bisa multitafsir.

Selain ancaman terhadap hak digital warga, dalam Peraturan Pemerintah dan Peraturan Menteri tersebut, pengaturan kewajiban dan sanksi bagi platform media sosial dalam menangani konten ilegal dan berbahaya belum detail. Oleh karena itu, salah satu akibatnya ialah sering muncul perbedaan penafsiran antara platform media sosial dan pemerintah tentang konten yang dilarang. Hal ini dapat menjadi masalah besar mengingat yang paling berkuasa dalam mengatur konten adalah platform media sosial, dikarenakan pemerintah dan pengguna hanya bisa menyampaikan aduan kepada mereka. Pemerintah dapat mengambil langkah ekstrem, yaitu memblokir platform media sosial secara total, tetapi langkah ini dinilai kontraproduktif dan otoriter karena masih banyak konten yang legal dan bermanfaat bagi publik di platform media sosial tersebut.

Untuk menghasilkan rekomendasi kebijakan berbasis data, PR2Media melakukan riset ini untuk memetakan kebutuhan dan harapan pengguna media sosial di Indonesia serta pemangku kepentingan terkait. Riset dilakukan melalui tiga cara, yaitu studi pustaka (mengkaji regulasi dan dokumen pengaturan konten di Indonesia dan negara-negara lain), survei (berskala nasional terhadap pengguna media sosial di Indonesia), dan wawancara (dengan para pemangku kepentingan).

## Apa itu pengaturan konten?

**Pengaturan (moderasi) konten** adalah aktivitas platform media sosial dalam menilai, menandai, membatasi akses, menurunkan popularitas, dan/atau menghapus konten ilegal dan berbahaya atau akun yang mengunggah konten tersebut untuk melindungi penggunanya. Dalam melakukan penilaian atas konten, platform media sosial memanfaatkan moderator manusia dan/atau kecerdasan buatan (*artificial intelligence/AI*).

Yang dimaksud **konten ilegal** adalah segala jenis konten yang melanggar hukum di Indonesia, misalnya pornografi, perjudian, ujaran kebencian, pencemaran nama baik, dan kabar bohong. **Konten berbahaya** adalah konten yang legal di Indonesia, tetapi dapat melukai atau merugikan pengguna secara fisik maupun psikologis, seperti konten yang membahayakan kesehatan publik, konten kekerasan, dan perundungan (*bullying*) (Rahman et al., 2022).

Berdasarkan tinjauan pustaka, peneliti mengelompokkan konten ilegal dan berbahaya sebagai berikut:

### **Konten ilegal:**

1. Misinformasi/kabar bohong/hoaks<sup>2</sup>;
2. Ujaran kebencian;
3. Penipuan;
4. Perjudian;
5. Pornografi dan prostitusi;
6. Pencemaran nama baik;
7. Perdagangan manusia;
8. Pelanggaran hak cipta;
9. Penyebaran data pribadi orang lain (*doxing*);
10. Terorisme.

### **Konten berbahaya:**

1. Melukai diri sendiri;
2. Kekerasan (kekejaman, peristiwa tragis secara eksplisit, dan lain-lain);
3. Akun palsu (*bots*, tiruan);
4. Membahayakan kesehatan dan keselamatan publik;
5. Perundungan (*bullying*).

---

<sup>2</sup> Mengingat cakupannya yang sangat luas, misinformasi bisa masuk ke dalam kategori konten ilegal maupun berbahaya, bergantung pada jenis dan dampaknya.

Beberapa jenis konten ilegal tersebut dikelompokkan sebagai konten berbahaya (tidak boleh dikriminalisasi) oleh berbagai regulasi di negara lain, termasuk sejumlah instrumen di Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB). Misalnya, misinformasi, ujaran kebencian, dan pornografi dewasa (bukan anak). Meski demikian, riset ini melakukan pengelompokan di atas supaya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia, yang akan diulas di bagian temuan riset tentang konten ilegal.

Selain alasan regulasi di atas, riset ini dilakukan karena belum ada data berskala nasional yang memotret pengalaman pengguna media sosial Indonesia mengenai jenis konten ilegal dan berbahaya yang paling sering mereka jumpai. Saat ini, baru tersedia data dari Kementerian Kominfo mengenai konten ilegal yang telah mereka tangani (bersumber dari patroli siber internal mereka maupun aduan pihak eksternal). Padahal bisa diasumsikan bahwa tidak semua pengguna media sosial mengirimkan aduan kepada saluran pemerintah terkait konten yang mereka jumpai. Jika pengguna mengirim laporan ke platform media sosial, hingga saat ini juga tidak ada transparansi dari platform media sosial mengenai aduan yang mereka terima dari masyarakat Indonesia. Karena itu, riset ini berupaya memberikan data dari sisi pengalaman pengguna media sosial di Indonesia secara langsung, untuk memperkaya data dari pemerintah.

## Apa tujuan riset ini?

- Mengidentifikasi pengalaman, persepsi, dan harapan pengguna media sosial di Indonesia terkait pengaturan konten ilegal dan berbahaya oleh platform media sosial.
- Mengidentifikasi kekurangan dan tantangan dalam pengaturan konten ilegal dan berbahaya oleh platform media sosial di Indonesia.
- Memetakan kebutuhan regulasi untuk mendorong transparansi dan akuntabilitas pengaturan konten ilegal dan berbahaya oleh platform media sosial.

## Apa metode risetnya?

Studi pustaka, survei, dan wawancara.

- **Studi pustaka** bertujuan mengkaji jenis-jenis konten ilegal dan berbahaya serta regulasi tentang pengaturan konten di Indonesia dan negara-negara lain. Dokumen yang dikaji mulai dari peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia dan luar negeri, laporan penelitian dan analisis tentang pengaturan konten, hingga liputan berita tentang pengaturan konten. Sebagai contoh,

berbagai riset, regulasi, dan dokumen internasional terkait pengaturan konten memandu peneliti menyusun instrumen survei untuk memetakan pengalaman, persepsi, dan harapan pengguna media sosial, seperti prinsip-prinsip yang mendasari pentingnya transparansi dan akuntabilitas pengaturan konten oleh platform media sosial.

- **Survei** bertujuan mengidentifikasi pengalaman, persepsi, dan harapan pengguna media sosial Indonesia terhadap pengaturan konten ilegal dan berbahaya di media sosial yang dilakukan oleh platform media sosial. Survei ini berskala nasional untuk menghasilkan data yang mewakili pengguna media sosial se-Indonesia secara representatif.

Pengumpulan data survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui metode *snowball sampling*. Metode *snowball* dipilih karena topik penelitian mensyaratkan responden yang memahami persoalan pengaturan konten. Dengan metode ini, enumerator hanya mengirim tautan survei ke responden yang mereka anggap memahami isu ini, dengan tetap menjaga keberagaman jenis kelamin, usia, latar pendidikan, dan profesi dari responden. Total responden dalam survei ini berjumlah 1.500 orang dari 38 provinsi di Indonesia, dengan jumlah responden di tiap provinsi yang mempertimbangkan proporsi jumlah penduduknya. Kriteria sampel adalah penduduk Indonesia berusia minimal 18 tahun dan pengguna media sosial. Estimasi *margin of error* sebesar 2,7% pada tingkat kepercayaan 95%. Profil responden survei tersedia di Lampiran laporan ini.

Instrumen survei juga sudah melalui uji reliabilitas dan validitas yang melibatkan 30 responden. Hasilnya menunjukkan, semua pertanyaan yang diuji sangat reliabel dengan koefisien Cronbach's Alpha sebesar 0,912.

- **Wawancara** mendalam bertujuan mengidentifikasi pengetahuan dan pengalaman pemangku kepentingan terkait pengaturan konten ilegal dan berbahaya di platform media sosial. Wawancara dilakukan dengan 14 informan, yang mewakili pemerintah (Dirjen Aptika Kementerian Kominfo); parlemen (anggota Komisi I DPR RI); organisasi masyarakat sipil dan perwakilan kelompok rentan (SAFE-net, LBH Jakarta, ECPAT Indonesia, dan Purple Code Collective); organisasi pemeriksa fakta (MAFINDO); individu dan kelompok minoritas yang pernah memiliki masalah dengan pengaturan konten (Sasmito Madrim, SIGAB (Sasana Inklusi & Gerakan Advokasi Difabel), dan Ahmadiyah); akademisi dan peneliti di bidang hukum dan keamanan siber (Herlambang P. Wiratraman dan Pratama Dahlian Persadha); dan forum di platform media sosial yang melakukan pengaturan konten secara mandiri atau sukarela (Info Cegatan Jogja). Wawancara ini dilakukan secara luring

maupun daring, sesuai preferensi informan. Peneliti juga telah menghubungi perwakilan platform media sosial (Meta, YouTube, dan TikTok) di Indonesia untuk diwawancara, tetapi tidak mendapatkan tanggapan atau kesediaan wawancara dari pihak mereka.

## Apa temuan utamanya?

Saat ini, proses pengaturan konten yang dilakukan oleh platform media sosial dan regulasi dari negara belum bisa mengatasi penyebaran konten ilegal dan berbahaya secara memadai. Survei terhadap 1.500 pengguna media sosial (YouTube, Facebook, TikTok, Instagram, dan Twitter) di Indonesia ini menunjukkan, mayoritas responden menyatakan sering dan sangat sering menjumpai konten ilegal dan berbahaya di platform media sosial.

Dari 15 jenis konten ilegal dan berbahaya yang ditanyakan kepada 1.500 responden, tiga jenis yang paling sering dijumpai adalah ujaran kebencian (67,2% responden menyatakan sering dan sangat sering menjumpai), diikuti misinformasi/kabar bohong/hoaks (66,4% responden menyatakan sering dan sangat sering menjumpai), dan penipuan (57,9% responden menyatakan sering dan sangat sering menjumpai).

Untuk mengatasi penyebaran konten tersebut, mayoritas responden survei (88,2%) dan semua informan wawancara menyatakan perlunya regulasi dari negara yang mendorong transparansi dan akuntabilitas platform dalam pengaturan konten, yang memuat antara lain:

- Kewajiban platform media sosial menunjukkan kepada pengguna bahwa pengaturan konten yang mereka lakukan sesuai dengan konteks dan kebutuhan masyarakat Indonesia (94,5% responden).
- Kewajiban platform media sosial menerbitkan laporan tahunan tentang jumlah laporan yang mereka terima dari pengguna dan tindakan mereka untuk menanggapi (90% responden).
- Kewajiban platform media sosial menyediakan lembaga banding bagi pengguna yang tidak puas terhadap pengaturan konten (86,4% responden).
- Adanya lembaga independen yang mengaudit cara platform media sosial melakukan pengaturan konten dan menerbitkan laporan itu kepada pengguna (89,8% responden).

## Apa rekomendasinya?

Kajian pustaka, survei, dan wawancara menunjukkan, Indonesia membutuhkan regulasi untuk mendorong transparansi dan akuntabilitas platform media sosial dalam pengaturan konten. Pengaturan atau kendali konten ini idealnya diserahkan kepada platform media sosial, sementara pemerintah mengatur dan mengawasi praktik tersebut. Harapan ini juga disampaikan oleh Direktur Jenderal Aplikasi Informatika Kementerian Kominfo dalam wawancara riset ini, tapi ia mengatakan UU ITE yang berlaku saat ini, yaitu Pasal 40 Ayat (2a) dan (2b) menugaskan Kementerian Kominfo untuk melakukan pengaturan konten secara langsung (kewenangan di negara, bukan di platform media sosial). Oleh karena itu, UU ITE perlu diubah dan/atau ada UU baru supaya pengaturan konten bisa lebih baik.

**UNDANG-UNDANG** tersebut perlu memuat antara lain:

1. Tanggung jawab pengaturan konten di media sosial didelegasikan kepada platform media sosial, bukan dilakukan langsung oleh pemerintah seperti yang diamanatkan oleh UU ITE saat ini. Dengan demikian, pemerintah bertugas mengawasi pengaturan tersebut untuk memastikan transparansi dan akuntabilitas dari platform media sosial. Pengaturan kewenangan itu perlu tegas dan jelas, agar terdapat kesamaan pemahaman di antara semua platform media sosial.
2. Atas pertimbangan keadilan, luasnya penyebaran konten, dan mendukung kemunculan platform media sosial buatan dalam negeri, aturan ini hanya berlaku pada platform media sosial besar, misalnya dengan pengguna minimal 10% populasi Indonesia, seperti Digital Services Act yang diterapkan di Uni Eropa. Pemberlakuan batas ini juga akan mengurangi beban pemerintah dalam melakukan pengawasan.
3. Mengatur definisi dan cakupan platform media sosial secara jelas dan detail. Sebagai contoh, regulasi ini hanya mengatur platform yang bersifat terbuka (YouTube, Facebook, dan lain-lain), bukan platform media sosial tertutup seperti aplikasi pengiriman pesan pribadi dengan *end-to-end encryption* (WhatsApp).
4. Mengatur definisi dan cakupan segala jenis konten ilegal dan berbahaya secara detail dan sesuai dengan konteks masyarakat Indonesia, yang akan menjadi pegangan bagi regulator, platform media sosial, pengguna, dan

pemasang iklan terkait pengaturan konten. Kesamaan pemahaman bersifat sangat fundamental terutama di antara platform media sosial.

5. Mengatur tata cara dan tindakan yang harus dilakukan platform media sosial ketika menerima laporan dari pengguna terkait konten ilegal dan berbahaya, termasuk keberadaan pelapor tepercaya (*trusted flagger*), yaitu organisasi yang memiliki kompetensi dalam mengenali dan menandai konten ilegal dan berbahaya. Laporan dari pelapor tepercaya ini perlu mendapat prioritas dari platform media sosial karena mereka sudah terlatih membuat laporan yang lengkap dan tepercaya.
6. Menurut regulasi di Indonesia saat ini, misinformasi dan ujaran kebencian bisa masuk ke dalam kategori konten ilegal. Sementara, platform media sosial dan standar internasional mengelompokkan dua jenis konten tersebut sebagai konten legal yang berbahaya dengan pertimbangan pengaturannya yang kompleks dan bisa sangat membatasi kebebasan berekspresi jika keduanya dianggap ilegal.

Karena itu, model liabilitas yang berbeda perlu diberlakukan atas konten ilegal dan berbahaya. Misalnya, model *knowledge-based liability* lebih tepat digunakan untuk konten ilegal mendesak (kecuali misinformasi dan ujaran kebencian). Hal ini sama dengan yang diadopsi oleh regulasi Digital Services Act. Definisi *knowledge* atau pengetahuan yang dimaksud hanya terbatas pada laporan dari pelapor tepercaya (*trusted flagger*) dan keputusan pengadilan (supaya platform media sosial tidak harus melakukan pemantauan umum, menyaring, dan/atau menghindari penyalahgunaan mekanisme pelaporan).

Lalu, karena pencemaran nama baik lekat dengan urusan privat, pengaturannya idealnya pun berbeda, yaitu melalui pendekatan *notice-to-notice*, di mana platform media sosial dapat memberikan *counter-notice* jika mereka menerima aduan dari pengguna, lalu keduanya memutuskan akan lanjut ke proses pengadilan atau tidak.

Sementara, untuk konten legal yang berbahaya (termasuk misinformasi dan ujaran kebencian), “kegagalan” platform media sosial dalam mendeteksi atau menindaklanjuti aduan semestinya tidak langsung diganjar dengan sanksi seketika itu juga. Tetapi perlu dilihat terlebih dahulu sistem apa yang sudah ditegakkan oleh platform media sosial untuk mengantisipasi

permasalahan tersebut, mengingat konten misinformasi dan ujaran kebencian butuh pendekatan kontekstual.

Dalam berbagai situasi di atas, di mana konteks memiliki peran penting, konsorsium multipihak (terdiri dari perwakilan pemerintah, akademisi, masyarakat sipil, pemuka agama, dan lain-lain) menjadi pilihan yang tepat untuk mengawasi dan menilai kepatuhan platform media sosial terhadap regulasi. Kewajiban platform media sosial pun harus dirumuskan secara detail agar kepatuhan bisa mudah diukur dan ditegakkan, serta regulasi tidak mudah disalahgunakan.

Selain itu, pengaturan liabilitas platform media sosial perlu didasarkan pada tingkat “kegagalan sistem” yang mereka miliki, untuk mematuhi standar transparansi dan akuntabilitas yang ditetapkan regulasi. Jadi, regulasi perlu mengatur “ambang batas” atau kriteria “kegagalan” ini sebagai landasan pemberian sanksi.

Regulasi ini juga semestinya memuat mekanisme pemulihan atau banding bagi platform media sosial yang menjadi subjek hukum regulasi. Dengan demikian, pemberian tanggung jawab kepada platform media sosial dalam pengaturan konten juga bersifat proporsional dan sesuai kebutuhan.

7. Mengingat iklan juga membawa potensi risiko, platform media sosial perlu menyediakan informasi tentang iklan kepada pengguna seperti siapa yang membayar iklan dan parameter utama yang dipakai untuk menarget audiens iklan.
8. Mewajibkan platform media sosial menerbitkan laporan tahunan tentang jumlah laporan yang mereka terima dari pengguna dan tindakan yang mereka lakukan untuk menanggapi, termasuk hasil penyelesaian penanganan aduan.
9. Mewajibkan platform media sosial menyediakan mekanisme banding bagi pengguna yang tidak puas terhadap pengaturan konten.
10. Mengatur adanya lembaga independen yang mengaudit cara platform media sosial melakukan pengaturan konten dan menerbitkan laporan itu kepada pengguna.
11. Mengingat konten ilegal dan berbahaya berhubungan dengan berbagai peraturan perundang-undangan (mulai dari KUHP, UU ITE, UU Pertahanan,

hingga UU Pornografi) dan kementerian/lembaga (mulai dari Kementerian Kominfo, TNI, Badan Siber dan Sandi Negara, Kementerian Pertahanan, Kepolisian, hingga Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak), penyusunan undang-undang ini perlu melibatkan berbagai pemangku kepentingan, supaya regulasinya terpadu dan tidak tumpang tindih.

12. Mengingat ada banyak hal baru lain dalam sektor digital yang juga perlu diatur dalam undang-undang, seperti hak cipta penerbit berita dalam hubungannya dengan platform digital, layanan *streaming* berbayar, persaingan usaha terkait platform digital, lokapasar (*marketplace*), dan kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), perlu ada diskusi oleh para pemangku kepentingan untuk memikirkan sebuah undang-undang yang bisa memayungi hal-hal tersebut, misalnya UU Media Baru, karena menyusun undang-undang satu persatu seperti di Uni Eropa<sup>3</sup> bisa memakan waktu yang sangat lama di Indonesia.

Selain aspek regulasi di atas, aspek yang tidak kalah pentingnya adalah edukasi. Edukasi ini perlu dilakukan terus-menerus oleh berbagai pihak, terutama negara dan platform media sosial, baik melalui jalur informal maupun formal (kurikulum sekolah). Materi edukasinya mencakup materi khusus mengenai beragam aspek pengaturan konten maupun materi umum mengenai literasi digital, karena pencegahan terbaik adalah pengetahuan dan kecakapan pengguna dalam mengakses media sosial.

---

<sup>3</sup> Mereka telah memiliki Digital Services Act (yang juga mengatur mesin pencari dan lokapasar), Digital Markets Act (mengatur persaingan usaha), Audio-visual Media Services Act (mengatur TV konvensional, layanan *video on demand* seperti Netflix, dan *video-sharing* seperti YouTube), Copyrights Directive (hak cipta penerbit berita dan kewajiban Google dan Meta), serta sedang membahas Artificial Intelligence Act.

Berdasarkan kajian pustaka terhadap jenis-jenis konten ilegal dan berbahaya serta peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia, riset ini mengelompokkan beragam konten ilegal dan berbahaya menjadi 10 jenis konten ilegal dan lima jenis konten berbahaya.

Survei kami terhadap 1.500 pengguna media sosial (YouTube, Facebook, TikTok, Instagram, dan Twitter) di Indonesia memetakan pengalaman mereka menjumpai beragam jenis konten itu sebagai berikut, dari paling sering hingga paling jarang ditemui responden:

Gambar 1.

### Jenis Konten Ilegal dan Berbahaya yang Paling Sering Dijumpai Responden

No.	Jenis konten	Sering dijumpai (% responden)	Sangat sering dijumpai (% responden)
<b>Konten ilegal</b>			
1.	Ujaran kebencian	42,1%	25,1%
2.	Misinformasi/kabar bohong/hoaks	46,7%	19,7%
3.	Penipuan	37,0%	20,9%
4.	Pencemaran nama baik	32,9%	10,6%
5.	Pornografi dan prostitusi	29,3%	11,6%
6.	Pelanggaran hak cipta	28,6%	12,1%
7.	Penyebaran data pribadi orang lain ( <i>doxing</i> )	25,3%	9,1%
8.	Perjudian	22,1%	11,8%
9.	Terorisme	10,1%	2,8%
10.	Perdagangan manusia	6,6%	2,2%

No.	Jenis konten	Sering dijumpai (% responden)	Sangat sering dijumpai (% responden)
<b>Konten berbahaya</b>			
1.	Akun palsu ( <i>bots</i> , tiruan)	32,0%	40,9%
2.	Perundungan ( <i>bullying</i> )	38,7%	23,7%
3.	Kekerasan (kekejaman, peristiwa tragis secara eksplisit, dan lain-lain)	34,9%	13,3%
4.	Membahayakan kesehatan dan keselamatan publik	34,3%	11,8%
5.	Melukai diri sendiri	17,7%	3,4%

Perlu dicatat bahwa beberapa jenis konten ilegal tersebut dikelompokkan sebagai konten berbahaya (tidak boleh dikriminalisasi) oleh berbagai regulasi di negara lain, termasuk sejumlah instrumen PBB (Rahman et al., 2022), yaitu misinformasi, ujaran kebencian, dan pornografi dewasa (bukan anak). Meski demikian, riset ini melakukan pengelompokkan di atas supaya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia, yang akan diulas satu per satu di bawah ini.

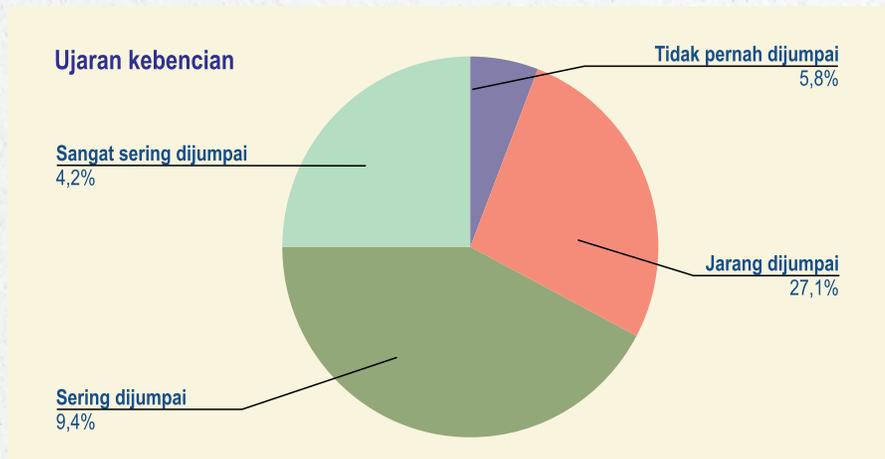
Pemahaman yang sama tentang definisi tersebut penting karena cakupan konten ilegal menurut platform media sosial global (yang mengacu instrumen PBB) jauh lebih sempit daripada definisi ilegal menurut hukum Indonesia. Sebagai contoh, menurut definisi platform, hoaks, ujaran kebencian, pornografi orang dewasa, dan perjudian bukanlah konten ilegal, tapi semua itu bisa dijerat pidana oleh regulasi hukum Indonesia. Untuk pornografi, misalnya, yang dianggap ilegal menurut hukum internasional (United Nations Office of the High Commissioner for Human Rights, 2011), hanyalah pornografi anak (di bawah 13 tahun), bukan pornografi dewasa.

## 1. Bagaimana Pengalaman Responden Menjumpai Konten Ilegal?

### a. Ujaran kebencian

Dari 10 konten ilegal, ujaran kebencian menempati posisi teratas sebagai konten yang paling sering dijumpai oleh responden.

Di Indonesia, ujaran kebencian (*hate speech*) diatur oleh sejumlah peraturan perundang-undangan, yaitu Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP),



Gambar 2.  
Pengalaman Responden Menjumpai Konten Ujaran Kebencian

UU No. 19/2016 tentang perubahan atas UU No. 11/2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), UU No. 40/2008 tentang Penghapusan Diskriminasi Ras dan Etnik, dan Surat Edaran Kapolri No. SE/6/X/2015.

Terkait ujaran kebencian di media sosial, regulasi di atas memberikan cakupan definisi yang sangat luas. Misalnya, menurut Surat Edaran Kapolri No. SE/6/X/2015, “ujaran kebencian dapat berupa tindak pidana yang diatur dalam KUHP dan ketentuan pidana lainnya di luar KUHP, yang berbentuk:

- penghinaan;
- pencemaran nama baik;
- penistaan;
- perbuatan tidak menyenangkan;
- memprovokasi;
- menghasut;
- penyebaran berita bohong;

dan semua tindakan di atas memiliki tujuan atau bisa berdampak pada tindak diskriminasi, kekerasan, penghilangan nyawa, dan/atau konflik sosial”.

Surat Edaran itu yang menjadi pedoman kepolisian sebagai penegak hukum dalam memahami dan menangani kasus-kasus ujaran kebencian.

Dengan demikian, cakupan ujaran kebencian dari kacamata hukum Indonesia memang cenderung lebih luas daripada definisi menurut konvensi internasional dan menurut platform media sosial (Angendari, 2020). Menurut standar internasional (Gagliardone et al., 2015), ujaran kebencian pada dasarnya mencakup serangan terhadap seseorang atau kelompok orang

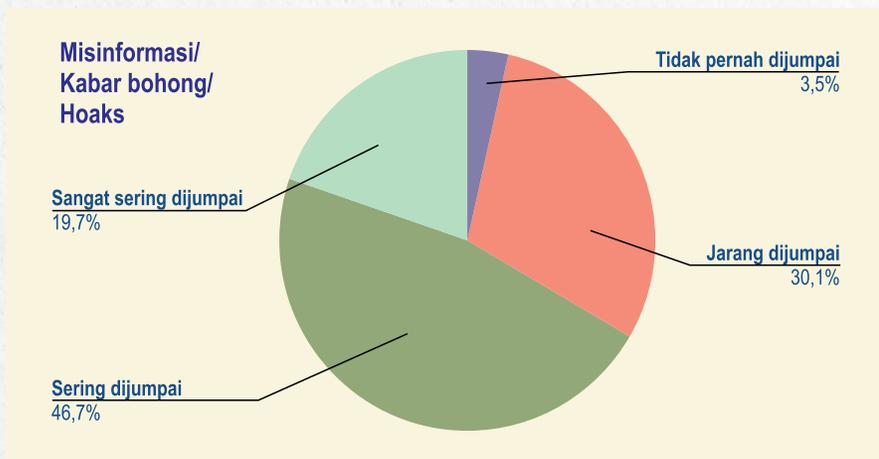
berdasarkan “karakteristik inheren” seperti suku, agama, ras, nasionalitas, gender, dan orientasi seksual.

Karena itu, tidak mengherankan jika para responden survei menyatakan ujaran kebencian sebagai jenis konten ilegal dan berbahaya yang paling sering mereka jumpai, mengingat mereka juga menemui banyaknya kasus hukum terkait ujaran kebencian di Indonesia, dengan spektrum kasus yang sangat luas.

Luasnya, atau lenturnya, cakupan ujaran kebencian di Indonesia memang problematis, dan sering memunculkan tuduhan “pasal karet” terhadap regulasi tersebut.

#### b. Misinformasi/kabar bohong/hoaks

Misinformasi/kabar bohong/hoaks menempati peringkat kedua sebagai jenis konten ilegal yang paling sering dijumpai oleh responden.



Gambar 3.

#### Pengalaman Responden Menjumpai Konten Misinformasi/Kabar Bohong/Hoaks

Peraturan perundang-undangan Indonesia yang menjadi rujukan terkait penyebaran misinformasi/kabar bohong/hoaks adalah UU ITE, KUHP, dan UU No. 1/1946 tentang Peraturan Hukum Pidana.

UU ITE bukanlah satu-satunya dasar hukum yang dapat dipakai untuk menjerat orang yang menyebarkan berita bohong karena UU ITE hanya mengatur penyebaran berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik saja (Pasal 25 Ayat 1).

KUHP juga senada, terkait kepentingan ekonomi saja, yaitu Pasal 390 KUHP yang berbunyi, “Barangsiapa dengan maksud hendak menguntungkan diri sendiri atau orang lain dengan melawan hak menurunkan atau menaikkan harga barang dagangan, fonds atau surat berharga uang dengan menyiarkan kabar bohong, dihukum penjara selama-lamanya dua tahun delapan bulan.”

Untuk berita bohong yang bersifat umum, acuan hukumnya adalah UU No. 1/1946 tentang Peraturan Hukum Pidana Pasal 14 dan Pasal 15, yakni:

#### **Pasal 14**

1. Barangsiapa, dengan menyiarkan berita atau pemberitahuan bohong, dengan sengaja menerbitkan keonaran di kalangan rakyat, dihukum dengan hukuman penjara setinggi-tingginya sepuluh tahun.
2. Barangsiapa menyiarkan suatu berita atau mengeluarkan pemberitahuan yang dapat menerbitkan keonaran di kalangan rakyat, sedangkan ia patut dapat menyangka bahwa berita atau pemberitahuan itu adalah bohong, dihukum dengan penjara setinggi-tingginya tiga tahun.

#### **Pasal 15**

Barangsiapa menyiarkan kabar yang tidak pasti atau kabar yang berkelebihan atau yang tidak lengkap, sedangkan ia mengerti setidak-tidaknya patut dapat menduga bahwa kabar demikian akan atau sudah dapat menerbitkan keonaran di kalangan rakyat, dihukum dengan hukuman penjara setinggi, tingginya dua tahun.

Sebaran misinformasi atau berita bohong memang menjadi tantangan besar bagi pemerintah, platform, dan masyarakat, terutama menjelang pemilihan umum maupun pada saat krisis seperti ketika pandemi COVID-19.

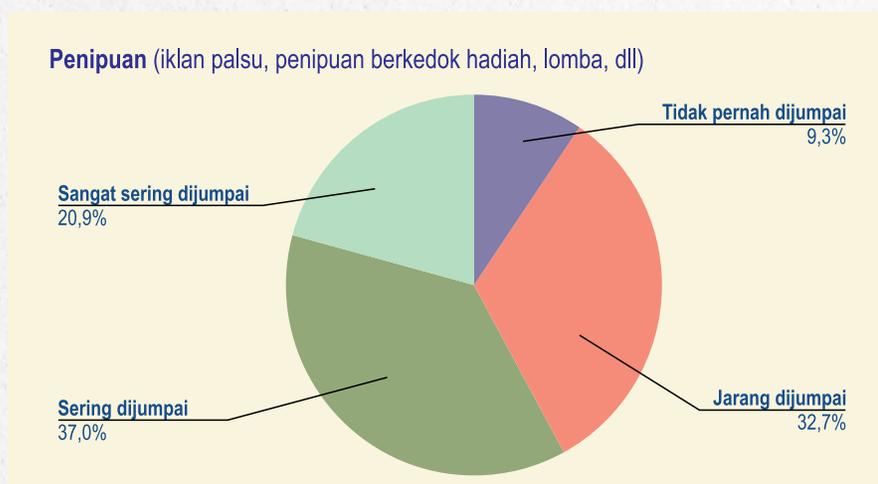
Memang tidak semua misinformasi selalu bersifat ilegal atau melanggar hukum, tapi peneliti memasukkan misinformasi ke dalam kategori ilegal karena, seperti terurai di atas, segala jenis misinformasi yang diunggah di media sosial sangat berpotensi dipidanakan, jika itu dinilai penegak hukum menciptakan “keonaran di kalangan rakyat”.

“Pemerintah mendefinisikan hoaks sebagai konten yang tidak selalu melanggar undang-undang tapi bisa menimbulkan keresahan masyarakat dan mengganggu ketertiban umum.”

—**Semuel Abrijani Pangerapan**,  
Direktur Jenderal Aplikasi Informatika  
Kementerian Kominfo, 7 Maret 2023.

### c. Penipuan

Penipuan digital merupakan risiko yang melekat pada meluasnya pemakaian teknologi digital oleh masyarakat. Survei ini menemukan konten penipuan sebagai jenis konten terbanyak ketiga yang paling sering ditemui responden.



Gambar 4.  
Pengalaman Responden Menjumpai Konten Penipuan

“Kita baru melihat aspek positif yang dibawa teknologi digital, seperti ekonomi digital, ada *decacorn*, padahal kerugian yang dibawa teknologi digital juga sudah besar, yang perlu ditangani secara serius dan terpadu. Misalnya, penipuan digital, si penipu bisa pasang iklan di Instagram dan pihak Instagram tidak mau bertanggung jawab atas penipuan itu.”

—Junico BP Siahaan, Anggota Komisi I DPR RI,  
2 Maret 2023.

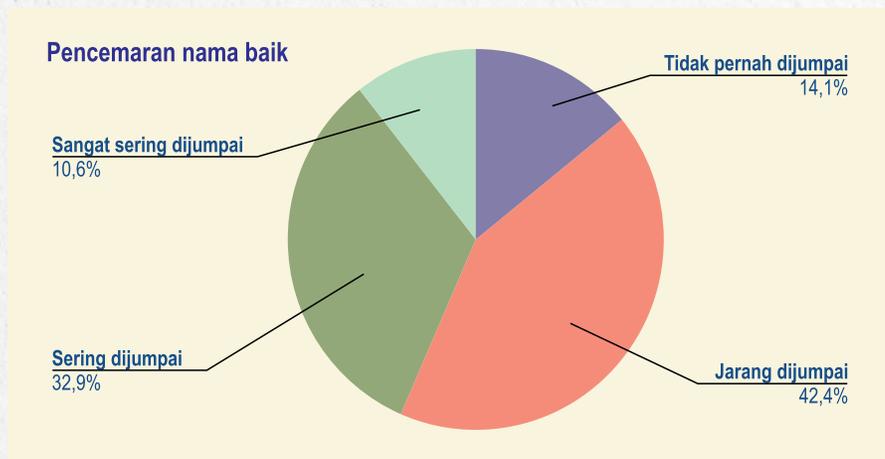
Survei berskala nasional yang memotret penipuan digital di Indonesia secara komprehensif dilakukan oleh CfDS UGM, PR2Media, dan Magister Ilmu Komunikasi UGM dengan judul *Penipuan Digital di Indonesia: Modus, Medium, dan Rekomendasi* (Kurnia et al., 2022). Survei terhadap 1.700 warga Indonesia di 34 provinsi itu menemukan, 66,6% responden pernah menjadi korban penipuan digital. Dari 1.132 responden yang pernah menjadi korban penipuan, korban paling banyak berasal dari penipuan berkedok hadiah melalui jaringan seluler (36,9% responden), pengiriman tautan yang berisi *malware*/virus (33,8%), dan penipuan jual beli di media sosial (29,4%).

Survei tersebut menunjukkan bahwa penipuan di ranah digital banyak ragamnya, dan dibutuhkan regulasi dan gugus tugas yang lintas sektoral untuk mencegah dan menanganinya, mulai dari pencatatan laporan hingga penindakan kasus.

Penipuan jual beli di media sosial adalah jenis penipuan yang paling relevan dengan riset pengaturan konten ini, dan menjadi keprihatinan banyak pihak karena belum ada langkah memadai dari pemerintah untuk mengatasinya, setidaknya jika kita membandingkan dengan langkah yang diambil oleh pemerintah lain seperti Singapura, Malaysia, dan Inggris, yang telah membentuk gugus tugas terpadu dengan melibatkan kepolisian, bank, otoritas keuangan, dan platform.

#### d. Pencemaran nama baik

Pencemaran nama baik sudah lama menjadi salah satu isu dalam kebebasan berpendapat di internet, yaitu sejak disahkannya UU ITE No. 11/2008. Pasal 27 dalam UU ITE dituding merupakan “pasal karet” karena sering dipakai untuk menjerat pernyataan warga di ranah digital, meskipun pernyataan tersebut benar atau akurat.



Gambar 5.

#### Pengalaman Responden Menjumpai Konten Pencemaran Nama Baik

Menurut laporan Direktorat Tindak Pidana Siber Bareskrim Polri, sejak Januari hingga November 2020, mereka menangani 4.656 kasus tindak pidana siber. Dari 15 jenis kejahatan siber tersebut, kasus terbanyak yang mereka tangani adalah perkara pencemaran nama baik sebanyak 1.743 kasus (CNN Indonesia, 2020).

Karena besarnya desakan masyarakat kepada pemerintah dan DPR RI untuk merevisi Pasal 27 tersebut, pemerintah dan DPR RI pun melakukan revisi pada 2016, yang menghasilkan UU ITE No. 19/2016.

Dua revisi utama terkait pasal pencemaran nama baik:

1. Untuk menghindari multitafsir, Pasal 27 mengembalikan tafsir pencemaran nama baik ke KUHP Pasal 310 dan Pasal 311, yaitu:
  - Informasi tersebut harus bertujuan menyerang kehormatan atau nama baik seseorang dan ini tersiar secara umum (diketahui orang banyak).
  - Perbuatan tidak dilakukan demi kepentingan umum atau bukan untuk membela diri (terpaksa).

Dengan kata lain:

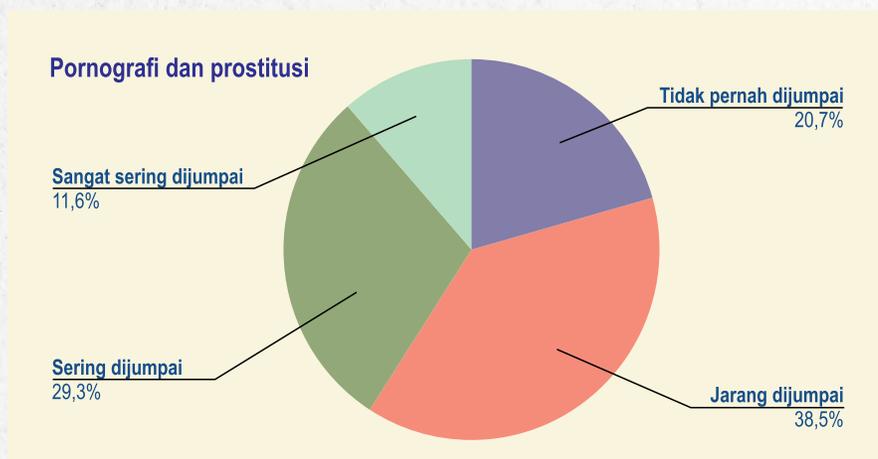
- Jika yang dituduhkan tersebut benar tetapi tersiarnya tuduhan tersebut bukan demi kepentingan umum atau membela diri sendiri (Pasal 310 Ayat (3) KUHP), maka dapat dipidana berdasarkan Pasal 310 Ayat (1) KUHP tentang penistaan atau penghinaan.
  - Jika tuduhan perbuatan tersebut terbukti tidak benar, maka dapat dipidana dengan Pasal 311 Ayat (1) KUHP mengenai fitnah.
2. Pengurangan ancaman pidana pencemaran nama baik dan penghinaan (Pasal 27) dari paling lama 6 (enam) tahun menjadi 4 (empat) tahun, dan denda dari Rp1 miliar menjadi Rp750 juta. Sehingga, tersangka pencemaran nama baik tidak perlu ditahan. Ini sesuai Pasal 21 KUHP: penyidik tidak diperkenankan menahan tersangka bila ancaman hukumannya di bawah lima tahun penjara.

Meski demikian, setelah revisi tersebut, masih banyak kasus hukum terkait pencemaran nama baik yang menjerat warga. Sepanjang 2021, ada 38 orang yang dijerat dengan UU ITE di Indonesia. Dari jumlah tersebut, terbanyak adalah yang terkait pencemaran nama baik, yaitu 17 orang (Sadya, 2022). Hal ini mendorong banyak pihak meminta pemerintah dan DPR RI untuk merevisi lagi UU ITE, yang pada saat laporan ini ditulis, revisi kedua UU ITE tersebut mulai dibahas di Komisi I DPR RI.

Salah satu masalah mendasar yang masih tersisa dari revisi pada tahun 2016 itu dan pasal dalam KUHP adalah kurang tegasnya dalil “kebenaran adalah pembelaan absolut terhadap tuduhan pencemaran nama baik” (*truth is an absolute defense to defamation*), sebuah konsep yang dipakai di banyak negara demokrasi maju, sehingga jika fakta yang dinyatakan terbukti benar, itu bukanlah pencemaran nama baik (Descheemaeker, 2018).

#### e. Pornografi dan prostitusi

Walaupun jumlah responden survei yang terekspos pada konten pornografi dan prostitusi lebih rendah dibandingkan dengan konten ujaran kebencian, misinformasi, penipuan, dan pencemaran nama baik, keberadaan eksposur tersebut masih mengkhawatirkan.



Gambar 6.

#### Pengalaman Responden Menjumpai Konten Pornografi dan Prostitusi

Di Indonesia, penyebaran pornografi di platform digital diatur oleh UU No. 19/2016 tentang Perubahan atas UU No. 11/2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan UU No. 44/2008 tentang Pornografi.

UU ITE jelas melarang penyebaran konten pornografi (termasuk kategori melanggar kesusilaan), dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1 miliar. Meski demikian, laporan aduan konten yang diterbitkan Kementerian Kominfo pada 2022 menunjukkan bahwa pornografi menjadi konten terbanyak kedua yang dilaporkan oleh masyarakat setelah penipuan (Annur, 2022). Pemerintah menyebutkan, Twitter menjadi platform yang paling banyak memuat konten pornografi. Meski sudah banyak tindakan hapus konten dan blokir akun di Twitter, konten pornografi di sana terus bermunculan. Salah satu alasannya, pornografi dewasa bukan dianggap sebagai konten ilegal di banyak negara (Ahman, 2021).

Tingginya penyebaran konten pornografi di media sosial juga konsisten dengan yang terjadi di situs internet atau situs web. Menurut data Kementerian Kominfo hingga 6 Maret 2023, situs pornografi menempati posisi teratas sebagai konten ilegal yang sudah ditutup oleh Kementerian Kominfo, yaitu

sebanyak 1.173.168 situs, diikuti situs penipuan yaitu 660.777 situs yang mereka tutup (data lengkap ada di lampiran: Penanganan Konten Ilegal atau Negatif oleh Kementerian Kominfo).

Twitter juga menjadi platform media sosial yang paling banyak memuat konten ilegal atau negatif (istilah yang digunakan oleh pemerintah untuk konten yang didefinisikan riset ini sebagai ilegal dan berbahaya), yaitu sebanyak 1,2 juta konten yang dilaporkan oleh Kementerian Kominfo kepada Twitter hingga 6 Maret 2023 (data lengkap ada di lampiran: Penanganan Konten Ilegal atau Negatif oleh Kementerian Kominfo).

Sementara itu, penyebaran konten pornografi di Twitter juga terkait erat dengan maraknya jasa prostitusi yang ditawarkan melalui platform tersebut. Prostitusi yang ditawarkan oleh warga Indonesia secara daring dianggap menjadi bisnis yang menjanjikan karena lebih mudah dilakukan dan lebih terjaga kerahasiaannya dibanding prostitusi yang ditawarkan secara luring (Juditha et al., 2021).

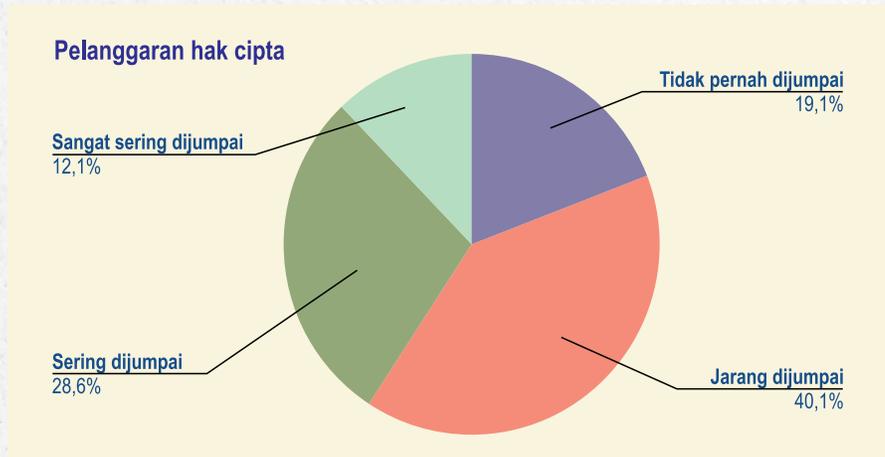
KBBI mendefinisikan prostitusi sebagai “pertukaran hubungan seksual dengan uang atau hadiah sebagai suatu transaksi perdagangan;” (KBBI). Pemerintah Indonesia menyebut kegiatan prostitusi atau pelacuran daring sebagai “praktek pelacuran dengan menggunakan jaringan internet atau media sosial sebagai sarana penghubung atau sarana komunikasi bagi para mucikari, pekerja seks dengan para penggunanya” (Kemenkumham, 2022).

Beberapa hal yang dilakukan pemerintah dalam menangani konten prostitusi adalah melalui pengawasan, pemblokiran, dan sanksi pidana terhadap mucikari, penjaja seks, maupun pengguna. Hukuman atau sanksi pidana yang diberikan umumnya berupa denda dan masa penjara yang bervariasi, tergantung dengan tingkat pelanggaran dan peraturan yang dilanggar.

#### **f. Pelanggaran hak cipta**

Konten ilegal selanjutnya yang banyak dijumpai oleh responden adalah pelanggaran hak cipta atau hak atas kekayaan intelektual.

Untuk ini, ada kesamaan cara pandang antara Indonesia dan platform, karena semua platform media sosial juga melihat hak cipta sebagai produk yang harus dilindungi secara hukum. Sebagai contoh, Meta (Facebook dan Instagram) tidak mengizinkan seseorang mengunggah konten yang melanggar hak cipta orang lain. Jika pengguna menilai ada pelanggaran terhadap hak ciptanya, ia bisa mengirimkan laporan hak cipta dengan mengidentifikasi konten



Gambar 7.

### Pengalaman Responden Menjumpai Konten Pelanggaran Hak Cipta

tersebut. Bila laporan itu lengkap dan valid, Meta akan segera menghapus konten tersebut (Meta, 2023).

Di Indonesia, hak cipta diatur oleh UU No. 28/2014 tentang Hak Cipta dan UU ITE Pasal 25. Menurut UU Hak Cipta, hak cipta tidak dibatasi oleh medianya. Sehingga jika suatu ciptaan dialihrupakan, misalnya sebuah potret dipindai dan bentuk digitalnya diunggah di media sosial, maka hak ciptanya tetap berada pada pemegang hak cipta bentuk awalnya. Tindakan mengunggah itu merupakan bentuk pengumuman hak cipta karena membuatnya bisa dilihat oleh orang lain (Pasal 1 angka 11 UU Hak Cipta) (Kurnia, 2019).

Menurut UU Hak Cipta Pasal 40 ayat 1, ciptaan yang dilindungi meliputi ciptaan dalam bidang ilmu pengetahuan, seni, dan sastra, yang terdiri atas:

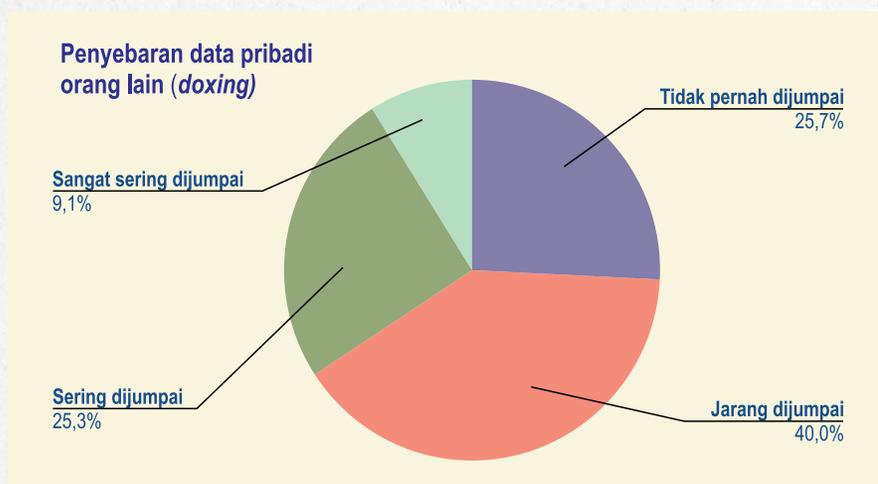
- a. buku, pamflet, perwajahan karya tulis yang diterbitkan, dan semua hasil karya tulis lainnya;
- b. ceramah, kuliah, pidato, dan ciptaan sejenis lainnya;
- c. alat peraga yang dibuat untuk kepentingan pendidikan dan ilmu pengetahuan;
- d. lagu dan/atau musik dengan atau tanpa teks;
- e. drama, drama musikal, tari, koreografi, pewayangan, dan pantomim;
- f. karya seni rupa dalam segala bentuk seperti lukisan, gambar, ukiran, kaligrafi, seni pahat, patung, atau kolase;
- g. karya seni terapan;
- h. karya arsitektur;

- i. peta;
- j. karya seni batik atau seni motif lain;
- k. karya fotografi;
- l. potret;
- m. karya sinematografi;
- n. terjemahan, tafsir, saduran, bunga rampai, basis data, adaptasi, aransemen, modifikasi dan karya lain dari hasil transformasi;
- o. terjemahan, adaptasi, aransemen, transformasi, atau modifikasi ekspresi budaya tradisional;
- p. kompilasi ciptaan atau data, baik dalam format yang dapat dibaca dengan Program Komputer maupun media lainnya;
- q. kompilasi ekspresi budaya tradisional selama kompilasi tersebut merupakan karya yang asli;
- r. permainan video; dan
- s. program komputer.

Selanjutnya, menurut UU ITE pasal 25, informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang disusun menjadi karya intelektual dilindungi sebagai hak kekayaan intelektual berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan, dalam hal ini UU Hak Cipta.

**g. Penyebaran data pribadi orang lain (*doxing*)**

Konten ilegal berikutnya yang sering dijumpai oleh responden adalah penyebaran data pribadi (*doxing*).



Gambar 8.

**Pengalaman Responden Menjumpai Konten Penyebaran Data Pribadi Orang Lain (*Doxing*)**

Penyebaran data pribadi orang lain terkait erat dengan perlindungan data pribadi, yang di Indonesia diatur oleh UU No. 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi (UU PDP). UU PDP mendefinisikan pelindungan data pribadi sebagai “salah satu hak asasi manusia yang merupakan bagian dari pelindungan diri” dan data pribadi sebagai “data tentang orang perseorangan yang teridentifikasi atau dapat diidentifikasi secara tersendiri atau dikombinasi dengan informasi lainnya baik secara langsung maupun tidak langsung melalui sistem elektronik atau nonelektronik.”

Meski demikian, hingga laporan ini ditulis, pemerintah belum mengeluarkan dua peraturan turunannya (Peraturan Presiden dan Peraturan Pemerintah), yang diamanatkan oleh UU PDP. Padahal, dua peraturan turunan itu sangat fundamental dalam penegakan UU PDP karena keduanya akan mengatur pembentukan lembaga perlindungan data pribadi sebagai otoritas dan mengatur segala wewenang lembaga tersebut (Wendratama, 2022). Karena itu, penyusunan dua peraturan itu perlu segera diselesaikan mengingat masa transisi UU PDP adalah dua tahun, sehingga ketentuannya wajib dilakukan oleh pengendali dan prosesor data sejak Oktober 2024.

Penggunaan informasi pribadi juga diatur dalam UU ITE Pasal 26 Ayat 1, yang menyatakan, “Kecuali ditentukan lain oleh peraturan perundang undangan, penggunaan setiap informasi melalui media elektronik yang menyangkut data pribadi seseorang harus dilakukan atas persetujuan Orang yang bersangkutan.” Dalam hal ini, sesuai dengan isi Pasal 26 Ayat (2), “setiap orang yang haknya dilanggar dapat mengajukan gugatan atas kerugian yang didapat”.

#### **h. Perjudian**

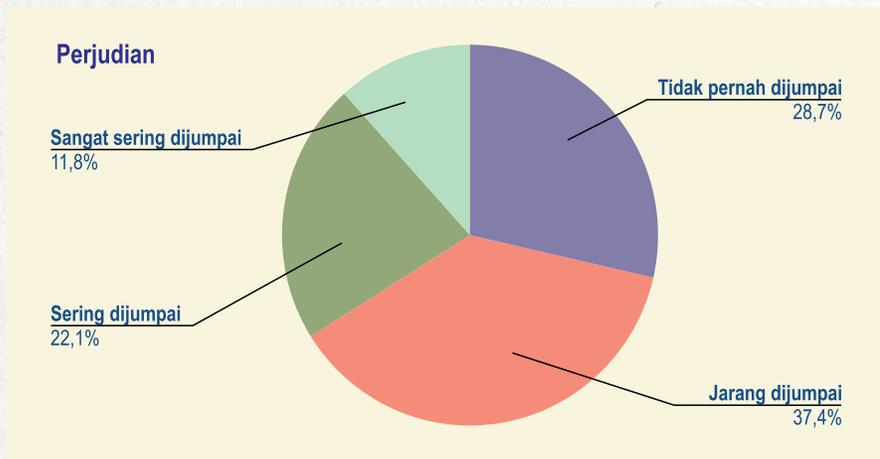
Konten ilegal berikutnya yang sering dijumpai oleh responden adalah perjudian.

Laporan aduan konten yang diterbitkan Kementerian Kominfo pada 2022 menunjukkan penipuan sebagai konten yang paling banyak dilaporkan oleh masyarakat, yaitu hampir 11 ribu aduan, sekitar dua kali lipat dari konten pornografi di peringkat dua terbanyak sejumlah lima ribu aduan (Annur, 2022). Laporan konten ini bukan hanya mencakup di platform media sosial saja, tapi juga di situs web.

Dalam melakukan penanganan terhadap konten dan masalah judi daring, Kementerian Kominfo telah mengimplementasikan berbagai macam strategi, salah satunya adalah “pemutusan akses.” Dari tahun 2018 hingga 22 Agustus

2022, ada 556.332 konten, akun platform, dan situs web berunsur perjudian yang berhasil diputus aksesnya oleh Kementerian Kominfo.

Keputusan pemutusan akses tersebut didasari oleh hasil temuan dan laporan yang didapat melalui patrol siber, masyarakat dan instansi pemerintah mengenai konten dengan unsur perjudian. Berkaitan dengan patrol siber, Kementerian Kominfo menggunakan sistem pengawas situs internet negatif (AIS) yang dioperasikan oleh tim Direktorat Pengendalian Aplikasi Informatika selama 24 jam. Selain pemutusan akses, Kementerian Kominfo juga mengencangkan peningkatan literasi digital melalui program “Gerakan Nasional Literasi Digital.” Program tersebut dilaksanakan bersama pemangku kepentingan seperti komunitas masyarakat, media, akademisi, instansi pemerintah, dan media.



Gambar 9.

### Pengalaman Responden Menjumpai Konten Perjudian

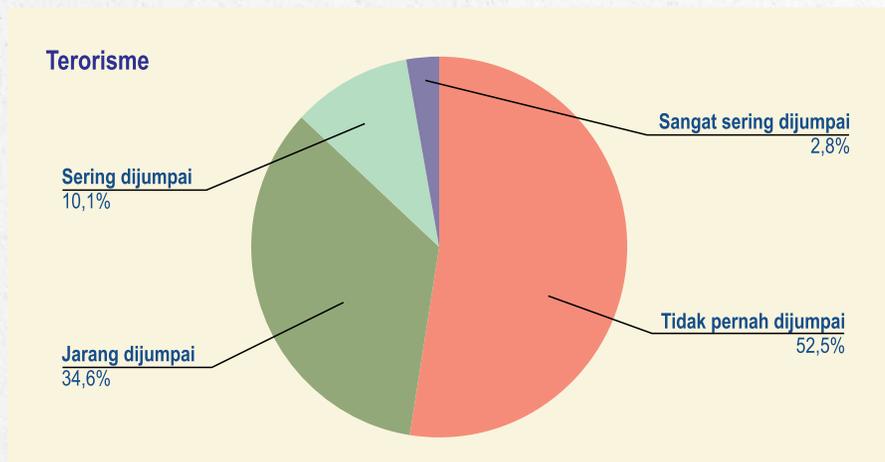
Pasal dalam UU ITE yang mengatur secara khusus penegakan hukum terkait kegiatan perjudian daring adalah Pasal 27 dan Pasal 45. Keduanya menekankan adanya hukuman pidana penjara dan/atau denda bagi pihak yang secara sengaja mendistribusikan/membuat dapat diaksesnya judi daring. Selain itu Pasal 303 KUHP juga turut menekankan adanya sanksi pidana penjara dan/atau denda bagi pemain judi.

Walaupun begitu, ada beberapa tantangan terkait penanganan judi daring yang dialami oleh Kementerian Kominfo, yaitu: “1) Situs judi diproduksi ulang dengan penamaan domain yang mirip atau menggunakan IP Address, 2) Penawaran judi melalui pesan personal sehingga tidak dapat diawasi oleh

Kementerian Kominfo, 3) Penegakan hukum terkait kegiatan perjudian diatur secara berbeda di tiap negara, sehingga hal ini menimbulkan isu yurisdiksi penindakan hukum penyelenggara judi daring yang berada di luar Indonesia.” Hal ini menekankan pentingnya strategi penanganan yang terpadu dan bersamaan oleh pemerintah lintas kementerian/lembaga, masyarakat, dan pelaku industri.

**i. Terorisme**

Konten ilegal berikutnya yang sering dijumpai oleh responden adalah terorisme.



Gambar 10.  
**Pengalaman Responden Menjumpai Konten Terorisme**

Di Indonesia, terorisme lekat dengan tindakan atau paham radikalisme yang menurut Badan Nasional Penanggulangan Terorisme (BNPT) mudah tersebar dikarenakan pemahaman agama masyarakat Indonesia yang masih rendah (Shodiq, 2021). Selama tahun 2022, BNPT menemukan 600 situs atau akun media sosial dan lebih dari 900 konten propaganda yang bermuatan unsur radikal (Ilham, 2022).

Tindak pidana terorisme diatur di dalam UU No. 5 Tahun 2018 tentang Perubahan Atas UU No. 15 Tahun 2003 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti UU No. 1 Tahun 2002 tentang Pemberantasan Tindak Pidana Terorisme Menjadi Undang-Undang.

Terorisme dalam UU tersebut dianggap sebagai “kejahatan yang serius yang membahayakan ideologi negara, keamanan negara, kedaulatan negara,

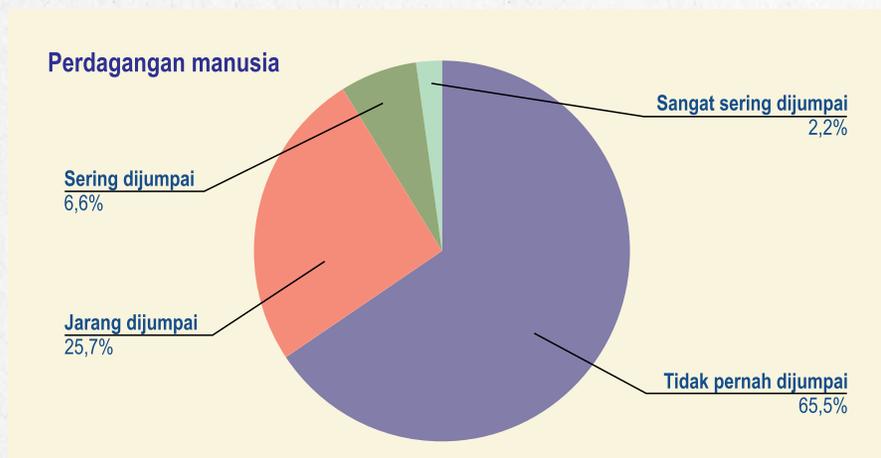
nilai kemanusiaan, dan berbagai aspek kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara, serta bersifat lintas negara, terorganisasi, dan mempunyai jaringan luas serta memiliki tujuan tertentu sehingga pemberantasannya perlu dilakukan secara khusus, terencana, terarah, terpadu, dan berkesinambungan, berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.”

Terkait konten terorisme, pemerintah Indonesia dan platform media sosial memiliki pemahaman yang sama akan berbahayanya konten ini, sehingga mereka meletakkan konten ini sebagai prioritas yang harus segera ditindak atau dihapus.

Kementerian Kominfo melihat terorisme sebagai konten ilegal yang bersifat mendesak, sehingga perlu segera ditangani. Di sisi platform, Meta, misalnya, menetapkan tiga jenis tingkatan yang dibagi berdasarkan implementasi yang dihasilkan oleh konten tersebut. Konten mengenai terorisme masuk ke dalam Tingkatan 1 dikarenakan memiliki implementasi yang luas dan dampak bahaya secara langsung atau luring. Berdasarkan temuan Meta pada Q4 2022, terdapat 9,9 juta konten terorisme di Facebook dan 1,2 juta di Instagram yang telah ditindaklanjuti oleh Meta (Meta, 2023).

#### j. Perdagangan manusia

Terakhir, konten ilegal yang paling jarang ditemui oleh responden adalah konten terkait perdagangan manusia.



Gambar 11.

**Pengalaman Responden Menjumpai Konten Perdagangan Manusia**

Menurut data International Labour Organisation (dalam Wahyudi, 2022), secara global terdapat 24,9 juta orang yang menjadi korban perdagangan manusia. Perdagangan manusia paling banyak terjadi di negara berkembang. Modus paling umum dari TPPO (Tindak Pidana Perdagangan Orang) adalah eksploitasi seksual (4,8 juta korban) dan perbudakan modern (20,1 juta korban) (Wahyudi, 2022).

Berdasarkan data yang dihimpun oleh Federal Human Trafficking pada 2020, sebesar 59% perekrutan korban perdagangan manusia secara daring terjadi di Facebook (Palmer, 2021). Menurut Victor Boutros, CEO Human Trafficking Institute (dalam Reditya, 2021), Facebook juga digunakan oleh pelaku sebagai tempat merekrut korban dalam kasus perdagangan seks aktif. Pelaku perekrutan kasus perdagangan seks sudah merekrut sebesar 55% korban sejak 2000 melalui berbagai lini seperti platform media sosial, aplikasi pesan berbasis web, aplikasi kencan, iklan baris, dan papan tawaran pekerjaan (Lane et al., 2021). Konten terkait perdagangan manusia biasanya ditemui melalui berbagai modus, seperti penipuan atau penawaran yang berkedok romansa (Reditya, 2021).

Di Indonesia, aturan mengenai pemberantasan tindak pidana perdagangan orang tertuang di dalam UU No. 21 Tahun 2007 tentang Pemberantasan Tindak Pidana Perdagangan Orang. Regulasi ini memposisikan perdagangan orang, khususnya perempuan dan anak, sebagai “tindakan yang bertentangan dengan harkat dan martabat manusia dan melanggar hak asasi manusia, sehingga harus diberantas”.

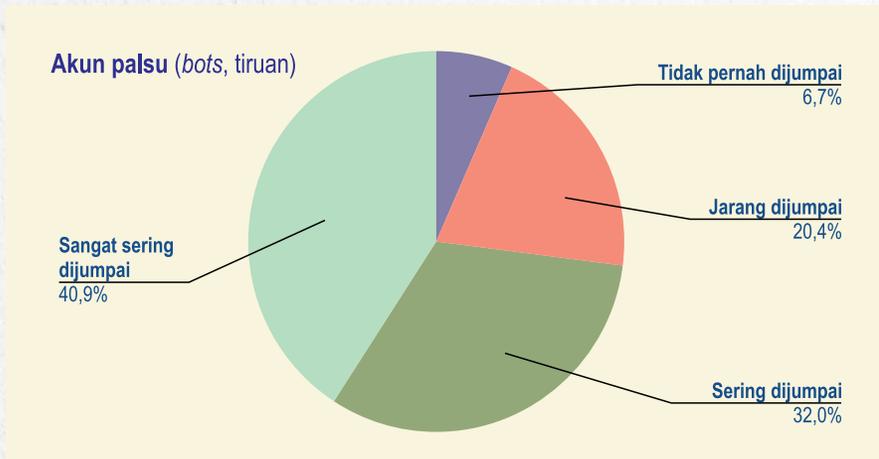
## 2. Bagaimana Pengalaman Responden Menjumpai Konten Berbahaya?

### a. Akun palsu (*bots*, tiruan)

Dari 5 konten berbahaya, konten yang dipublikasikan akun palsu menempati posisi teratas sebagai konten yang paling sering dijumpai oleh responden (72,9% responden menjawab sangat sering dan sering menjumpainya).

Akun palsu merupakan fenomena yang tidak dapat terhindarkan dalam beberapa tahun terakhir, terutama di masa pemilihan politik. Di Indonesia, akun palsu mulai banyak digunakan pada kampanye Pilkada DKI Jakarta pada 2012. Para relawan menggunakan akun palsu untuk menyebarkan misinformasi dan ujaran kebencian. Di masa tersebut, akun palsu banyak digunakan karena platform media sosial belum memiliki pengaturan yang memadai terhadap keaslian akun dan konten di platform (Nailufar, 2019). Akun palsu disebut sebagai konten berbahaya, terutama di Indonesia, karena digunakan oleh para

*buzzer* untuk menyebarkan misinformasi politik yang berujung pada polarisasi di masyarakat (Sugiono, 2020).



Gambar 12.  
Pengalaman Responden Menjumpai Konten Akun Palsu (*Bots, Tiruan*)

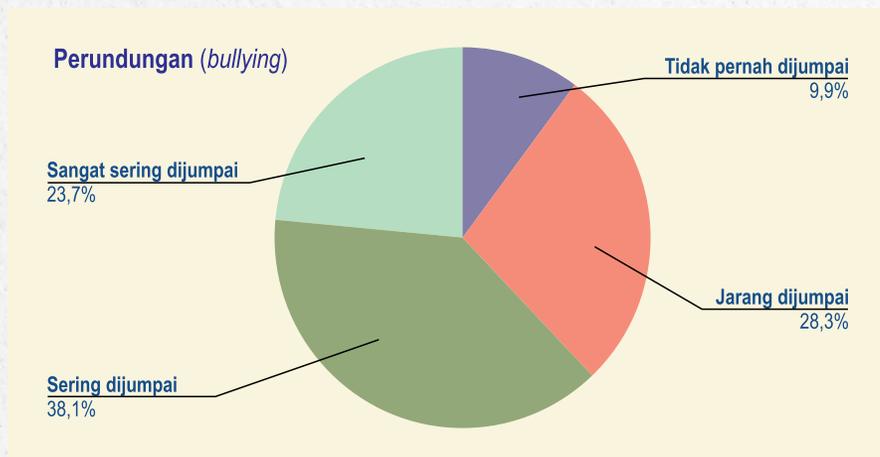
Menurut perkiraan Meta pada 2023, ada sekitar 4-5% akun palsu dari seluruh pengguna aktif bulanan Facebook di dunia. Dengan 2,9 miliar pengguna, maka diperkirakan ada sekitar 148 juta akun palsu di Facebook (Hutchinson, 2023).

Meta menyatakan mereka terus menindak akun palsu, baik berdasar laporan pengguna maupun langkah proaktif mereka. Pada Q3 2022, ada 1,5 miliar akun palsu Facebook yang ditindak Meta, lalu pada Q4 2022 ada 1,3 miliar akun palsu yang ditindak Meta. Menurut mereka, jumlah akun palsu secara global selalu berfluktuasi dari waktu ke waktu (Meta, 2023).

#### b. Perundungan (*bullying*)

Konten berbahaya berikutnya yang paling sering dijumpai adalah perundungan (62,4% responden menjawab sangat sering menjumpai dan sering menjumpainya).

Temuan survei ini senada dengan temuan penelitian sebelumnya (Juditha, 2021), yang menunjukkan bahwa 49% pengguna media sosial di Indonesia mengalami perundungan di media sosial. Para pengguna media sosial, khususnya remaja (usia 12-18 tahun), merupakan sasaran utama perundungan di media sosial (Sartana & Afriyeni, 2017; Wiryada, Martiarini, Budiningsih, 2017).



Gambar 13.  
**Pengalaman Responden Menjumpai Konten Perundungan (*Bullying*)**

Konten perundungan juga kerap dialami kelompok rentan seperti penyandang disabilitas. Wawancara dengan salah satu aktivis dari Sasana Inklusi & Gerakan Advokasi Difabel (SIGAB) Yogyakarta, Ajiwan Arief, mengungkap, kadang pengguna media sosial tidak menyadari bahwa lelucon yang mereka lihat sebenarnya mengarah kepada perundungan terhadap penyandang disabilitas.

Ajiwan sering menemui konten *dark jokes* yang melecehkan penyandang disabilitas. Salah satu konten yang ia ingat dan sempat menjadi perbincangan di antara rekan penyandang disabilitas adalah saat komika yang bernama Mongol mengangkat tema hantu di film horor Indonesia yang erat dengan disabilitas.

“Komika Mongol kemarin bercanda soal hantu, mungkin itu *joke* biasa saja. Tapi kemudian ada beberapa kawan yang menganggap ini kebangetan. Seperti mengidentikkan kawan-kawan difabel dengan makhluk gaib. Makhluk gaib itu kebanyakan cacat ya, suster ngesot, sundel bolong, tangan buntung, dan lain-lain. Ini ternyata menjadi masalah bagi teman-teman disabilitas.”

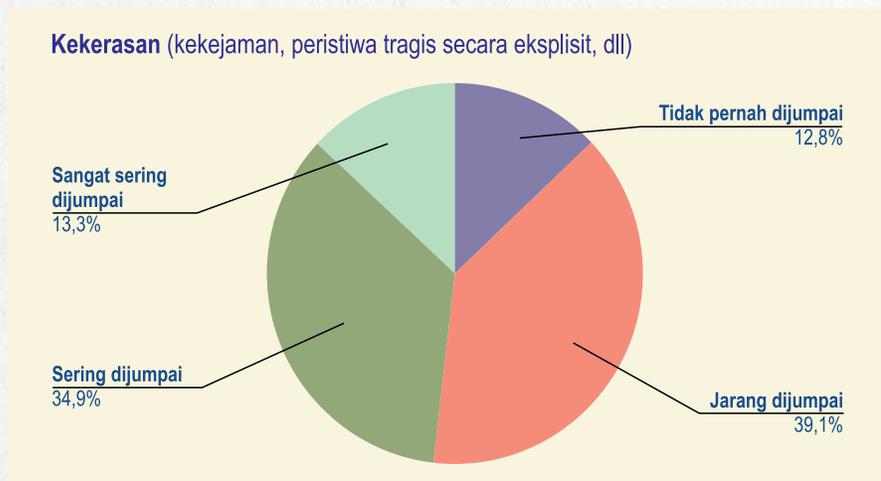
—Ajiwan Arief, Sasana Inklusi & Gerakan Advokasi Difabel (SIGAB) Yogyakarta, 3 Maret 2023.

Lelucon yang dilontarkan oleh Mongol tersebut sempat viral di kalangan penyandang disabilitas. Berbagai reaksi bermunculan. Di antaranya, seorang

penyandang disabilitas di Bandung menyatakan protes dengan membuat video yang memperlihatkan reaksi dirinya saat menonton Mongol melontarkan lelucon tersebut. Selain itu, ada penyandang disabilitas yang membuat petisi terhadap Mongol. Mereka juga sempat melaporkan akun yang menayangkan lelucon Mongol yang melecehkan penyandang disabilitas itu ke platform. Namun, menurut Ajiwan Arief, belum ada respons dari platform terkait aduan tersebut.

**c. Kekerasan (kekejaman, peristiwa tragis secara eksplisit, dan lain-lain)**

Konten berbahaya berikutnya adalah kekerasan (kekejaman, peristiwa tragis, dan lain-lain) yang sering dan sangat sering dijumpai oleh 48,2% responden. Konten kekerasan tersebut bisa berwujud kekejaman, seperti penganiayaan kepada seseorang hingga peristiwa tragis seperti kecelakaan yang memperlihatkan tubuh korban dalam kondisi rusak.



Gambar 14.  
**Pengalaman Responden Menjumpai Konten Kekerasan**

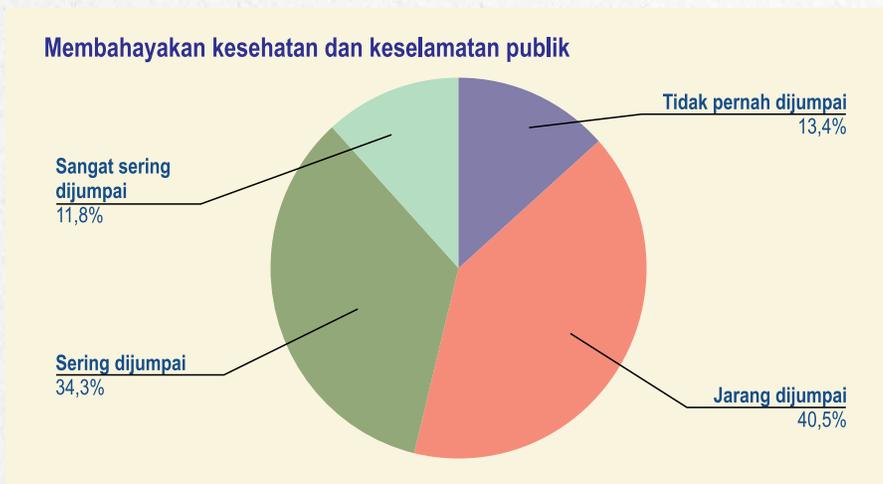
Konten kekerasan juga perlu menjadi catatan karena kehadiran konten berbahaya ini mengancam anak-anak. Menurut data ECPAT Indonesia, organisasi yang peduli pada kekerasan seksual terhadap anak, terkait konten kekerasan seksual anak, sebagian korbannya merupakan anak berusia di bawah 13 tahun. Selain itu, paparan dari konten pornografi dewasa ditakutkan dapat menjadikan anak-anak sebagai pelaku kekerasan seksual pada akhirnya.

“Masih banyak orang yang tidak paham dengan bahaya materi kekerasan seksual. Banyak konten yang cenderung mengarah ke kekerasan seksual dibuat sebagai bahan bercandaan, dikemas dengan tampilan *editing* yang menarik, dan lebih buruknya adalah disebarluaskan secara luas. Seharusnya konten tersebut tidak disebarluaskan, harus berhenti di kita dan laporkan.”

--Oviani Fathul Jannah, ECPAT Indonesia, 25 Februari 2023.

#### d. Membahayakan kesehatan dan keselamatan publik

Di posisi keempat adalah konten membahayakan kesehatan dan keselamatan publik, yang sering dan sangat sering dijumpai oleh 46,1% responden.



Gambar 15.

#### Pengalaman Responden Menjumpai Konten Membahayakan Kesehatan dan Keselamatan Publik

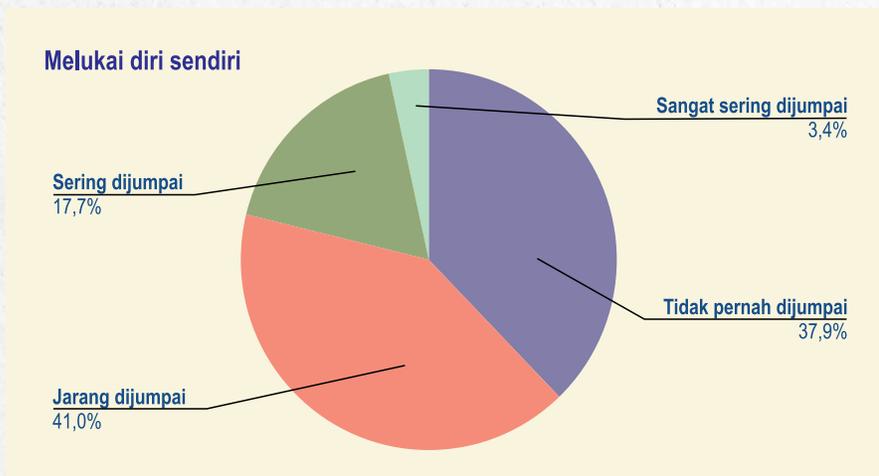
Jenis konten ini sangat bervariasi, mulai informasi terkait kesehatan yang menyesatkan publik tapi tidak bisa dinilai sebagai hoaks karena tidak bisa dibuktikan faktanya salah hingga konten tantangan yang mendorong upaya bunuh diri.

Contoh pertama adalah cerita-cerita personal yang muncul selama pandemi bahwa “saya kena COVID-19 dan bisa sembuh dengan sendirinya, jadi COVID-19 itu tidak berbahaya”, yang sulit dibuktikan sebagai hoaks, tapi ini menyesatkan dan membahayakan kesehatan publik. Cerita seperti ini juga sering terkait dengan teori-teori konspirasi COVID-19, yang mendorong perilaku menentang protokol kesehatan (Khalil, Apsari, & Krisnani, 2021).

Contoh kedua adalah aksi nekat yang dilakukan seorang remaja yang menabrakkan dirinya ke sebuah truk yang melaju di daerah Bekasi, Jawa Barat. Korban itu ternyata terinspirasi konten “Challenge Malaikat Maut” yang pernah viral di TikTok. Konten tersebut berisikan aksi nekat para pesertanya untuk mengakhiri hidup dengan cara yang ekstrem. Konten seperti ini banyak dijumpai oleh remaja karena mereka sangat menyukai konten tantangan yang viral. Hal ini sangat berbahaya ketika remaja tidak bisa menyaring informasi yang mereka temui di media sosial (Erza & Rosini, 2018).

**e. Melukai diri sendiri**

Konten berbahaya yang paling jarang dijumpai oleh responden adalah “melukai diri sendiri”, yang sering dan sangat sering dijumpai oleh 21,1% responden. Konten jenis ini juga sering muncul lewat konten melukai diri sendiri yang bertemakan tantangan maupun yang mendorong pola makan yang tidak sehat (*eating disorder*).



Gambar 16.

**Pengalaman Responden Menjumpai Konten Melukai Diri Sendiri**

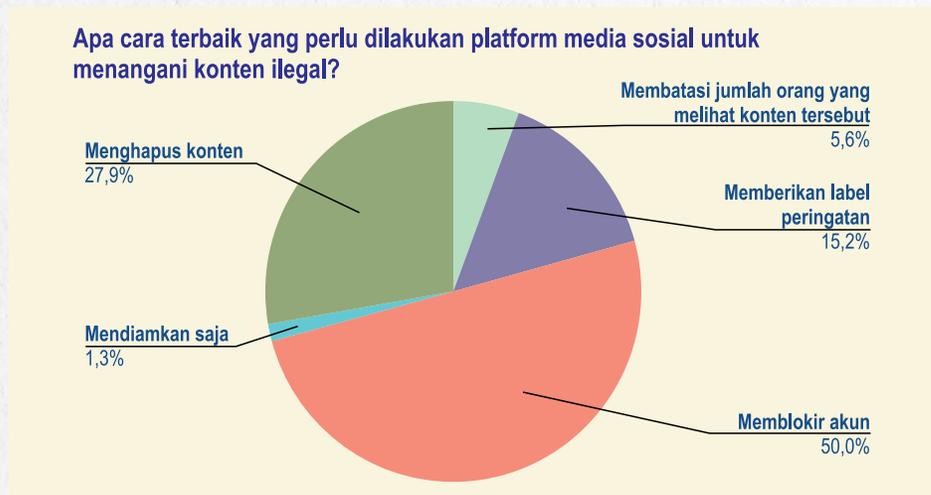
Konten yang melukai diri sendiri (*self-injury*) ini beragam seperti tantangan menekan dada sekeras mungkin hingga kejang-kejang dan pingsan dan mengukir nama di lengan dengan menggunakan *cutter* (Erza & Rosini, 2018). Untuk konten yang mendorong pola makan yang tidak sehat, Meta, misalnya, menyatakan bahwa mereka menghapus segala jenis konten yang “berfokus pada penggambaran penggambaran tulang rusuk, tulang selangka, celah paha, pinggul, perut cekung, atau tulang belakang atau tulang belikat

yang menonjol jika digunakan bersamaan dengan istilah yang terkait dengan gangguan makan” (Meta, 2023).

Selain konten berbahaya, muncul juga perdebatan tentang dampak media sosial terhadap kesehatan mental anak muda. Hal ini diungkapkan oleh mantan pegawai Facebook (Meta) yang menyatakan, sejak 2019 melalui riset mereka sendiri, mereka sudah mendapati temuan yang mengindikasikan bahwa Instagram memperburuk masalah *body image* yang sudah dimiliki oleh remaja perempuan. Riset internal itu menunjukkan, “32% remaja perempuan mengatakan ketika mereka merasa tidak nyaman dengan tubuh mereka, Instagram membuat perasaan itu semakin buruk” (Gayle, 2021).

### 3. Bagaimana Seharusnya Platform Menangani Konten Ilegal?

Mengenai cara terbaik yang bisa dilakukan platform untuk menangani konten ilegal, hasil survei menunjukkan, sebagian besar responden berpendapat bahwa memblokir akun adalah cara yang paling tepat (50%), diikuti dengan menghapus konten (27,9%), memberikan label peringatan (15,2%), membatasi jumlah orang yang dapat melihat akun tersebut (5,6%), dan mendiadakan saja (1,3%).



Gambar 17.

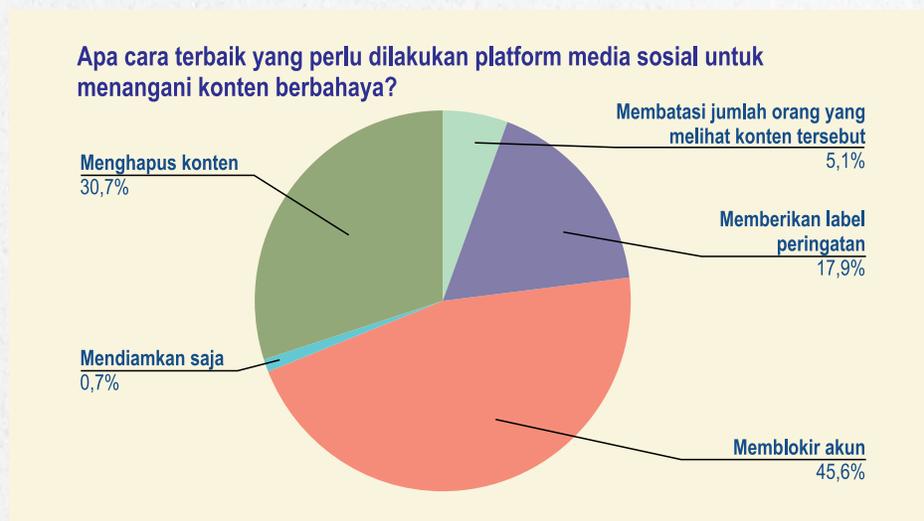
#### Cara Terbaik untuk Menangani Konten Ilegal

Beragam tindakan platform itu, mulai dari memberikan label peringatan hingga memblokir akun untuk sementara atau selamanya merupakan jenis-jenis

tindakan yang diambil platform dalam pengaturan konten ilegal dan berbahaya sebagaimana diidentifikasi oleh Singhal et al. (2022). Melalui studinya, Singhal juga mendokumentasikan bagaimana praktik pengaturan konten bersifat dinamis sesuai konteks yang terjadi, misalnya munculnya penggunaan label peringatan oleh Twitter untuk menandai misinformasi selama pemilihan Presiden AS 2020 dan pandemi COVID-19. Contoh lain adalah blokir permanen yang dilakukan oleh Twitter (sebelumnya hanya penghapusan konten) terhadap akun Donald Trump @realDonaldTrump pada awal Januari 2021 terkait penyerbuan massa pendukungnya ke Gedung Kongres AS (Twitter, 2021). Namun, usai akuisisi Twitter oleh Elon Musk, akun tersebut diaktifkan kembali oleh Twitter pada akhir 2022 (Milmo, 2022).

#### 4. Bagaimana Seharusnya Platform Menangani Konten Berbahaya?

Menurut responden, cara yang paling baik menangani konten berbahaya adalah dengan cara memblokir akun (45.6%) dan menghapus konten (30.7%) dan memberikan label peringatan (17.9%). Hanya sedikit yang memberikan pendapatnya untuk mendingkan saja terkait dengan konten-konten berbahaya.



Gambar 18.  
Cara Terbaik untuk Menangani Konten Berbahaya

“Pengaturan atau moderasi konten internet harus memenuhi dua doktrin hukum, yakni secara substansial dan prosedural. Secara substansial, penanganan konten berbahaya dapat merujuk pada aturan-aturan hak asasi manusia PBB. Secara prosedural, harus memenuhi tiga mekanisme uji, yakni (1) *prescribed by the Law*: ditentukan oleh aturan hukum yang jelas, tidak boleh melarang ekspresi tanpa dasar hukum yang jelas. (2) harus merefleksikan *legitimate aim*: memiliki legitimasi. (3) *proportionality and necessity*: bersifat proporsional, yaitu membatasi tetapi tidak membungkam. Dengan demikian, negara harus hadir untuk melindungi publik, tetapi tidak boleh melanggar kedua doktrin hukum tersebut.”

—Herlambang P. Wiratraman,  
Dosen Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada,  
25 Februari 2023.

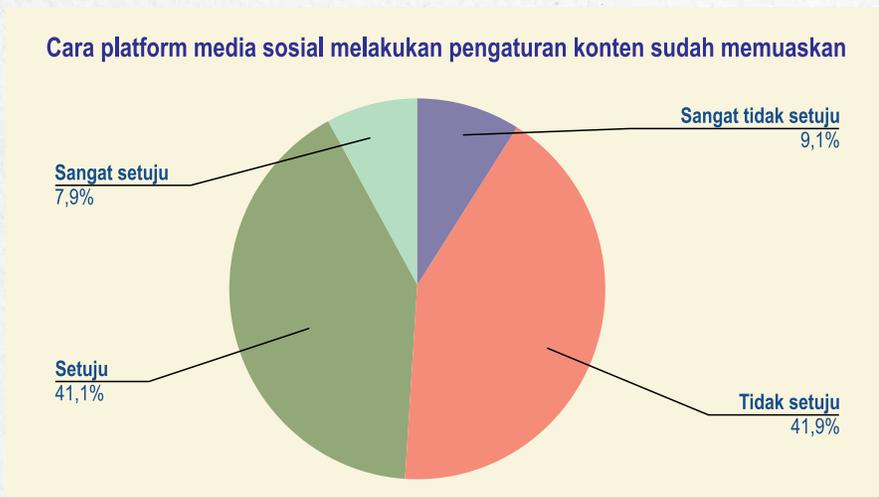
- *Prescribed by the Law* berkaitan dengan prinsip yang bisa diperkirakan. Tafsir atas prinsip ini menyangkut 4 hal:
  1. Tidak ada pembatasan atas HAM, kecuali dengan menegaskannya dalam hukum nasional yang berlaku secara umum yang konsisten dengan ICCPR (Kovenan Internasional tentang Hak-Hak Sipil dan Politik adalah sebuah perjanjian multilateral yang ditetapkan oleh Majelis Umum Perserikatan Bangsa-Bangsa) dan diberlakukan dalam kurun waktu terbatas;
  2. Hukum yang diterbitkan harus tidak dengan kesewenang-wenangan atau tanpa alasan yang dapat dipertanggungjawabkan;
  3. Aturan hukum yang ditujukan untuk membatasi harus jelas dan dapat diakses semua pihak;
  4. Pengaturan yang layak harus pula disediakan atau diatur dalam ketentuan tersebut, termasuk ketika ada kewajiban aturan yang sifatnya *abusive* dan *illegal* atau konsekuensi atas pelaksanaan pembatasan hak tersebut.Empat hal itu menjadi penting untuk diukur apakah regulasi yang akan dihadirkan memenuhi standar *Prescribed by the Law*.
- *Legitimated Aim* berarti pembatasan itu harus sesuai dengan tujuan, yaitu memenuhi salah satu tujuan yang tercantum dalam aturan tentang hak asasi manusia khususnya Pasal 19 ICCPR.

- *Necessary* atau *necessity* berkaitan dengan prinsip-prinsip kebutuhan dan proporsionalitas. Beberapa ketentuan, misalnya, (1) Apakah batasan yang diusulkan proporsional dengan tujuannya?, (2) Apakah ada kepentingan publik yang dirugikan?, (3) Apakah pembatasan tidak membahayakan hak itu sendiri?

## 5. Bagaimana Penilaian Responden terhadap Penanganan Konten Ilegal dan Berbahaya oleh Platform?

### a. Apakah cara platform melakukan pengaturan konten sudah memuaskan?

Mengenai kepuasan responden terhadap cara platform melakukan pengaturan konten, para responden terbagi secara seimbang antara responden yang menyatakan setuju dan yang tidak setuju bahwa pengaturan itu sudah memuaskan. Responden yang menyatakan setuju (41.5%) sedikit lebih rendah dibandingkan yang menyatakan tidak setuju (41.9%). Secara keseluruhan, responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju lebih besar (51%) dibandingkan dengan yang menyatakan setuju dan sangat setuju (49%).



Gambar 19.

### Cara Platform Melakukan Pengaturan Konten Sudah Memuaskan

“Berbagai usulan yang telah disampaikan oleh MAFINDO tidak mendapatkan tanggapan yang memadai dari platform. Berbagai usulan seperti transparansi algoritma hanya ditanggapi secara lisan. Padahal, mestinya, ada dialog yang lebih luas.”

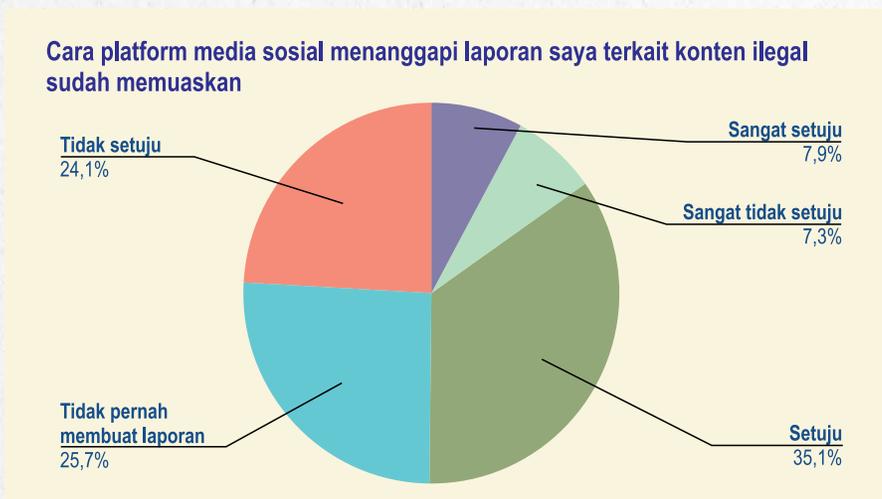
—Harry Sufehmi dari MAFINDO, organisasi pemeriksa fakta,  
23 Februari 2023.

“Respons platform terhadap laporan kami cenderung lamban atau tidak ditindak lanjuti sama sekali. Respons diberikan melalui admin mesin tanpa tindak lanjut yang berarti.”

—Yendra Budiana dari Ahmadiyah,  
kelompok minoritas keagamaan,  
23 Februari 2023.

**b. Apakah cara platform menanggapi laporan saya terkait konten ilegal sudah memuaskan?**

Berdasarkan persepsi responden yang pernah membuat aduan, persentase lebih besar sudah puas, yakni 35% responden menyatakan setuju dan 7.9% responden menyatakan sangat setuju.



Gambar 20.

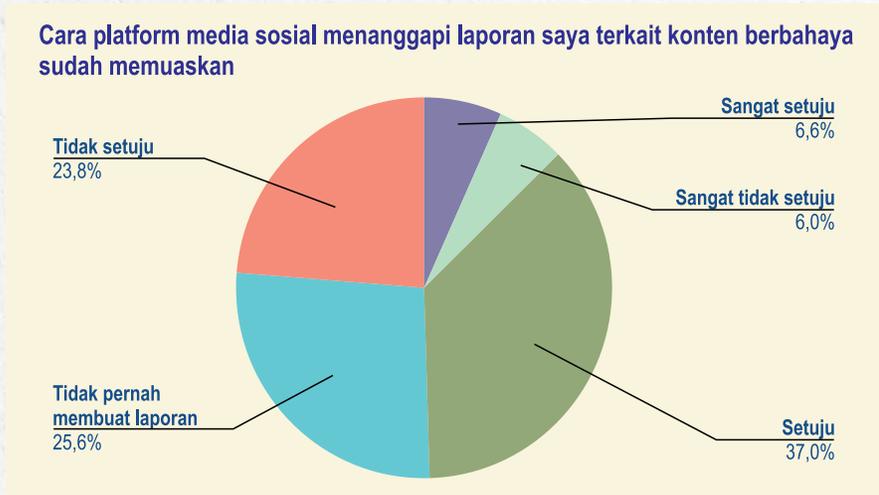
**Cara Platform Menanggapi Laporan Terkait Konten Ilegal Sudah Memuaskan**

Meskipun demikian, responden yang menyatakan tidak setuju juga masih tinggi (24.1% dan 7,3%). Ini menunjukkan bahwa cara platform menanggapi laporan pengguna (responden) masih jauh dari memuaskan. Jadi, menjadi tidak berlebihan jika dikatakan bahwa platform harus lebih baik dalam menangani pengaduan konten ilegal yang ada di platform mereka.

**c. Apakah cara platform menanggapi laporan saya terkait konten berbahaya sudah memuaskan?**

Menurut para responden yang pernah membuat aduan, persentase lebih besar menyatakan setuju (37%) dan sangat setuju (6.6%). Meski demikian, responden yang menyatakan tidak setuju juga masih tinggi (23.8% dan 6%). Ini

menunjukkan bahwa cara platform menanggapi laporan pengguna (responden) masih jauh dari memuaskan.



Gambar 21.

#### **Cara Platform Menanggapi Laporan Terkait Konten Berbahaya Sudah Memuaskan**

Secara umum, bisa dikatakan bahwa penanganan konten ilegal dan berbahaya oleh platform saat ini masih kurang memuaskan. Damar Juniarto dari SAFENet menyatakan ada tiga masalah utama terkait moderasi konten, yaitu:

1. Mekanisme pelaporan ada tapi belum efektif. Misalnya, jumlah *trusted partner* di Indonesia—organisasi yang menjadi mitra platform dalam mengenali konten ilegal dan berbahaya—jumlahnya tidak bertambah, padahal masalah yang ada terus bertambah. Jadi jumlah *trusted partner* atau *trusted flagger* di Indonesia perlu ditambah untuk membantu pelaporan konten bermasalah.
2. Transparansi belum terjamin terutama laporan pengaturan konten dari platform cenderung berbasis angka padahal yang dibutuhkan adalah pola-pola yang muncul sehingga cara mengatasinya jadi lebih mudah dilakukan.
3. Platform kurang responsif atau cepat dalam mengambil tindakan, misalnya terkait kasus kekerasan berbasis gender, sehingga memunculkan rasa frustrasi dari korban.

“Konten berbahaya yang paling urgen dimoderasi adalah konten yang bisa mengakibatkan hilangnya nyawa dan risiko lain yang nyata, yang tidak selalu hanya di ruang digital saja. Konten ini misalnya perundungan, kekerasan, dan membahayakan keselamatan publik.”

—**Damar Juniarto** dari SAFENet, organisasi yang memperjuangkan hak digital warga, 23 Februari 2023.

## 6. Bagaimana Harapan Responden terkait Pengaturan Konten Media Sosial?

Uraian pada bagian ini dilandaskan pada konsep transparansi pengaturan (moderasi) konten yang diuraikan oleh De Gregorio (2020), Pirkova (2022), dan Leong (2022). Tiga studi itu mengkaji bagaimana algoritma dan *artificial intelligence*, yang menjadi tulang punggung pengaturan konten oleh platform, sangat mempengaruhi arus informasi masyarakat. Karena itu, praktik pengaturan konten perlu transparan mengingat hak informasi warga, sebagai salah satu fondasi demokrasi, sangat dipengaruhi oleh praktik tersebut.

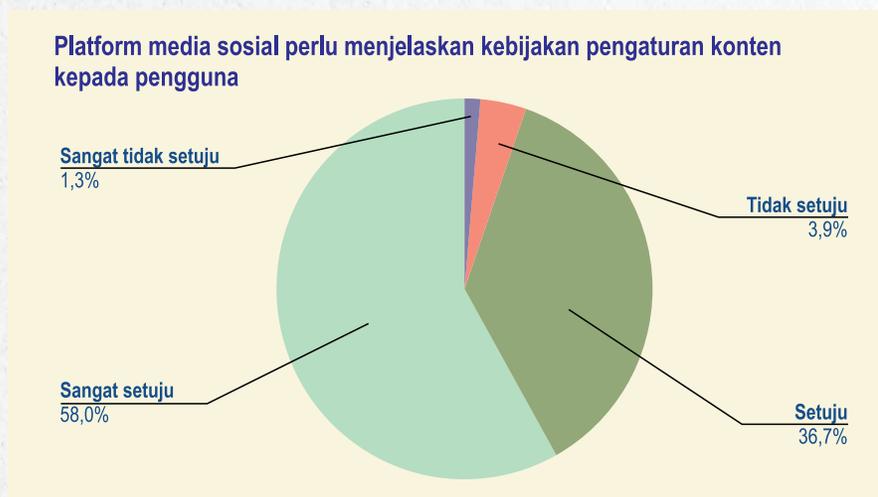
Selain itu, pentingnya transparansi dan akuntabilitas platform dalam melakukan pengaturan konten juga dinyatakan oleh Santa Clara Principles, seperangkat prinsip yang disusun oleh berbagai organisasi hak asasi, pengacara, dan akademisi untuk platform digital yang melakukan pengaturan konten. Sejak kali pertama disuarakan bersamaan dengan konferensi pengaturan konten di Santa Clara, California, pada 2018, prinsip-prinsip itu telah didukung oleh 12 perusahaan digital besar, termasuk Meta, Google, Apple, dan Twitter (Santa Clara Principles, 2023). Pada dasarnya, Santa Clara Principles menguraikan standar minimum yang harus dilakukan platform supaya bisa memberikan transparansi dan akuntabilitas terkait praktik pengaturan kontennya. Standar-standar ini juga bisa ditemui dalam Digital Services Act di Uni Eropa.

“Mayoritas platform meminta kita untuk langsung menyetujui *terms and conditions* yang mereka sajikan di awal. Mereka menggunakan tulisan panjang yang ukurannya sangat kecil dan bahasa yang sulit dipahami oleh banyak orang. Kemudian, kita tidak diberikan pilihan lain apabila tidak menyetujui beberapa opsi yang diberikan. Apakah kita harus selalu menyetujui 100% opsi yang mereka berikan? Karena itu, saya menganggap bahwa hubungan platform dengan pengguna adalah hubungan satu arah.”

—**Idha Saraswati**, dari PurpleCode Collective, organisasi nirlaba yang memperjuangkan hak-hak digital bagi perempuan dan gender minoritas, 1 Maret 2023.

**a. Platform perlu menjelaskan kebijakan pengaturan konten kepada pengguna**

Mayoritas responden (58% responden dan 36,7% responden) sepakat bahwa platform perlu menjelaskan kebijakan pengaturan konten kepada pengguna.



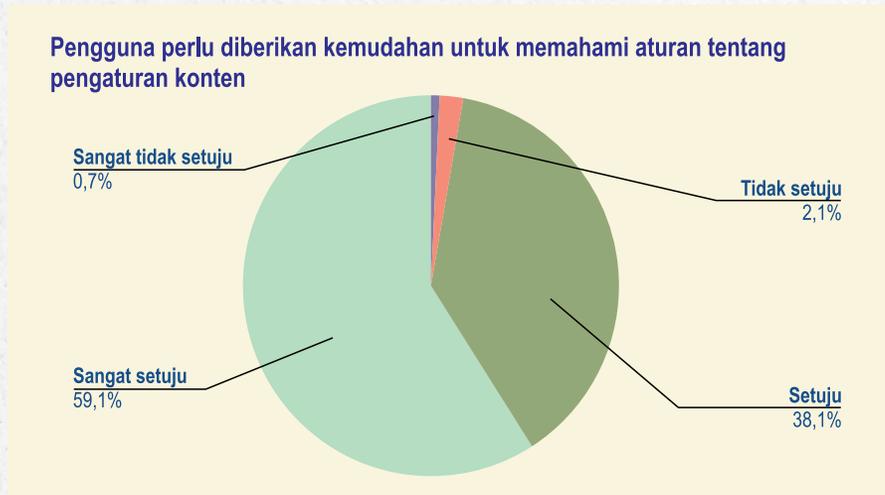
Gambar 22.

**Platform Perlu Menjelaskan Kebijakan Pengaturan Konten kepada Pengguna**

**b. Pengguna perlu diberikan kemudahan untuk memahami aturan tentang pengaturan konten**

Pernyataan Idha di atas selaras dengan keinginan mayoritas responden survei (59,1% dan 38,1%) bahwa pengguna perlu diberikan kemudahan untuk memahami aturan tentang pengaturan konten.

Sulitnya memahami “aturan main” pengaturan konten juga disampaikan oleh gugus tugas di Inggris untuk keamanan berinternet, UK Council for Internet Safety. Dalam risetnya, mereka meminta sekelompok anak untuk membaca Syarat dan Ketentuan di Instagram, tapi tak ada satu pun dari anak-anak itu yang bisa memahami dokumen legal yang levelnya “pasca sarjana” itu. Oleh karena itu, gugus tugas tersebut meminta pengacara untuk menerjemahkannya ke dalam bahasa Inggris sehari-hari. Temuan tersebut menjadi keprihatinan pemerintah Inggris mengingat sebanyak 56% anak berusia 12-15 tahun di Inggris memiliki akun Instagram (Roos, 2017).

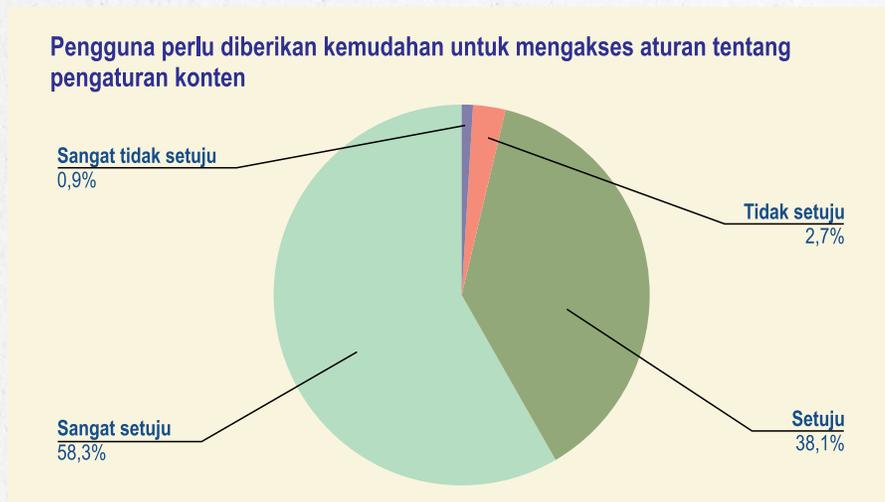


Gambar 23.

**Pengguna Perlu Diberikan Kemudahan untuk Memahami Aturan tentang Pengaturan Konten**

**c. Pengguna perlu diberikan kemudahan untuk mengakses aturan tentang pengaturan konten**

Tidak hanya memberikan kemudahan memahami isi, platform juga diharapkan memberikan kemudahan akses bagi pengguna, khususnya pengguna dari kelompok rentan seperti kelompok difabel.



Gambar 24.

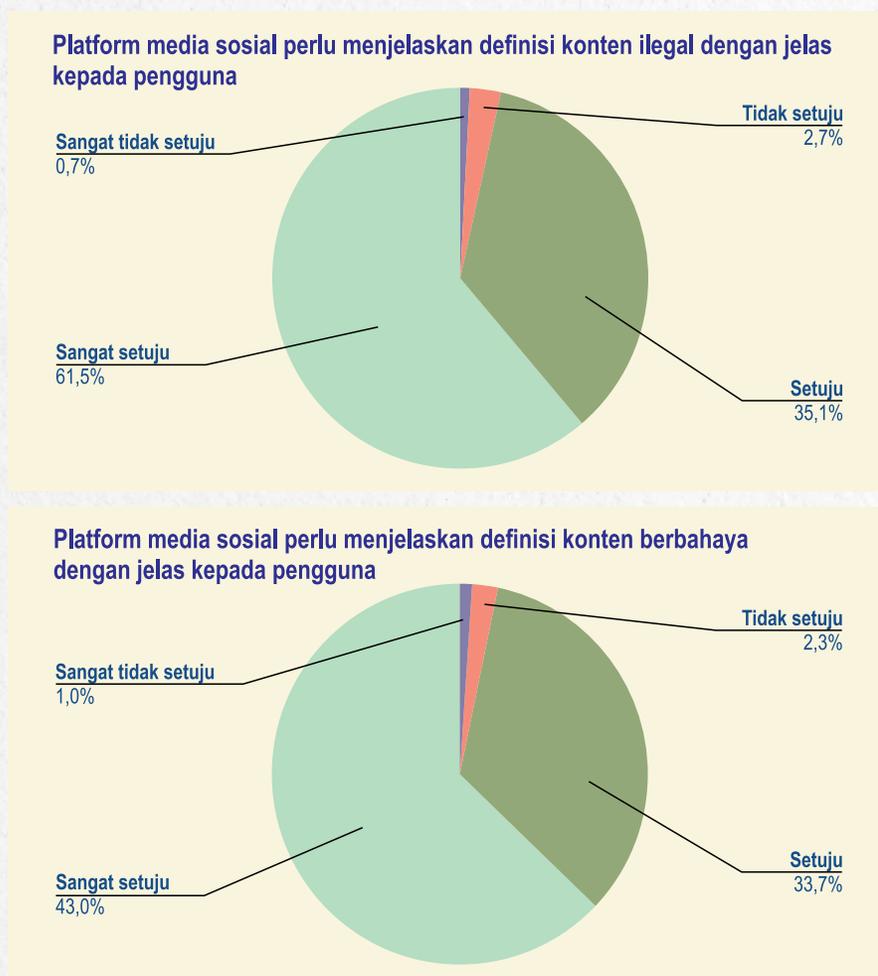
**Pengguna Perlu Diberikan Kemudahan untuk Mengakses Aturan tentang Pengaturan Konten**

“Saya menilai persoalan visibilitasnya. Menurut saya, *terms and conditions* yang tertera di platform kurang komunikatif, karena tidak nyaman dan sulit untuk dipahami oleh kelompok difabel dan lansia. Secara tidak langsung hal ini dapat merugikan kami.”

—Ajiwan Arief, Sasana Inklusi & Gerakan Advokasi Difabel (SIGAB) Yogyakarta, 3 Maret 2023.

**d. Platform perlu menjelaskan definisi konten ilegal dan konten berbahaya kepada pengguna**

Terkait erat dengan “aturan main” dalam pengaturan konten adalah pendefinisian konten ilegal dan berbahaya yang dijelaskan secara gamblang kepada pengguna platform.



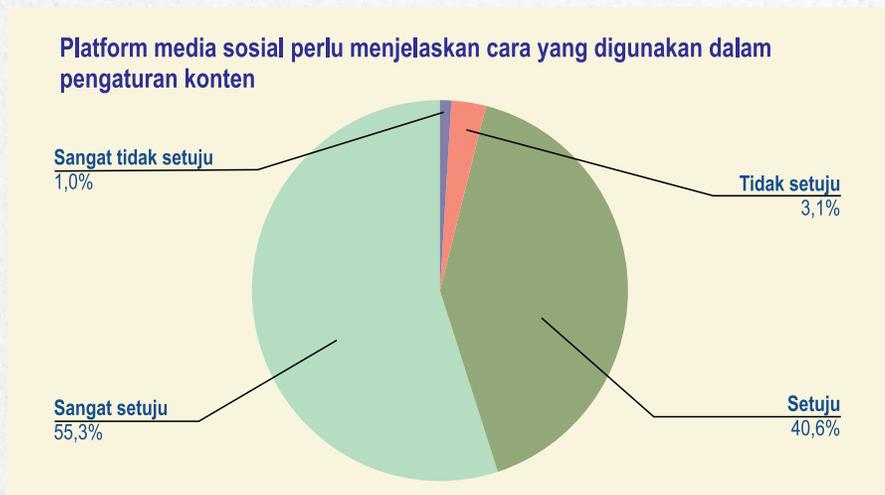
Gambar 25.

**Platform Perlu Menjelaskan Definisi Konten Ilegal dan Konten Berbahaya Kepada Pengguna**

Hasil survei menunjukkan, mayoritas responden menyatakan bahwa platform media sosial perlu menjelaskan definisi konten ilegal dan konten berbahaya kepada pengguna. Hal ini mengindikasikan definisi yang dipakai platform mengenai konten ilegal dan berbahaya masih belum sepenuhnya dipahami oleh pengguna.

Meski demikian, pendefinisian konten yang dilarang secara sempit pun belum tentu menjadi solusi. Definisi yang terlalu rinci terkait konten yang dilarang meninggalkan sedikit ruang untuk mempertimbangkan konteks, dan dapat tetap bermuara pada ketentuan yang juga represif, namun melalui jalur yang berbeda (Audrine & Setiawan, 2021). Hal ini dikarenakan praktik pengaturan atau moderasi konten merupakan tindakan yang subjektif (Singh, 2019).

- e. **Platform perlu menjelaskan cara yang digunakan dalam pengaturan konten**  
Mayoritas responden (55,3% dan 40%) menyatakan bahwa platform perlu menjelaskan cara yang digunakan dalam pengaturan konten.



Gambar 26.

### Platform Media Sosial Perlu Menjelaskan Cara yang Digunakan dalam Pengaturan Konten

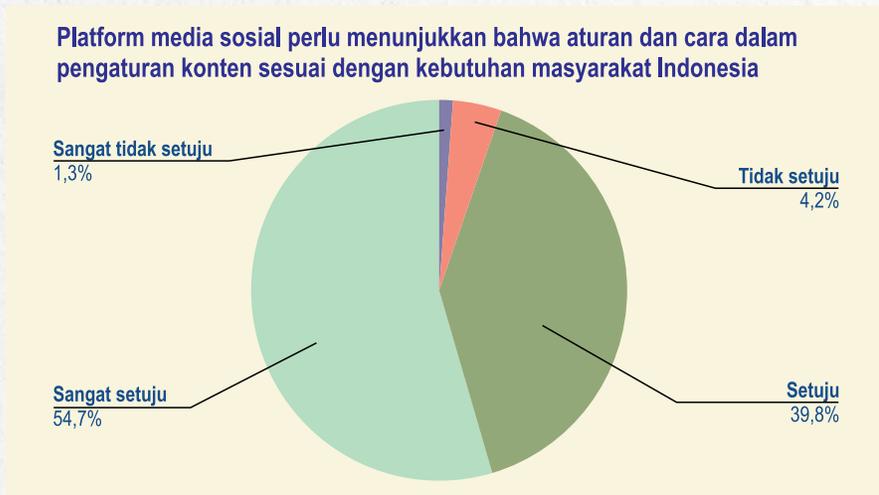
Selama ini, platform belum cukup transparan dalam melakukan pengaturan konten, terutama di Indonesia. Misalnya, belum ada informasi terbuka mengenai kapan pengaturan dilakukan oleh *artificial intelligence* dan kapan oleh manusia, lalu apakah platform mempekerjakan warga Indonesia sebagai moderator konten dan berapa jumlahnya atau siapa mereka.

Melalui wawancara, Harry Sufehmi dari MAFINDO, menyatakan bahwa persoalan paling sulit yang ditemukan dalam praktik pengaturan konten disebabkan oleh moderator yang berada di luar Indonesia, baik yang manusia maupun *artificial intelligence*.

Facebook menyatakan bahwa mereka menggunakan moderator manusia bersifat *outsourcing* melalui penyediaan dari pihak ketiga yang berpusat di India, Irlandia, dan Filipina. Dalam praktiknya, moderator manusia yang dimiliki Facebook hanya mampu memahami kurang lebih 50 bahasa di dunia, padahal Facebook menyediakan layanan untuk lebih dari 100 bahasa. Hal ini memperjelas bahwa jumlah moderator manusia perlu ditingkatkan (Barrett, 2020).

**f. Platform perlu menunjukkan bahwa aturan dan cara dalam pengaturan konten sesuai dengan kebutuhan masyarakat Indonesia**

Selanjutnya, hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas responden (54,7% dan 39,8%) menyatakan bahwa platform media sosial perlu menunjukkan bahwa aturan dan cara dalam pengaturan konten yang dipraktikannya sesuai dengan kebutuhan masyarakat Indonesia.



Gambar 27.

**Platform Perlu Menunjukkan Bahwa Aturan dan Cara dalam Pengaturan Konten Sesuai dengan Kebutuhan Masyarakat Indonesia**

Kontekstualisasi pengaturan konten dengan norma dan budaya lokal memang menjadi tantangan besar bagi platform yang bekerja secara global. Sudut pandang ini disampaikan oleh Danny Ardianto, Head of Government

Affairs and Public Policy di YouTube Indonesia, dalam peluncuran Koalisi Damai (Demokratisasi dan Moderasi Ruang Digital Indonesia) pada Februari 2023. Ia mengatakan, pengguna platform global ada di banyak negara, sehingga praktik (moderasi) konten pun perlu disesuaikan dengan konteks masing-masing negara (SAFENet Voice, 2023).

Sementara itu, penelitian *Content Moderation and Local Stakeholders in Indonesia* oleh Article 19 (2022) menunjukkan bahwa platform media sosial belum melakukan praktik pengaturan konten berdasarkan konteks masyarakat Indonesia. Hal inilah yang menjadi kendala bagi para pengguna media sosial — ketika mereka melaporkan suatu konten yang mereka anggap ilegal, platform justru melihat konten tersebut “masuk ke dalam wilayah abu-abu” yang tidak perlu ditindak. Perbedaan pemahaman mengenai konten yang dianggap ilegal dan berbahaya pun dialami platform dan pemerintah yang membuat pemerintah secara teratur menyampaikan aduan konten kepada platform.

“Kendala utama yang dihadapi Kementerian Kominfo dalam melakukan pengaturan konten ilegal adalah perbedaan persepsi atau pandangan antara Kementerian Kominfo dan platform. Perlu ada penyamaan persepsi tentang hal ini. Kami melihat, perbedaan pandangan ini disebabkan oleh kurang pahaminya platform terhadap konteks sosial dan budaya lokal. Platform perlu lebih banyak melibatkan orang lokal agar memahami konteks budaya lokal dalam penanganan konten di Indonesia.”

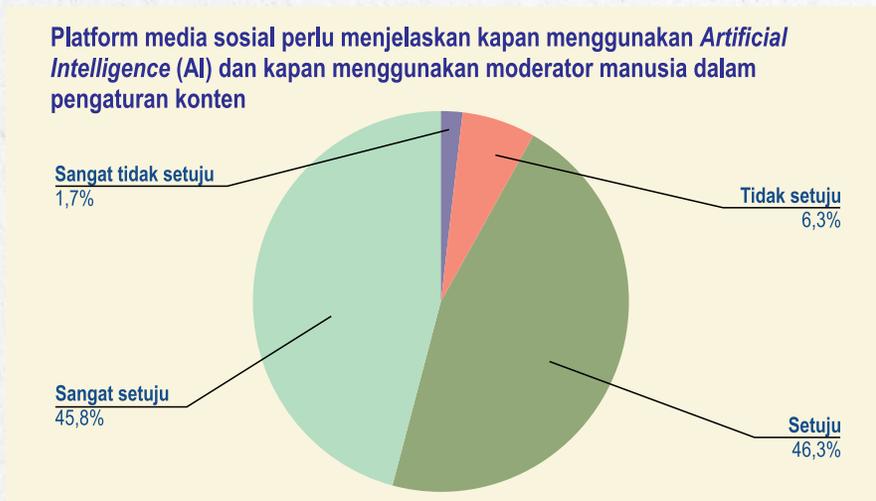
—Semuel Abrijani Pangerapan, Direktur Jenderal Aplikasi Informatika  
Kementerian Kominfo, 7 Maret 2023.

Karena itu, perlu ada diskusi bersama antara platform global yang beroperasi di Indonesia dan pemangku kepentingan di Indonesia untuk mencari solusi terkait konteks sosial budaya ini.

**g. Platform perlu menjelaskan kapan menggunakan *artificial intelligence* (AI) dan kapan menggunakan moderator manusia dalam pengaturan konten**

Temuan riset menampilkan mayoritas responden (46,3% dan 45,8%) menyatakan bahwa platform media sosial perlu menjelaskan kapan menggunakan *artificial intelligence* (AI) dan kapan menggunakan moderator manusia dalam pengaturan konten.

Kelemahan *artificial intelligence* (AI) dalam pengaturan konten oleh platform ditunjukkan oleh hasil riset Gillespie (2020), yang menyatakan kehadiran AI sesungguhnya tidak bisa untuk mengganti keberadaan manusia,



Gambar 28.

**Platform Perlu Menjelaskan Kapan Menggunakan *Artificial Intelligence (AI)* dan Kapan Menggunakan Moderator Manusia dalam Pengaturan Konten**

tetapi untuk mendukungnya. Kelebihan AI yaitu dapat menyajikan data kontekstual terkait pelanggaran tertentu, tetapi seberapa besar dampak yang diberikan hanya bisa dinilai oleh moderator manusia dikarenakan mereka lebih peka terhadap keragaman norma di kehidupan. Selain itu, AI juga dirancang untuk mengidentifikasi konten mengerikan atau bersifat melukai untuk melindungi moderator manusia. Sayangnya, AI mengalami kesulitan untuk memperhitungkan konteks, sarkasme, dan makna kultural (Duarte et al., 2017).

Hal senada disampaikan oleh anggota Komisi I DPR RI, Junico BP Siahaan, terkait pengawasan konten yang dilakukan oleh pemerintah. Ia mengatakan pengawasan yang berlangsung di War Room milik Kominfo dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan AI dan moderator manusia. Ia mengatakan keduanya memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing.

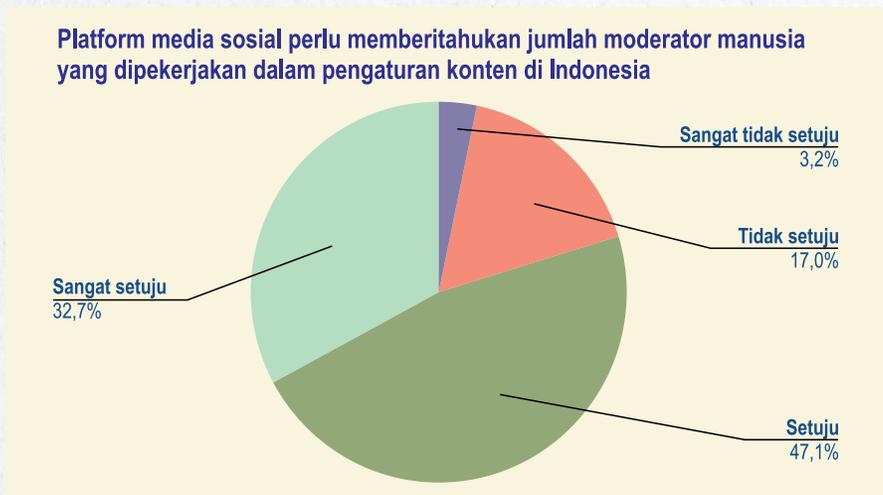
“AI efektif tapi punya tantangan besar mengenali konten-konten sumir seperti hoaks dan ujaran kebencian, termasuk dalam bahasa-bahasa daerah. Ini tantangannya besar karena moderator manusia butuh sumber daya yang banyak.”

--Junico BP Siahaan, anggota Komisi I DPR RI,  
2 Maret 2023.

Contoh menarik hadir dari tahun 2020 saat pandemi COVID-19 melanda. Saat itu, banyak platform media sosial yang bergantung pada AI untuk membuat keputusan tentang konten yang melanggar kebijakan platform. YouTube menginformasikan penggunanya bahwa mereka akan menggunakan sistem otomatis untuk menghapus beberapa konten tanpa tinjauan manusia. Secara keseluruhan, dari April–Juni 2020, terdapat sekitar 11 juta video YouTube yang dihapus. Sebanyak 320.000 video dari praktik penghapusan ini mengajukan banding, dan setengah di antaranya kemudian dipulihkan. Hal ini menunjukkan kekuatan AI yang mampu menghapus secara cepat, tapi kurang akurat dibanding manusia. Pada akhirnya, YouTube tetap mempekerjakan moderator manusia untuk memastikan akurasi dalam praktik penghapusan (Pure Moderation, 2020).

**h. Platform perlu memberitahukan jumlah moderator manusia yang dipekerjakan dalam pengaturan konten di Indonesia**

Terdapat 47,1% dan 32,7% responden yang menyatakan platform media sosial perlu memberitahukan jumlah moderator manusia yang dipekerjakan. Langkah ini tentu dapat memberikan informasi yang jelas kepada pengguna terkait kapasitas platform dalam menangani konten ilegal dan berbahaya secara lebih akurat.



Gambar 29.

**Platform Perlu Memberitahukan Jumlah Moderator Manusia yang Dipekerjakan dalam Pengaturan Konten di Indonesia**

Berdasarkan temuan wawancara, Yendra Budiana dari Ahmadiyah mengatakan bahwa respons platform atas laporan yang mereka ajukan cenderung lamban atau tidak ditindaklanjuti sama sekali. “Platform hanya menanggapi laporan yang kami ajukan melalui *bots* yang menjawab secara otomatis,” kata Yendra.

Pengalaman lain datang dari Oviani Fathul Jannah, ECPAT Indonesia, ketika mendampingi seorang anak yang menjadi korban kekerasan seksual secara daring.

“Ada seorang anak yang bercerita bahwa foto seksi dirinya disebar oleh pacarnya, dan ia menghubungi ECPAT, lalu kami langsung melaporkan ke Twitter. Tidak sampai sehari, akun yang menyebarkan langsung ditangguhkan. Tanggapan kami direspons secara cepat dikarenakan kami sudah menjadi *trusted partner* mereka (Twitter).”

—Oviani Fathul Jannah, ECPAT Indonesia,  
25 Februari 2023.

Sasmito Madrim, Ketua AJI Indonesia sekaligus pengguna yang akun Facebook pernah diretas, menceritakan bahwa akun miliknya dapat kembali digunakan akibat dirinya dibantu langsung oleh orang yang ia kenal.

“Saya beruntung akun Facebook saya bisa kembali pulih. Hal ini terjadi karena saya memiliki kenalan pribadi dengan orang di jaringan Meta. Bayangkan jika ratusan korban *hacking* atau disinformasi tidak kenal dengan pengelola platform?”

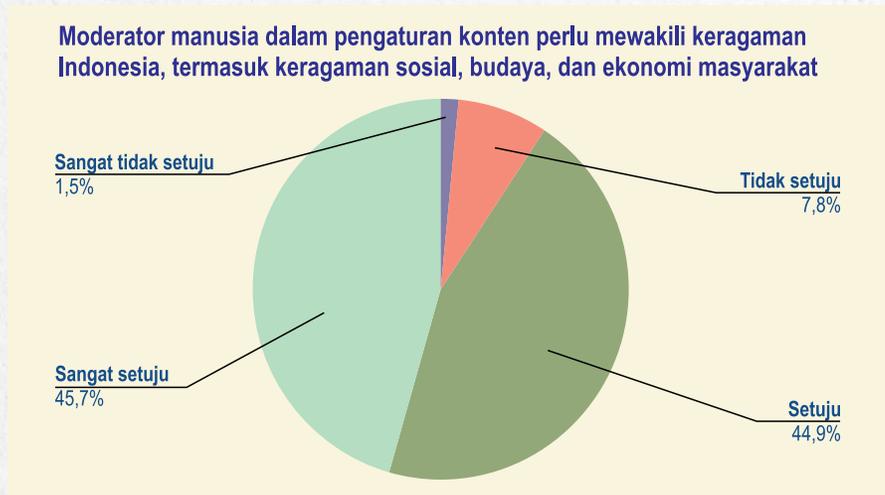
—Sasmito Madrim, Ketua AJI Indonesia dan individu  
yang pernah memiliki masalah dengan  
pengaturan konten, 26 Februari 2023.

Dari kedua pengalaman narasumber di atas, terlihat bahwa platform cenderung mempercayai dan merespons lebih cepat laporan dari pihak yang memiliki afiliasi dengan mereka. Tidak semua organisasi atau komunitas yang berada di Indonesia dapat menjadi *trusted partner* atau *trusted flagger* dari sebuah platform. Oviani Fathul Jannah menceritakan bahwa ECPAT Indonesia harus melakukan serangkaian kerja sama dengan pihak platform sebelum dipercaya sebagai *trusted partner*.

Praktik pengaturan konten yang dilakukan oleh Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, dan Google berlangsung dengan adanya bantuan dari

pihak ketiga, seperti Accenture, Cognizant, Genpact, Majorel, Competence Call Center, dan lain-lain. Saat ini, secara global, Facebook mempekerjakan 15.000 moderator manusia secara langsung dan tidak langsung (Koetsier, 2020), masing-masing YouTube dan Google mempekerjakan sebanyak 10.000 orang moderator (Newton, 2019), dan Twitter sebagai perusahaan yang lebih kecil telah memiliki 1.500 moderator manusia (Business Line, 2020). Namun, jumlah moderator manusia yang bekerja untuk melayani penggunaan di Indonesia belum diungkap.

- i. **Moderator manusia dalam pengaturan konten perlu mewakili keragaman Indonesia, termasuk keragaman sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat**  
Permasalahan lain yang muncul terkait moderator manusia ialah terkait keterwakilan keragaman. 45,7% responden sangat setuju dan 44,9% responden setuju bila moderator manusia dalam pengaturan konten perlu mewakili keragaman Indonesia. Keberagaman Indonesia tidak hanya terlihat dari konteks sosial, budaya, dan ekonomi, tetapi juga penggunaan bahasa.



Gambar 30.

**Moderator Manusia dalam Pengaturan Konten Perlu Mewakili Keragaman Indonesia, Termasuk Keragaman Sosial, Budaya, dan Ekonomi Masyarakat**

Menurut Seitani (Wood, 2020), tingkat keragaman yang tinggi, representasi yang memadai, dan praktik yang disepakati bersama adalah cara terbaik untuk mengatur konten yang diunggah oleh publik yang beragam. Menurutnya, pengaturan (moderasi) konten butuh kolaborasi organisasi-

organisasi lintas sektor sosial-ekonomi untuk menghasilkan sebuah kode atau praktik, yang nantinya dapat digunakan oleh platform secara kolektif untuk mengatasi tantangan pengaturan konten (Wood, 2020).

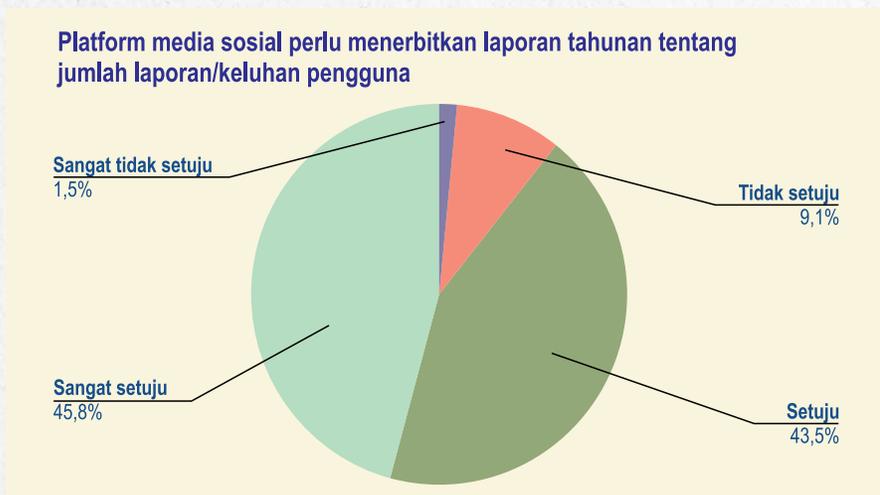
Oviani Fathul Jannah dari ECPAT Indonesia mengatakan bahwa dirinya baru mengetahui bahwa moderator manusia yang dipekerjakan oleh platform tidak harus memiliki perspektif tertentu.

“Melalui konferensi global “Internet for Trust” kemarin, saya juga baru mengetahui bahwa moderator manusia yang direkrut dan dipekerjakan oleh platform tidak harus memiliki spesialisasi tentang isu. Mereka juga tidak di-*training* terlebih dahulu. Hal ini membuktikan bahwa sumber daya yang disediakan juga belum bagus.”

—Oviani Fathul Jannah, dari ECPAT Indonesia,  
25 Februari 2023.

Selain itu, temuan riset oleh Center for Digital Society (CfDS) Universitas Gadjah Mada (Rahman et al., 2022) menunjukkan, moderasi konten otomatis oleh AI dapat membuat keputusan yang tidak efektif—bahkan berbahaya—jika digunakan tanpa pertimbangan sensitif terhadap perbedaan sosial, budaya, dan politik di seluruh dunia.

**j. Platform perlu menerbitkan laporan tahunan tentang jumlah laporan atau aduan pengguna**



Gambar 31.

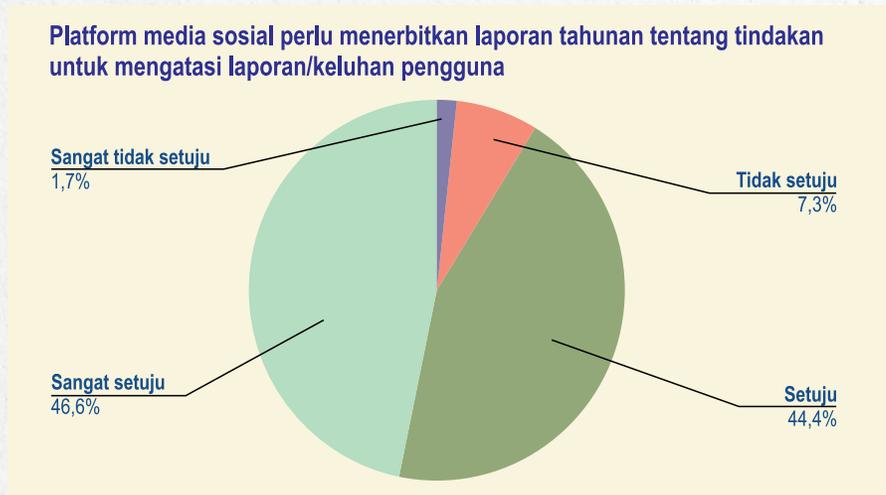
**Platform Perlu Menerbitkan Laporan Tahunan tentang Jumlah Laporan atau Keluhan Pengguna**

Sebagai upaya untuk menghadirkan transparansi dan akuntabilitas, platform media sosial perlu menerbitkan laporan tahunan tentang jumlah laporan atau aduan dari pengguna. Mayoritas responden (45,8% dan 43,5%) menyatakan setuju bila platform harus menyediakan laporan tahunan tersebut.

Menurut De Gregorio (2020), Pirkova (2022), dan Leong (2022), platform media sosial harus bertindak adil, akuntabel, dan transparan dalam melakukan pengaturan konten, termasuk menjelaskan pengambilan keputusan oleh algoritma yang mereka pakai. Salah satu indikator transparansi itu adalah laporan tahunan dari platform tentang jumlah laporan atau aduan yang mereka terima dari pengguna dan bagaimana platform menyikapinya.

**k. Platform perlu menerbitkan laporan tahunan tentang tindakan untuk mengatasi laporan atau aduan pengguna**

Data menunjukkan bahwa mayoritas responden (46,6% dan 44,4%) sepakat bila platform perlu menerbitkan laporan tahunan tentang tindakan yang telah mereka ambil untuk menanggapi laporan atau aduan pengguna.



Gambar 32.

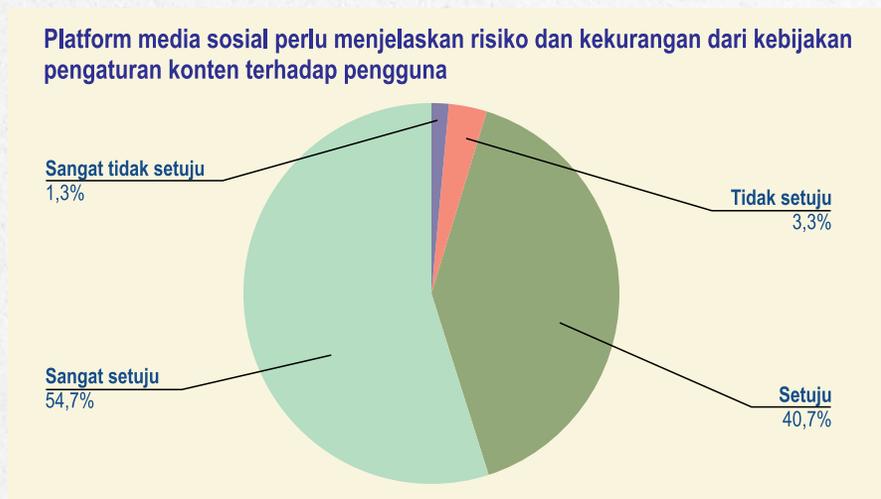
**Platform Perlu Menerbitkan Laporan Tahunan tentang Tindakan untuk Mengatasi Laporan atau Keluhan Pengguna**

Laporan dari platform ini sebaiknya tidak hanya memuat set data (data regional, demografik) dan tindakan yang telah dilakukan, tetapi juga data mengenai tingkat akurasi penghapusan konten yang dilakukan oleh moderator manusia dan AI, termasuk informasi mengenai presisi dan *recall*

*metrics* (penghitungan jumlah prediksi positif) dari suatu konten (Bradford et al., 2019).

**I. Platform perlu menjelaskan risiko dan kekurangan dari kebijakan pengaturan konten terhadap pengguna**

Penjelasan mengenai risiko dan kekurangan dari kebijakan konten terhadap pengguna juga diharapkan dapat dijelaskan dengan jelas oleh platform media sosial. Mayoritas responden (54,7% dan 40,7%) menyetujui bahwa transparansi platform mengenai risiko dan kekurangan dari kebijakan moderasi kontennya penting.



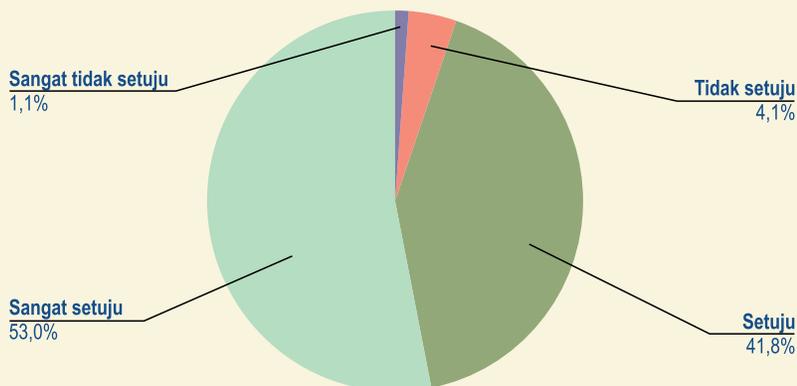
Gambar 33.

**Platform Perlu Menjelaskan Risiko dan Kekurangan dari Kebijakan Pengaturan Konten terhadap Pengguna**

**m. Platform perlu menjelaskan langkah-langkah yang mereka tempuh untuk mengurangi risiko dan menanggulangi kekurangan dari kebijakan pengaturan konten terhadap pengguna**

Selanjutnya, mayoritas responden (53% dan 41,8%) mendukung perlunya platform menjelaskan langkah yang mereka gunakan untuk menanggulangi kekurangan dari kebijakan pengaturan konten.

Platform media sosial perlu menjelaskan langkah-langkah yang mereka tempuh untuk mengurangi risiko dan menanggulangi kekurangan dari kebijakan pengaturan konten terhadap pengguna



Gambar 34.

**Platform Perlu Menjelaskan Langkah-Langkah yang Mereka Tempuh untuk Mengurangi Risiko dan Menanggulangi Kekurangan dari Kebijakan Pengaturan Konten terhadap Pengguna**

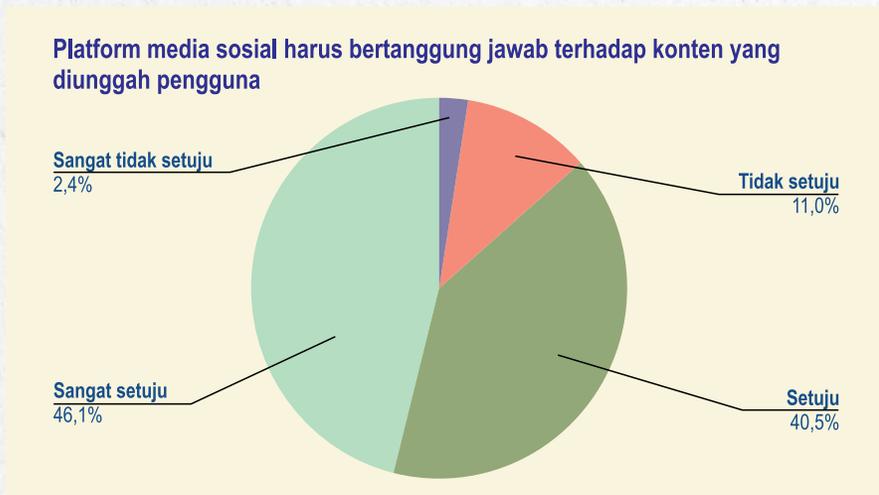
Menurut Damar Juniarto dari SAFEnet, mekanisme pelaporan yang ada tetapi belum efektif menjadi problematika tersendiri.

“Model moderasi konten yang disiapkan oleh platform di atas kertas sudah bagus, tetapi pelaksanaannya jauh dari kata cukup, terutama terkait transparansi. Kemudian di dalam laporan yang mereka (platform) buat, yang cenderung muncul adalah laporan berbasis angka, padahal yang dibutuhkan adalah pola-pola konten ilegal dan berbahaya sehingga kita akan lebih mengetahui bagaimana cara yang dapat dilakukan untuk mengatasinya.”

—Damar Juniarto dari SAFEnet, organisasi yang memperjuangkan hak digital warga, 23 Februari 2023.

**n. Platform harus bertanggung jawab terhadap konten yang diunggah pengguna**

Melalui survei yang dilakukan, ditemukan 46,1% responden sangat menyetujui dan 40,6% responden menyetujui bila platform media sosial harus bertanggung jawab terhadap konten yang diunggah pengguna.



Gambar 35.

**Platform Harus Bertanggung Jawab terhadap Konten yang Diunggah Pengguna**

Tanggung jawab platform atas konten yang diunggah pengguna menjadi perdebatan di banyak negara dikarenakan spektrum yang luas, yaitu mulai dari hal yang menjadi lingkup tanggung jawab platform (*responsibility*) dan konsekuensi yang dibebankan kepada platform jika terjadi kegagalan memenuhi tanggung jawab (*liability*).

Secara umum, rezim liabilitas platform yang berlaku di berbagai negara dapat dikelompokkan menjadi empat, yaitu (1) model liabilitas ketat (*strict liability*), di mana platform bertanggung jawab penuh atas konten pihak ketiga; (2) model *knowledge-based liability*, di mana platform dibebaskan dari sanksi kecuali ia mengetahui adanya konten ilegal di layanannya dan gagal untuk menindaknya; (3) model *fault-based liability*, di mana platform dapat dikenakan sanksi jika dianggap gagal melakukan pencegahan atas penyebaran konten yang melanggar; dan (4) model imunitas luas (*broad immunity from liability*) (Frosio, 2021).

Sementara itu, organisasi dan kelompok yang memperjuangkan pemenuhan hak-hak digital mengadvokasi sebuah model di mana platform perantara tidak dapat dianggap bertanggung jawab secara hukum atas konten yang dibuat pihak ketiga maupun dimintai pertanggungjawaban tanpa adanya keputusan dari pengadilan. Aspirasi mengenai model ini tertuang dalam Manila Principles on Intermediary Liability.

Di Amerika Serikat, yang rezim liabilitasnya sejalan dengan model *broad immunity*, tanggung jawab atau liabilitas hukum platform media sosial terkait konten yang diunggah penggunanya telah lama menjadi perdebatan, terutama pada 2020, saat CEO Facebook (Meta), Mark Zuckerberg, dipanggil Kongres AS terkait penyebaran misinformasi dan ujaran kebencian di Facebook (Canales, 2020).

Dalam diskusi tersebut, muncul wacana merevisi Section 230 dalam Communications Decency Act di AS, yang memberikan imunitas kepada platform media sosial dari liabilitas hukum sehingga mereka tidak bisa dituntut atas konten yang diunggah pengguna. Dengan demikian, menurut undang-undang di AS itu, platform media sosial tidak bisa diberlakukan sama dengan penerbit berita, yang bisa dituntut atas konten yang mereka terbitkan. Meski demikian, ada konten pengguna yang karenanya platform bisa dituntut secara hukum, yaitu pelanggaran hak cipta, hukum kriminal Federal AS, dan perdagangan seks anak atau secara paksa (Brannon, 2019).

### **Perdebatan tentang liabilitas platform media sosial dalam hukum AS**

Communications Decency Act (1996) di AS muncul pada era ketika internet masih bayi, dan Section 230 di dalamnya dimaksudkan untuk mendorong perkembangan perusahaan internet. Namun, perusahaan internet kini telah menjadi sangat besar dan kuat. Bahkan, Jaksa Agung AS menyatakan, “perusahaan teknologi bukan lagi perusahaan kecil di posisi lemah. Mereka telah menjadi perusahaan besar sehingga mempertanyakan imunitas dari Section 230 merupakan hal yang valid, setidaknya dalam bentuknya saat ini” (Bose & Satter, 2020). Menanggapi rencana revisi itu, Mark Zuckerberg menyatakan persetujuannya bahwa perlu ada liabilitas hukum untuk platform media sosial terkait “sebagian” konten unggahan pengguna, tapi menolak jika platform media sosial dianggap sepenuhnya sama dengan penerbit berita, yang harus bertanggung jawab secara hukum untuk seluruh konten yang diunggah pengguna. Hingga saat ini, proses revisi masih berlanjut, dengan Presiden Joe Biden mendorong Kongres untuk segera menyelesaikan revisi itu (Morrison, 2023).

Terkait proses identifikasi konten ilegal dan berbahaya oleh platform, pada dasarnya ada dua jalur. Pertama, mekanisme internal platform untuk menemukan konten ilegal dan berbahaya, yang mereka lakukan dengan

bantuan *machine learning* atau AI. Kedua, platform menerima laporan dari pihak eksternal, yaitu pemerintah, masyarakat, dan pelapor tepercaya (*trusted flagger*) yaitu organisasi yang menjadi mitra platform dalam menandai konten ilegal dan berbahaya, seperti ECPAT Indonesia yang telah menjadi *trusted partner* bagi Twitter.

Di Indonesia saat ini sudah ada ketentuan perundang-undangan<sup>4</sup> mengenai kewajiban platform terhadap laporan yang mereka terima dari Kementerian Kominfo, yaitu platform harus bertindak maksimal 4 jam untuk laporan konten ilegal mendesak dan maksimal 24 jam untuk konten ilegal tidak mendesak (pemerintah tidak menggunakan istilah konten berbahaya). Sumber pelaporan Kementerian Kominfo itu berasal proses patroli siber yang mereka lakukan sendiri maupun dari laporan pihak eksternal (seperti masyarakat). Akan tetapi, belum ada peraturan perundang-undangan di Indonesia yang mengatur kewajiban platform terkait laporan yang mereka terima dari masyarakat dan pelapor tepercaya.

Di Uni Eropa, Digital Services Act mengatur proses dan sistem kerja yang harus disiapkan oleh platform terkait aduan yang mereka terima dari pihak eksternal, sehingga platform bisa menanggapi secara cepat dan transparan, terutama aduan dari *trusted flagger*. Meski demikian, UU itu tidak menyebutkan jangka waktu spesifik yang harus ditempuh oleh platform dalam menindak konten yang diadukan (Pugalia & Lalani, 2022).

**o. Platform perlu melakukan edukasi tentang pengaturan konten kepada masyarakat Indonesia**

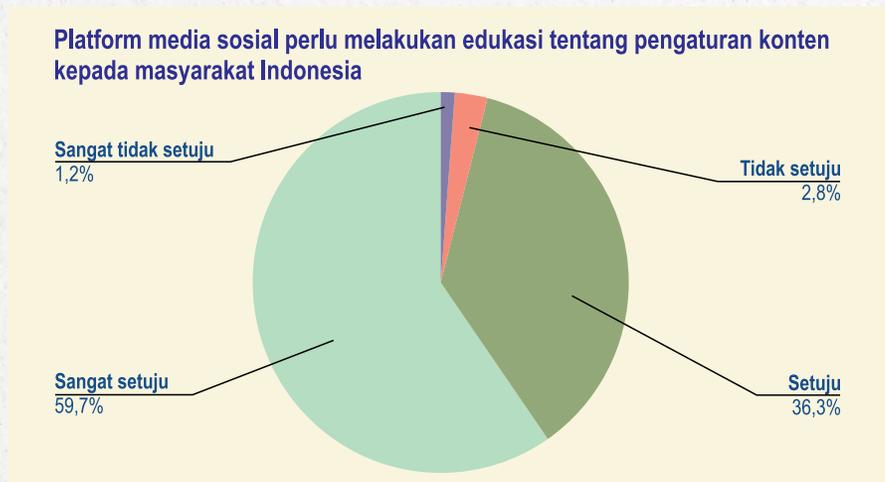
Mayoritas responden (59,7% dan 36,3%) menyatakan bahwa platform perlu melakukan edukasi kepada masyarakat Indonesia terkait pengaturan konten.

Banyak riset menunjukkan, cara terbaik untuk mencegah penyebaran konten ilegal dan berbahaya adalah edukasi, yang merupakan sebuah proses yang tidak sebentar, sehingga hasilnya tidak dapat terlihat dalam waktu singkat (Monggilo et al., 2021).

Edukasi ini perlu dilakukan terus menerus oleh berbagai pihak, terutama negara dan platform, baik melalui jalur informal maupun formal (kurikulum sekolah). Materi edukasinya mencakup materi khusus mengenai beragam aspek pengaturan konten maupun materi umum mengenai literasi digital.

---

<sup>4</sup> Uraian lengkap tentang hal ini ada di bagian bawah, tentang Siapa yang Seharusnya Menentukan Suatu Konten Perlu Ditandai atau Dihapus?

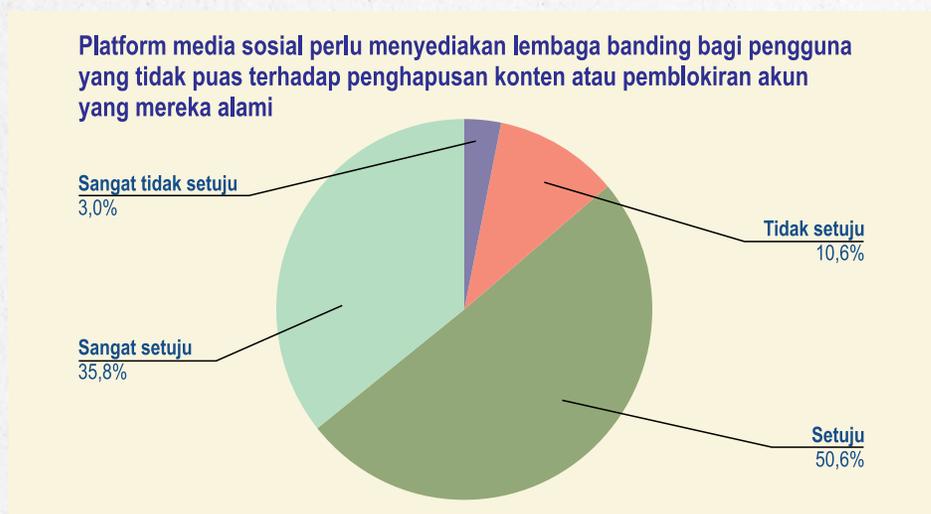


Gambar 36.

**Platform Perlu Melakukan Edukasi tentang Pengaturan Konten Kepada Masyarakat Indonesia**

**7. Apakah Perlu Lembaga Banding bagi Pengguna Platform?**

Mengingat keterbatasan platform dalam menilai ragam konten ilegal dan berbahaya, regulasi di Uni Eropa, misalnya, melalui Digital Services Act, mewajibkan platform besar (dengan jangkauan lebih dari 10% populasi Uni Eropa) menyediakan mekanisme banding di luar pengadilan bagi pengguna yang tidak puas dengan keputusan pengaturan konten. Dengan demikian, pengguna



Gambar 37.

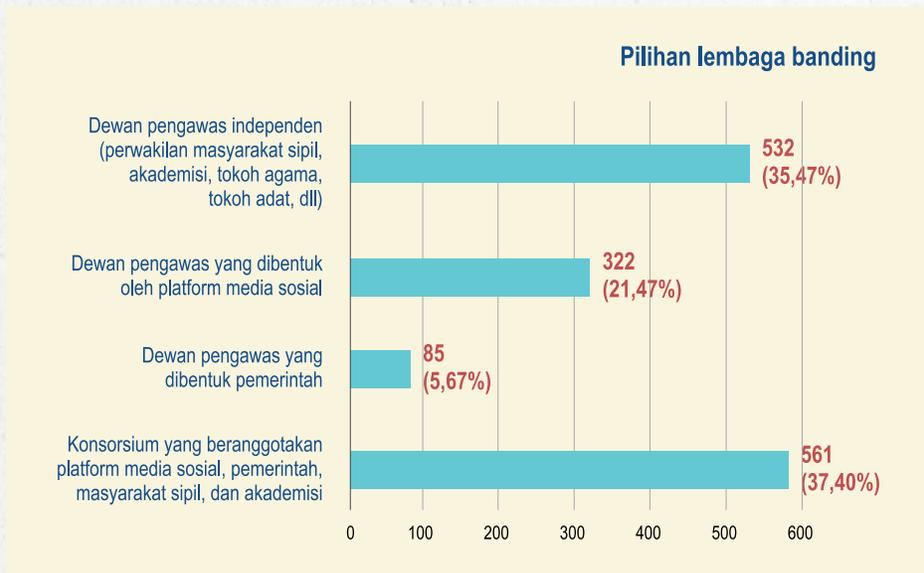
**Keberadaan Lembaga Banding bagi Pengguna yang Tidak Puas terhadap Pengaturan Konten**

dapat mempertanyakan alasan atau landasan keputusan platform jika platform menghapus konten yang diunggahnya.

Mayoritas responden (50,6% dan 35,8%) mendukung perlunya platform menyediakan lembaga banding tersebut. Keberadaan lembaga banding ini membuat platform tidak menjadi pembuat keputusan mutlak yang menilai layak atau tidaknya sebuah konten untuk berada di platform.

Karena jangkauan dan pengaruh konten media sosial di tengah masyarakat sudah demikian masif, bahkan jauh melebihi lembaga penyiaran televisi yang aturan konten dan pengawasannya sangat ketat diatur melalui Undang-Undang Penyiaran dan berbagai aturan yang dibuat oleh regulator penyiaran (Komisi Penyiaran Indonesia), pengawasan terhadap perusahaan platform media sosial dapat terbantu dengan keberadaan lembaga sejenis.

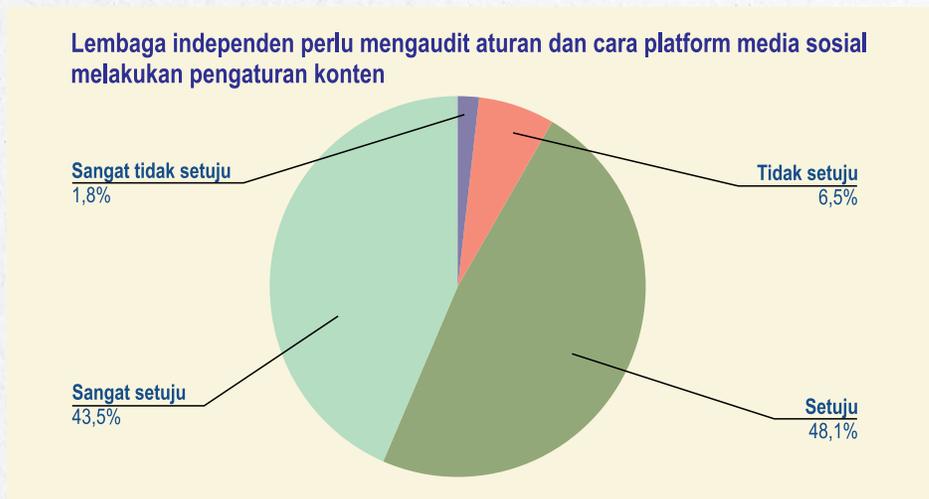
Mayoritas responden (37,40%) berpendapat bahwa lembaga banding itu sebaiknya berbentuk konsorsium yang beranggotakan platform media sosial, pemerintah, organisasi masyarakat sipil, dan akademisi. Pilihan berikutnya (35,47% responden) adalah dewan pengawas independen yang terdiri dari perwakilan organisasi masyarakat sipil, akademisi, tokoh agama, dan tokoh adat.



Gambar 38.  
Pilihan Lembaga Banding

## 8. Apakah Perlu Lembaga Audit Independen bagi Platform?

Selain keberadaan mekanisme banding, Digital Services Act juga mewajibkan platform besar (dengan jangkauan lebih dari 10% populasi Uni Eropa) menunjuk lembaga audit independen untuk mengaudit kepatuhan platform terhadap berbagai aturan dalam Digital Services Act. Audit yang dimaksud bukanlah audit keuangan, melainkan audit terhadap kecukupan kebijakan dan praktik manajemen risiko yang dilakukan platform dalam mengurangi penyebaran konten ilegal dan berbahaya.

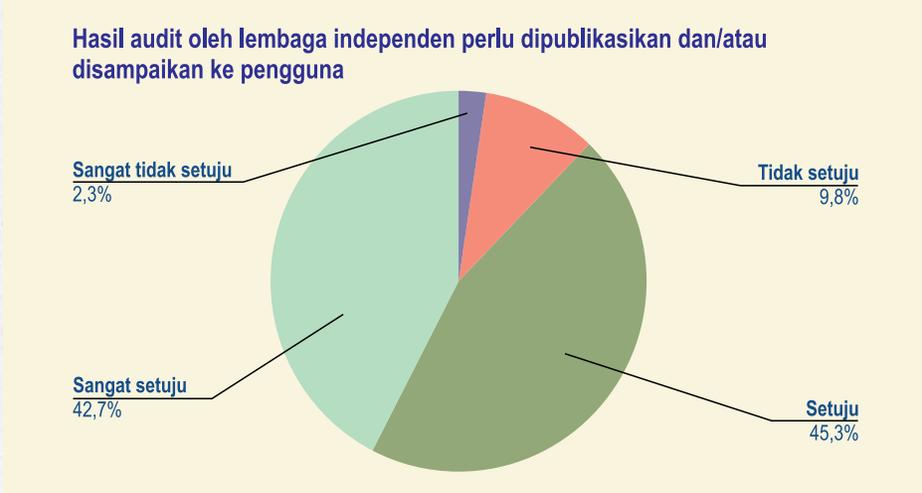


Gambar 39.

### Perlu atau Tidaknya Lembaga Audit Independen Mengatur Aturan dan Cara Platform Melakukan Pengaturan Konten

Saat survei ini menanyakan kepada pengguna media sosial di Indonesia, sebagian besar responden (48,1% dan 43,5%) menyatakan mendukung keberadaan lembaga audit seperti itu.

Selanjutnya, sebagian besar responden (45,3% dan 42,7%) menyatakan setuju dan sangat setuju jika laporan lembaga audit independen dipublikasikan ke pengguna media sosial, sebagai bentuk transparansi dan akuntabilitas dari platform kepada penggunanya.

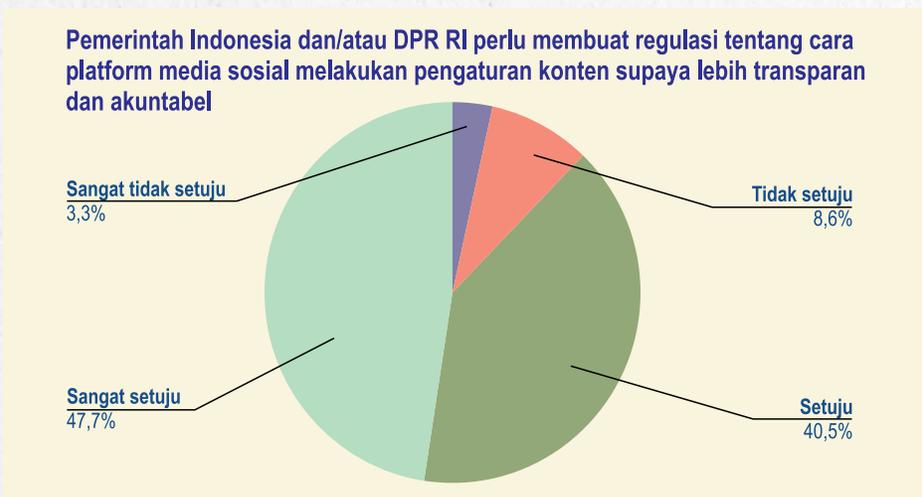


Gambar 40.

**Perlu atau Tidaknya Hasil Audit Lembaga Independen untuk Dipublikasikan dan/atau Disampaikan ke Pengguna**

**9. Apakah Perlu Regulasi Baru tentang Pengaturan Konten?**

Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju (47,7%) dan setuju (40,5%) Indonesia perlu ada regulasi tentang cara platform media sosial melakukan pengaturan konten supaya lebih transparan dan akuntabel. Tanggapan ini memiliki kaitan dengan banyaknya responden yang



Gambar 41.

**Pembuatan Regulasi Baru tentang Cara Platform Melakukan Pengaturan Konten**

masing belum puas dengan cara platform media sosial melakukan pengaturan konten.

Ada sekitar 12% yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan adanya regulasi tentang ini. Sikap ini refleksikan kekhawatiran jika regulasi nantinya justru mengancam kebebasan berpendapat dan berekspresi. Kekhawatiran ini berkaitan dengan pengalaman masa lalu yang kelam yang tidak dapat diabaikan, di mana Indonesia memiliki regulasi tentang penyensoran dan mampu membungkam kebebasan pers dan warga dalam mengemukakan pendapat (Kitley, 2014; Sen & Hill, 2007).

Perlunya regulasi ini selaras dengan pernyataan Herlambang P. Wiratraman, dosen Fakultas Hukum UGM, bahwa pengaturan atau moderasi konten perlu memiliki dasar hukum yang kuat untuk dapat diberlakukan.

“Regulasi tentang pengaturan konten ini seharusnya di level undang-undang dan bukan peraturan di tingkat menteri. Di dalam undang-undang harus secara jelas mengatur pengaturan konten dan prinsip-prinsip yang mendasarinya.”

—Herlambang P. Wiratraman,  
dosen Fakultas Hukum UGM,  
25 Februari 2023.

Dalam kaitan ini, Samuel Abrijani Pangerapan, Direktur Jenderal Aplikasi Informatika, Kementerian Kominfo menyatakan bahwa undang-undang sebaiknya memberikan kewenangan pengaturan konten kepada platform, yang berarti harus mengubah UU ITE. Dan aturan itu harus tegas dan jelas, supaya ada kesamaan pemahaman di antara semua platform. Ia menyebutkan contoh undang-undang yang ada di Jerman, yaitu Network Enforcement Act, yang dianggap sebagai cikal bakal Digital Services Act di Uni Eropa.

Network Enforcement Act, mulai berlaku di Jerman pada 2018, mewajibkan platform media sosial dengan lebih dari 2 juta pengguna untuk menerapkan cara yang lebih efisien dan efektif untuk pengguna melakukan aduan konten dan untuk platform menghapus konten yang “jelas-jelas ilegal” dalam waktu 24 jam dan seluruh konten ilegal dalam waktu 7 hari setelah aduan diterima, atau akan kena sanksi denda maksimal 50 juta Euro.

Semuel Abrijani Pangerapan berharap, Indonesia bisa memiliki regulasi seperti itu, di mana pemerintah tidak mengatur konten secara langsung. Namun menurutnya, untuk sampai ke sana tidak mudah, karena faktor politik.

“Diskursus politik Indonesia masih belum sampai memberikan kewenangan kepada penyelenggara sistem elektronik (platform) melakukan *takedown* terhadap konten. Seharusnya bisa, lalu pemerintah berposisi mengawasi pengaturan oleh PSE itu. Kesepakatan politik tentang ini harus ada agar regulasi dapat diubah. Bahkan undang-undang juga seharusnya cukup rinci dalam melihat konten ilegal (istilah yang digunakan pemerintah untuk menyebutkan konten ilegal dan berbahaya yang dipakai dalam riset ini) ini agar dapat menjadi acuan platform. Di sisi lain, pihak platform juga belum ada keseragaman, tentang bagaimana melakukan *filtering*. Platform juga tidak berani melakukan *takedown* karena undang-undang belum ada.”

—**Semuel Abrijani Pangerapan**, Direktur Jenderal Aplikasi Informatika, Kementerian Kominfo, 7 Maret 2023.

Mengenai kebutuhan akan undang-undang tersebut, Junico Siahaan, anggota Komisi I DPR RI, menyampaikan kemungkinan solusi regulasi jangka pendek dan jangka panjang.

Untuk jangka pendek, ia mengatakan ada revisi UU ITE, yang mulai dibahas di Komisi I pada akhir Maret 2023. Pengaturan konten yang wewenangnya diberikan kepada platform, sementara pemerintah bertugas mengawasinya, bisa masuk ke dalam proses revisi tersebut.

Sementara, untuk jangka panjang, Junico Siahaan menyatakan perlunya UU baru, yang lebih komprehensif dan mengantisipasi adanya teknologi dalam media baru.

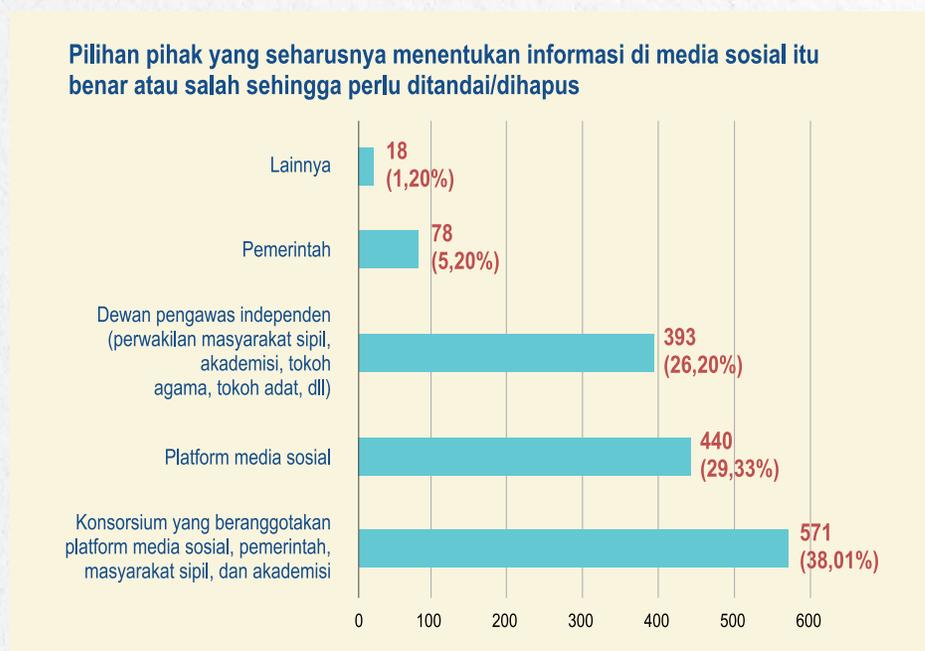
“Namanya misalnya, UU Media Baru, yang akan mengatur segala hal terkait media baru, mulai dari pengaturan konten media sosial, tanggung jawab platform, aturan di layanan *streaming* seperti Netflix dan seterusnya. Jadi ke depan, jika ada teknologi baru lagi seperti AI atau metaverse atau apa pun, tinggal dimasukkan ke UU ini, tinggal direvisi, kita sudah punya regulasi utamanya, yaitu UU ini. UU Media Baru menurut saya bagus, mencakup semua media baru, termasuk aplikasi, daripada kita buat satu-satu, misalnya satu untuk media sosial, lalu UU lain untuk layanan *streaming*, terus besok untuk AI, ini lama.”

—**Junico BP Siahaan**, anggota Komisi I DPR RI, 2 Maret 2023.

## 10. Siapa yang Seharusnya Menentukan Suatu Konten Perlu Ditandai atau Dihapus?

Hasil survei menunjukkan bahwa ada tiga pihak yang dianggap paling tepat untuk menentukan sebuah konten di media sosial benar atau salah, layak atau tidak, sehingga perlu ditandai atau hapus, yaitu: (1) konsorsium yang beranggotakan platform media sosial, pemerintah, masyarakat sipil, dan akademisi; (2) platform media sosial, dan (3) dewan pengawas independen. Pilihan terbanyak pertama merujuk pada entitas masyarakat dan platform, yang juga melibatkan pemerintah. Sementara, pilihan kedua dan ketiga mengacu pada entitas di luar pemerintah.

Pemerintah sebagai satu-satunya pihak yang menentukan perlu atau tidak penanganan hanya dipilih oleh 5,2% responden, sangat jauh perbedaan persentasenya dengan yang pihak tersebut.



Gambar 42.

### Pihak yang Seharusnya Menentukan Suatu Konten Perlu Ditandai atau Dihapus

Menurut Samuel Abrijani Pangerapan, keterlibatan pemerintah dalam pengaturan konten di media sosial adalah karena adanya mandat undang-undang, yaitu UU ITE (UU No. 19/2016 tentang perubahan atas undang-undang No. 11/2008

tentang Informasi dan Transaksi Elektronik), Pasal 40. Berdasarkan undang-undang ini secara jelas tercantum:

“Pasal 40 (1) Pemerintah memfasilitasi pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. (2) Pemerintah melindungi kepentingan umum dari segala jenis gangguan sebagai akibat penyalahgunaan Informasi Elektronik dan Transaksi Elektronik yang mengganggu ketertiban umum, sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. (2a) Pemerintah wajib melakukan pencegahan penyebaran dan penggunaan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang dilarang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. (2b) Dalam melakukan pencegahan sebagaimana dimaksud pada Ayat (2a), Pemerintah berwenang melakukan pemutusan akses dan/atau memerintahkan kepada Penyelenggara Sistem Elektronik untuk melakukan pemutusan akses terhadap Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang melanggar hukum.”

Semuel Abrijani Pangerapan mengatakan, Kementerian Kominfo menggunakan konsep konten ilegal, sebagai konten yang perlu mendapatkan penanganan serius. Kementerian Kominfo membedakan antara konten ilegal yang bersifat mendesak dan yang tidak mendesak. Konten ilegal yang bersifat mendesak meliputi konten bermuatan: (1) terorisme; (2) pornografi anak; (3) perdagangan manusia; (4) konten yang meresahkan masyarakat dan mengganggu ketertiban umum. Penjelasan ini juga dapat ditemukan dalam Permenkominfo No. 5/2020 tentang Penyelenggaraan Sistem Elektronik Lingkup Privat, yang merupakan turunan dari PP No. 71/2019 dan UU ITE.

Terhadap empat konten itu Kementerian Kominfo meminta platform merespons secara cepat, kurang dari 4 jam. Jika dalam 4 jam platform tidak melakukan tindakan terhadap konten tersebut, platform akan dikenai sanksi. Sanksi ini berupa denda. Jika tidak ada juga respon dari platform, maka Kominfo melakukan blokir sementara. Dan jika tetap tidak ada respons, maka blokir tersebut akan bersifat permanen.

Konten ilegal yang tidak mendesak, seperti perjudian, pornografi dewasa, penipuan, dan pelanggaran hak cipta ada tenggang waktu 1x24 jam bagi platform untuk melakukan penanganan. Aturan untuk konten media sosial tersebut juga berlaku untuk konten di situs web atau bukan *user generated content*, yang

sanksinya berupa Kementerian Kominfo bisa melakukan pemutusan akses terhadap konten<sup>5</sup>.

Di samping dua kategori konten di atas, Kementerian Kominfo juga memiliki kategori konten lainnya, yaitu hoaks. Hoaks merupakan konten yang tidak selalu melanggar undang-undang namun ini bisa menimbulkan keresahan masyarakat dan mengganggu ketertiban umum. Pada saat pandemi misalnya, hoaks yang paling banyak adalah tentang kesehatan. Untuk ini, semua platform bersepakat, tidak boleh ada hoaks tentang kesehatan karena dapat mengganggu penanganan pandemi.

Kementerian Kominfo telah memiliki mekanisme penanganan konten ilegal di internet, prosedur, dan tahapan penyelesaiannya. Meski demikian, seperti dikatakan oleh Samuel, pemerintah sebenarnya mengharapkan peran platform yang lebih aktif untuk melakukan moderasi konten, menyiapkan metodologi yang bisa merespons secara cepat keempat kategori konten yang dapat merugikan masyarakat. Maka dari itu, pemerintah tidak perlu harus turun tangan melakukan blokir terhadapnya, pemerintah cukup melakukan pengawasan dan mengingatkan platform.

Diakui oleh Samuel, salah satu kesulitan dalam menangani konten ilegal ini adalah perbedaan persepsi antara pemerintah dan platform. Di sini diperlukan adanya suatu metode untuk bisa melakukan penyamaan persepsi tentang hal ini. Kominfo melihat, perbedaan pandangan ini disebabkan oleh kurang pahamnya platform terkait dengan konteks sosial dan budaya lokal. Menurut Samuel Abrijani Pangerapan, platform perlu lebih banyak melibatkan orang lokal agar memahami konteks budaya lokal dalam penanganan konten lokal.

Solusi sanksi terberat dari regulasi saat ini adalah blokir atau pemutusan akses, sebuah tindakan yang sangat problematis. Problematika memutus akses platform media sosial ini juga disampaikan oleh Samuel Abrijani Pangerapan, yang mengatakan, “Kalau sampai platform diblokir, yang lebih rugi dan lebih marah itu bukan platformnya, tapi orang se-Indonesia pengguna platform tersebut.”

Selain problematika blokir, keterbatasan sumber daya pemerintah juga menjadi tantangan jika pemerintah ingin langsung mengatur konten, mengingat penyelenggara sistem elektronik (PSE) yang diatur oleh UU ITE dan Permenkominfo

---

<sup>5</sup> Pemutusan akses terhadap konten dapat dilakukan oleh Kominfo dengan dua cara: (1) Kominfo bisa memutus akses terhadap konten tertentu yang berada pada sebuah situs; (2) Kominfo bisa memutus nama domain dari situs yang melanggar peraturan yang ditentukan. <https://aptika.kominfo.go.id/2022/09/mekanisme-pemblokiran-konten-negatif/>

No. 5/2020 sangat banyak dengan jumlah konten yang tak terhingga. Salah satu contohnya disampaikan oleh Teo Reffelsen, pengacara di LBH Jakarta yang sedang bersidang dalam gugatan terhadap Permenkominfo No. 5/2020 terkait hak warga sebagai pengguna internet.

“Penegakan aturan pendaftaran PSE oleh Permenkominfo ini juga susah, dalam praktiknya banyak platform yang tidak mendaftar tapi tidak diblokir. Tadi dalam sidang, ada saksi saya menyampaikan, dia sering menjual foto melalui dua platform penjualan foto, lalu menerima pembayaran via PayPal. Ketika saya cek usai sidang, dua platform itu belum terdaftar di PSE Kementerian Kominfo, tapi tidak diblokir. Bahkan tidak ada namanya dalam daftar tunggu yang belum resmi mendaftar.”

—**Teo Reffelsen**, pengacara di LBH Jakarta,  
22 Maret 2023.

Dalam pengaturan konten secara langsung, sebagaimana diamanatkan oleh UU ITE saat ini, wewenang dan beban identifikasi konten bermasalah berada di tangan Kementerian Kominfo. Namun, jika UU ITE memberikan wewenang kepada platform untuk melakukan pengaturan konten (seperti terjadi di Uni Eropa), maka tugas Kementerian Kominfo hanya melakukan pengawasan terhadap penegakan regulasi itu dan akan memberikan sanksi jika platform gagal mematuhi. Ini sebenarnya opsi yang diharapkan oleh Samuel Abrijani Pangerapan, karena tiap platform jelas memiliki teknologi yang lebih sesuai dan lengkap untuk mengawasi konten yang ada di platformnya.

“Waktu membahas revisi UU ITE, saya maunya pengawasan dan penanganan itu dibebankan kepada PSE (penyelenggara sistem elektronik), seperti di Jerman. Jadi saya menjadi pengamat saja. Lalu jika masih ada (konten ilegal), saya denda. Itu harapan saya, jadi memang regulasinya (UU ITE) harus diubah.”

—**Samuel Abrijani Pangerapan**, Direktur Jenderal Aplikasi Informatika,  
Kementerian Kominfo, 7 Maret 2023.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan selama Januari–Februari 2023, yang dilanjutkan wawancara dengan para pihak terkait, riset ini menyampaikan kesimpulan penting terkait tiga hal, yaitu problem konten ilegal dan berbahaya, tanggung jawab platform media sosial, dan urgensi regulasi terhadap pengaturan konten.

## 1. Problem Konten Ilegal dan Berbahaya

Ada 10 jenis konten ilegal yang menjadi fokus penelitian ini, dengan semua jenis konten ilegal ini dapat ditemukan di platform media sosial. Hasil survei menunjukkan, dari 10 kontel ilegal, ujaran kebencian menempati posisi teratas sebagai konten yang paling sering dijumpai oleh responden, dengan urutan sebagai berikut: 1) ujaran kebencian, 2) misinformasi/kabar bohong/hoaks, 3) penipuan, 4) pencemaran nama baik, 5) pornografi dan prostitusi, 6) pelanggaran hak cipta, 7) penyebaran data pribadi orang lain (*doxing*), 8) perjudian, 9) terorisme, dan 10) perdagangan manusia.

Selanjutnya, dari lima jenis konten berbahaya yang ditanyakan kepada responden, urutan yang paling sering dijumpai oleh responden sebagai berikut: 1) akun palsu, 2) perundungan (*bullying*), 3) kekerasan (kekejaman, peristiwa tragis secara eksplisit, dan lain-lain), 4) membahayakan kesehatan dan keselamatan publik, dan 5) melukai diri sendiri. Akun palsu merupakan fenomena yang tidak dapat terhindarkan terutama di masa menjelang pemilihan politik. Akun palsu disebut sebagai konten berbahaya, terutama di Indonesia, karena digunakan oleh para pendengung (*buzzer*) untuk menyebarkan misinformasi dan ujaran kebencian bermotif politik yang berujung pada polarisasi sosial politik di masyarakat.

Untuk mengatasi penyebaran konten tersebut, mayoritas responden survei dan semua informan wawancara menyatakan perlunya regulasi untuk mendorong transparansi dan akuntabilitas platform media sosial dalam pengaturan konten, yang memuat antara lain:

- Kewajiban platform media sosial menunjukkan kepada pengguna bahwa pengaturan konten yang mereka lakukan sesuai dengan konteks dan kebutuhan masyarakat Indonesia (94,5% responden).

- Kewajiban platform media sosial menerbitkan laporan tahunan tentang jumlah laporan yang mereka terima dari pengguna dan tindakan mereka untuk menanggapinya (90% responden).
- Kewajiban platform media sosial menyediakan lembaga banding bagi pengguna yang tidak puas terhadap pengaturan konten (86,4% responden).
- Adanya lembaga independen yang mengaudit cara platform media sosial melakukan pengaturan konten dan menerbitkan laporan itu kepada pengguna (89,8% responden).

## 2. Tanggung Jawab Platform Media Sosial

Dalam hal pengaturan konten untuk mengatasi persoalan konten ilegal dan berbahaya di atas, platform media sosial diharapkan berperan paling aktif, mengingat mereka yang memiliki teknologi yang lebih sesuai dan lengkap untuk mengenali dan menindak konten di platform mereka.

Hasil survei dan wawancara mendalam menunjukkan bahwa platform media sosial memiliki peran penting dalam menangani konten ilegal dan berbahaya. Akan tetapi, dalam laporan penelitian Content Moderation and Local Stakeholders in Indonesia oleh Article 19 (2022), platform media sosial belum melakukan praktik pengaturan (moderasi) konten berdasarkan konteks masyarakat Indonesia. Hal ini yang menjadi kendala bagi para pengguna media sosial—ketika mereka melaporkan suatu konten ilegal dan berbahaya, platform media sosial justru melihat konten tersebut “masuk ke dalam wilayah abu-abu”. Perbedaan pemahaman ini menyebabkan konten ilegal masih bisa tersebar masif dan akhirnya mengarah pada kekerasan (Article 19, 2022).

Pegiat hak-hak digital warga, Damar Juniarto dari SAFENet, menyatakan ada tiga masalah terkait pengaturan konten. *Pertama*, mekanisme pelaporan yang sudah ada tetapi belum efektif. *Kedua*, transparansi belum terjamin, terutama laporan pengaturan konten dari platform media sosial cenderung berbasis angka, padahal yang dibutuhkan adalah pola-pola yang dapat memudahkan dalam mengatasi laporan yang ada. *Ketiga*, platform media sosial kurang responsif atau cepat dalam mengambil tindakan, misalnya terkait kasus kekerasan berbasis gender, sehingga memunculkan rasa frustrasi dari korban.

## 3. Urgensi Regulasi Pengaturan Konten

Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju (47,7%) dan setuju (40,5%) bahwa di Indonesia perlu ada regulasi tentang cara platform media sosial melakukan pengaturan konten agar lebih transparan dan

## Bagaimana kebijakan pemerintah mengenai tata kelola konten digital?

Pemerintah, dalam hal ini Kementerian Kominfo, hanya menggunakan istilah konten ilegal atau negatif untuk konten yang perlu mendapatkan penanganan. Istilah konten ilegal atau negatif digunakan oleh pemerintah untuk konten yang didefinisikan riset ini sebagai konten ilegal dan berbahaya. Dalam wawancara dengan Direktur Jenderal Aplikasi Informatika Kementerian Kominfo, Samuel Abrijani Pangerapan, pemerintah membedakan antara konten ilegal yang bersifat mendesak dan yang tidak mendesak. Konten ilegal yang bersifat mendesak meliputi konten bermuatan: (1) terorisme; (2) pornografi anak; (3) perdagangan manusia; serta (4) konten yang meresahkan masyarakat dan mengganggu ketertiban umum. Penjelasan ini juga dapat ditemukan dalam Permenkominfo No. 5/2020 tentang Penyelenggaraan Sistem Elektronik Lingkup Privat.

Kementerian Kominfo meminta platform media sosial untuk merespons secara cepat terhadap empat kategori konten tersebut, yaitu kurang dari empat jam. Jika dalam empat jam platform media sosial tidak melakukan tindakan terhadap konten tersebut, maka pihak platform media sosial akan dikenai sanksi yang berupa denda. Jika tidak ada juga respons dari platform media sosial, maka Kementerian Kominfo akan melakukan pemblokiran sementara. Dan jika tetap tidak ada respons, maka pemblokiran tersebut akan bersifat permanen. Untuk konten ilegal yang tidak mendesak, seperti perjudian, pornografi dewasa, penipuan, dan pelanggaran hak cipta, ada waktu 1x24 jam bagi platform media sosial untuk melakukan penanganan. Di samping dua kategori konten di atas, Kementerian Kominfo juga memiliki kategori konten lainnya, yaitu hoaks. Hoaks merupakan konten yang tidak selalu melanggar undang-undang, namun dapat menimbulkan keresahan masyarakat dan mengganggu ketertiban umum, seperti pada saat pandemi COVID-19.

akuntabel. Akan tetapi, ada sekitar 12% responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan adanya regulasi tentang ini. Sikap ini merefleksikan kekhawatiran jika regulasi nantinya justru mengancam kebebasan berpendapat dan berekspresi. Kekhawatiran ini berkaitan dengan pengalaman masa lalu yang kelam yang tidak dapat diabaikan, di mana Indonesia memiliki regulasi tentang sensor dan mampu membungkam kebebasan pers dan warga dalam mengemukakan pendapat (Kitley, 2014; Sen & Hill, 2007).

Kekhawatiran itu juga bisa dihubungkan dengan regulasi saat ini yang mengatur konten di internet, yaitu UU ITE, PP No. 71/2019, dan Permenkominfo No. 5/2020, yang memunculkan tantangan dari banyak pihak karena mengancam hak-hak digital warga. Terlebih lagi, Permenkominfo menggunakan pendekatan

“pemberitahuan dan penghapusan” (*notice and takedown*), di mana platform media sosial dapat dikenakan sanksi jika tidak responsif dalam memutus akses terhadap konten yang dilaporkan oleh pemerintah. Jika regulasi baru mengenai konten dan platform digital tidak disusun secara cermat dan melibatkan partisipasi luas dari berbagai pemangku kepentingan, maka berpotensi memperbesar ruang bagi pemerintah untuk membatasi dan mengendalikan kebebasan berekspresi dan berpendapat di ruang digital.

Posisi pemerintah di atas berlandaskan pada UU ITE yang mengamankan pemerintah untuk melakukan pengaturan konten secara langsung, yakni wewenang dan beban penanganan konten bermasalah berada di tangan Kementerian Kominfo. Akan tetapi, jika UU ITE memberikan wewenang kepada platform media sosial untuk melakukan penanganan konten, maka tugas Kementerian Kominfo hanya mengawasi penegakan regulasi itu dan memberikan sanksi jika platform media sosial gagal mematuhi. Hal ini merupakan opsi yang diharapkan oleh Samuel Abrijani Pangerapan, karena tiap platform media sosial jelas memiliki teknologi yang lebih sesuai dan lengkap untuk mengawasi konten yang muncul di platformnya.

“Waktu membahas revisi UU ITE, saya menginginkan pengawasan dan penanganan dibebankan kepada PSE, seperti di Jerman. Jadi saya menjadi pengamat saja. Lalu jika masih ada (konten ilegal), saya denda. Itu harapan saya, jadi memang regulasinya (UU ITE) harus diubah.” --Samuel Abrijani Pangerapan, Direktur Jenderal Aplikasi Informatika, Kementerian Kominfo, 7 Maret 2023.

Dengan demikian, UU ITE merupakan induk regulasi pengaturan konten internet (media sosial dan situs) di Indonesia, yang darinya muncul dua peraturan turunan, yaitu PP No. 71/2019 dan Permenkominfo No. 5/2020.

Jika UU ITE memberikan wewenang pada platform media sosial untuk mengatur konten, maka aturan itu perlu tegas dan jelas. Maka dari itu, akan jelas pula mekanisme bagi platform media sosial untuk menangani aduan yang disampaikan oleh pihak eksternal (otoritas negara, masyarakat, dan *trusted flagger*). Revisi UU ITE juga perlu memuat secara tegas definisi konten ilegal dan berbahaya sebagai pegangan bagi seluruh platform media sosial dan pihak terkait.

Namun, menurut Samuel Abrijani Pangerapan, wacana politik yang berkembang di Indonesia belum mengarah pada pemberian wewenang kepada platform media sosial untuk melakukan itu.

“Diskursus politik Indonesia masih belum sampai memberikan kewenangan kepada PSE untuk melakukan *takedown* terhadap konten. Seharusnya bisa, lalu pemerintah berposisi mengawasi pengaturan oleh PSE itu. Kesepakatan politik tentang

ini harus ada agar regulasi dapat diubah. Bahkan undang-undang juga seharusnya cukup rinci dalam melihat konten ilegal (istilah yang digunakan pemerintah untuk menyebutkan konten ilegal dan berbahaya yang dipakai dalam riset ini) agar dapat menjadi acuan platform media sosial.” --Semuel Abrijani Pangerapan, Direktur Jenderal Aplikasi Informatika, Kementerian Kominfo, 7 Maret 2023.

Di negara-negara yang tergabung dalam Uni Eropa, terdapat regulasi yang memberikan kendali pengaturan (moderasi) konten kepada platform media sosial, sehingga negara mengawasi pelaksanaan tersebut, yaitu Digital Services Act. Regulasi ini telah disahkan pada 2022 dan mulai efektif pada 2024. Digital Services Act meminta platform media sosial lebih cepat menghapus konten ilegal dan berbahaya, serta melayani kepentingan warga terkait penyampaian aduan dan perlindungan data pribadi. Seluruh informan menilai bahwa Indonesia sangat membutuhkan regulasi pengaturan konten yang “memaksa” platform digital untuk lebih baik dalam melindungi hak digital warga. Dukungan akan hal ini juga diberikan oleh Junico BP Siahaan, Anggota Komisi I DPR RI, yang mengatakan, “Kita jelas butuh payung hukum berupa UU. Untuk solusinya, saya melihat ada jangka pendek dan panjang. Untuk jangka pendek, revisi UU ITE yang akan mulai dibahas. Untuk jangka panjang, undang-undang baru.”

## Rekomendasi Kebijakan

Hasil riset ini menunjukkan perlunya segera regulasi dari negara (*public regulation*) untuk mendorong transparansi dan akuntabilitas platform media sosial dalam pengaturan konten. Regulasi ini mendesak karena dua hal, yaitu (1) situasi konten ilegal dan berbahaya yang membawa risiko besar bagi publik di Indonesia dan (2) pengelola platform digital belum mampu menunjukkan komitmen dan kinerja memadai mengatasi probematika di atas. Adanya regulasi setingkat undang-undang menjadi bukti komitmen proteksi negara atas warga negaranya dan sebagai bentuk tekanan yang kuat terhadap pengelola platform media sosial untuk mematuhi berbagai ketentuan di Indonesia.

Regulasi dari negara itu sebaiknya mendelegasikan pengaturan atau kendali konten kepada platform media sosial, lalu pemerintah mengatur dan mengawasi praktik tersebut. Harapan ini juga disampaikan oleh Direktur Jenderal Aplikasi Informatika Kementerian Kominfo dalam wawancara riset ini, dirinya mengatakan UU ITE yang berlaku saat ini, yaitu Pasal 40 Ayat (2a) dan (2b) menugaskan Kementerian Kominfo untuk melakukan pengaturan konten secara langsung (kewenangan di negara, bukan di platform media sosial). Oleh karena itu, UU ITE perlu diubah dan/atau ada UU baru supaya pengaturan konten bisa lebih baik.

**UNDANG-UNDANG** ini perlu memuat antara lain:

1. Tanggung jawab pengaturan konten di media sosial didelegasikan kepada platform media sosial, bukan dilakukan langsung oleh pemerintah seperti yang diamanatkan oleh UU ITE saat ini. Dengan demikian, pemerintah bertugas mengawasi pengaturan tersebut untuk memastikan transparansi dan akuntabilitas dari platform media sosial. Pengaturan kewenangan itu perlu tegas dan jelas, agar terdapat kesamaan pemahaman di antara semua platform media sosial.
2. Atas pertimbangan keadilan, luasnya penyebaran konten, dan mendukung kemunculan platform media sosial buatan dalam negeri, aturan ini hanya berlaku pada platform besar, misalnya dengan pengguna minimal 10% populasi Indonesia, seperti Digital Services Act yang diterapkan di Uni Eropa. Pemberlakuan batas ini juga akan mengurangi beban regulator dalam melakukan pengawasan.
3. Mengatur definisi dan cakupan platform media sosial secara jelas dan detail. Sebagai contoh, regulasi ini hanya mengatur platform yang bersifat terbuka (YouTube, Facebook, dan lain-lain), bukan platform media sosial tertutup seperti aplikasi pengiriman pesan pribadi dengan *end-to-end encryption* (WhatsApp).
4. Mengatur definisi dan cakupan segala jenis konten ilegal dan berbahaya secara detail dan sesuai dengan konteks masyarakat Indonesia, yang akan menjadi pegangan bagi regulator, platform media sosial, pengguna, dan pemasang iklan terkait pengaturan konten. Kesamaan pemahaman bersifat sangat fundamental terutama di antara platform media sosial.
5. Mengatur tata cara dan tindakan yang harus dilakukan platform media sosial ketika menerima laporan dari pengguna terkait konten ilegal dan berbahaya, termasuk memprioritaskan laporan dari pelapor terpercaya (*trusted flagger*), yaitu organisasi yang memiliki kompetensi dalam mengenali dan menandai konten ilegal dan berbahaya.
6. Menurut regulasi di Indonesia saat ini, misinformasi dan ujaran kebencian bisa masuk ke dalam kategori konten ilegal. Sementara, platform media sosial dan standar internasional mengelompokkan dua jenis konten tersebut sebagai konten legal yang berbahaya dengan pertimbangan pengaturannya yang kompleks dan bisa sangat membatasi kebebasan berekspresi jika keduanya dianggap ilegal.

Karena itu, model liabilitas yang berbeda perlu diberlakukan atas konten ilegal dan konten berbahaya. Misalnya, model *knowledge-based liability* lebih tepat digunakan untuk jenis konten yang menurut Kementerian Kominfo

tergolong ilegal mendesak (kecuali misinformasi dan ujaran kebencian). Definisi *knowledge* atau pengetahuan didasarkan pada *actual knowledge*, yang bisa berbasis pada laporan dari pelapor terpercaya (*trusted flagger*) dan keputusan pengadilan. Pembatasan jenis *knowledge* menjadi penting agar platform media sosial tidak harus melakukan pemantauan umum (*general monitoring*) atau penyaringan, serta untuk menghindari penyalahgunaan mekanisme pelaporan.

Lalu, karena pencemaran nama baik lekat dengan urusan privat, pengaturannya idealnya pun berbeda, misalnya melalui pendekatan *notice-to-notice*, di mana platform media sosial dapat memberikan *counter-notice* jika mereka menerima aduan dari pengguna, lalu kedua pihak memutuskan akan melanjutkan ke proses pengadilan atau tidak.

Sementara, untuk konten legal yang berbahaya (misinformasi dan ujaran kebencian), “kegagalan” platform media sosial dalam mendeteksi atau menindaklanjuti aduan semestinya tidak langsung diganjar dengan sanksi seketika itu juga. Tetapi perlu dilihat terlebih dahulu sistem apa saja yang sudah diterapkan platform untuk mengantisipasi permasalahan tersebut, mengingat konten misinformasi dan ujaran kebencian butuh pendekatan kontekstual.

Dalam berbagai situasi di atas, di mana konteks memiliki peran penting, konsorsium multipihak (terdiri dari perwakilan pemerintah, akademisi, masyarakat sipil, pemuka agama, dan lain-lain) menjadi pilihan yang tepat untuk mengawasi dan menilai kepatuhan platform media sosial terhadap regulasi. Kewajiban platform media sosial pun harus dirumuskan secara detail agar kepatuhan bisa mudah diukur dan ditegakkan, serta regulasi tidak mudah disalahgunakan.

Selain itu, pengaturan liabilitas platform media sosial perlu didasarkan pada tingkat “kegagalan sistem” yang mereka miliki, untuk mematuhi standar transparansi dan akuntabilitas yang ditetapkan regulasi. Jadi, regulasi perlu mengatur “ambang batas” atau kriteria “kegagalan” ini sebagai landasan pemberian sanksi.

Regulasi ini juga semestinya memuat mekanisme pemulihan atau banding bagi platform media sosial yang menjadi subjek hukum regulasi. Dengan demikian, pemberian tanggung jawab kepada platform media sosial dalam pengaturan konten juga bersifat proporsional dan sesuai kebutuhan.

7. Mengingat iklan juga membawa potensi risiko, platform media sosial perlu menyediakan informasi tentang iklan kepada pengguna seperti siapa yang membayar iklan dan parameter utama yang dipakai untuk menarget audiens iklan.

8. Mewajibkan platform media sosial menerbitkan laporan tahunan tentang jumlah laporan yang mereka terima dari pengguna dan tindakan yang mereka lakukan untuk menanggapinya, termasuk hasil penyelesaian penanganan aduan.
9. Mewajibkan platform media sosial menyediakan mekanisme banding bagi pengguna yang tidak puas terhadap pengaturan konten.
10. Mengatur adanya lembaga independen yang mengaudit cara platform media sosial melakukan pengaturan konten dan menerbitkan laporan itu kepada pengguna.
11. Mengingat konten ilegal dan berbahaya berhubungan dengan berbagai peraturan perundang-undangan (mulai dari KUHP, UU ITE, UU Pertahanan, hingga UU Pornografi) dan kementerian/lembaga (mulai dari Kementerian Kominfo, TNI, Badan Siber dan Sandi Negara, Kementerian Pertahanan, Kepolisian, hingga Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak), penyusunan undang-undang ini perlu melibatkan berbagai pemangku kepentingan, supaya regulasinya terpadu dan tidak tumpang tindih.
12. Mengingat ada banyak hal baru lain dalam sektor digital yang juga perlu diatur dalam undang-undang, seperti hak cipta penerbit berita dalam hubungannya dengan platform digital, layanan *streaming* berbayar, persaingan usaha terkait platform digital, lokapasar (*marketplace*), dan kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), perlu adanya diskusi oleh para pemangku kepentingan untuk memikirkan sebuah undang-undang yang bisa memayungi hal-hal tersebut, misalnya Undang-Undang Media Baru, karena menyusun undang-undang satu persatu seperti di Uni Eropa<sup>6</sup> dapat memakan waktu yang sangat lama di Indonesia.

Selain aspek regulasi di atas, aspek yang tidak kalah pentingnya adalah edukasi. Edukasi ini perlu dilakukan terus menerus oleh berbagai pihak, terutama negara dan platform media sosial, baik melalui jalur informal maupun formal (kurikulum sekolah). Materi edukasinya mencakup materi khusus mengenai beragam aspek pengaturan konten maupun materi umum mengenai literasi digital, karena pencegahan terbaik adalah pengetahuan dan kecakapan pengguna dalam mengakses media sosial.

---

<sup>6</sup> Mereka telah memiliki Digital Services Act (yang juga mengatur mesin pencari dan lokapasar), Digital Markets Act (mengatur persaingan usaha), Audio-visual Media Services Act (mengatur TV konvensional, layanan *video on demand* seperti Netflix, dan *video-sharing* seperti YouTube), Copyrights Directive (hak cipta penerbit berita dan kewajiban Google dan Meta), serta sedang membahas Artificial Intelligence Act.

## Peraturan Perundang-undangan

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1946 tentang Peraturan Hukum Pidana

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2007 tentang Pemberantasan Tindak Pidana Perdagangan Orang

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2008 tentang Penghapusan Diskriminasi Ras dan Etnik

Undang-Undang Nomor 44 Tahun 2008 tentang Pornografi

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2018 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2003 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2002 tentang Pemberantasan Tindak Pidana Terorisme Menjadi Undang-Undang

Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi

Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2023 tentang Kitab Undang-Undang Hukum Pidana  
Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat

Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

Surat Edaran Kepolisian Negara Republik Indonesia Nomor SE/6/X/2015 tentang Penanganan Ujaran Kebencian (*Hate Speech*)

## Instrumen Internasional

General comment no. 34, Article 19, Freedoms of opinion and expression, 12 September 2011, CCPR/C/GC/34. <https://www2.ohchr.org/english/bodies/hrc/docs/gc34.pdf>  
United Nations Office of the High Commissioner for Human Rights. (2011). Report of the special rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression. *The Office of the United Nations High Commissioner*

for Human Rights (OHCHR). [https://ap.ohchr.org/documents/dpage\\_e.aspx?si=A/66/290](https://ap.ohchr.org/documents/dpage_e.aspx?si=A/66/290)

## Buku, Jurnal, Dokumen, dan Artikel Daring

- Angendari, D. A. (2020, November 30). Definisi 'ujaran kebencian' di Indonesia terlalu luas, gampang dimanfaatkan. *The Conversation*. <https://theconversation.com/definisi-ujaran-kebencian-di-indonesia-terlalu-luas-gampang-dimanfaatkan-150743>
- Ahman, A. (2021, January 7). Alasan konten porno di Twitter susah dihilangkan. *Urbanasia*. <https://www.urbanasia.com/tech/alasan-konten-porno-di-twitter-susah-dihilangkan-U23358>
- Annur, C. M. (2022, August 19). Perjudian, konten internet negatif paling banyak diadukan warga. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/19/perjudian-konten-internet-negatif-paling-banyak-diadukan-warga>
- Astuti, S. I., Wiratmo, L. B., & Kusumo, Y. W. (2020). Strategi kampanye Japeli: Bertumbuh dan berkembang dalam spirit 'crowd'. In N. Kurnia., L. Nurhajati., & S. I. Astuti (Eds.), *Kolaborasi lawan (hoaks) COVID-19: Kampanye, riset dan pengalaman Japeli di tengah pandemi*. Program Studi Magister Ilmu Komunikasi UGM.
- Barrett, P. M. (2020). *Who moderates the social media giants?: A call to end outsourcing*. Centre for Business and Human Rights. [https://issuu.com/nyusterncenterforbusinessandhumanri/docs/nyu\\_content\\_moderation\\_report\\_final\\_version?fr=sZWZmZjl1Njl1Ng](https://issuu.com/nyusterncenterforbusinessandhumanri/docs/nyu_content_moderation_report_final_version?fr=sZWZmZjl1Njl1Ng)
- Bradford, B., Grisel F., Meares T. L., Owens, E., Pineda, B. L., Shapiro, J. N., Tyler, T. R., & Peterman, D. E. (2019). *Report of the Facebook data transparency advisory group*. The Justice Collaboratory. [https://law.yale.edu/sites/default/files/area/center/justice/document/dtag\\_report\\_5.22.2019.pdf](https://law.yale.edu/sites/default/files/area/center/justice/document/dtag_report_5.22.2019.pdf)
- Brannon, V. C. (2019). Liability for content hosts: An overview of the communication decency act's section 230. *Congressional Research Service*. <https://sgp.fas.org/crs/misc/LSB10306.pdf>
- Business Line. (2020, January 9). NYU report criticises social media giants for outsourcing content moderation. *Business Line*. <https://www.thehindubusinessline.com/info-tech/social-media/nyu-report-criticises-social-media-giants-for-outsourcing-content-moderation/article31789248.ece>
- Bose, N., & Satter, R. (2020, February 20). Should Facebook, Google be liable for user posts? asks U.S. Attorney General Barr. *Reuters*. <https://www.reuters.com/article/us-internet-regulation-justice-idCAKBN20D265>

- Canales, K. (2020, November 18). Mark Zuckerberg says Facebook should be liable for 'some content,' but the social giant and other platforms still shouldn't be regulated as publishers or telecom firms. *Insider*. <https://www.businessinsider.com/zuckerberg-facebook-should-be-liable-some-content-2020-11>
- CNN Indonesia. (2020, December 29). Polri tangani 4.656 kasus siber, pencemaran nama baik dominan. *CNN Indonesia*. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20201229094838-12-587280/polri-tangani-4656-kasus-siber-pencemaran-nama-baik-dominan>
- De Gregorio, G. (2019). Democratising online content moderation: A constitutional framework. *Computer Law & Security Review: The International Journal of Technology Law and Practice*, 1–17. doi: 10.1016/j.clsr.2019.105374
- Descheemaeker, EJM. (2011). 'Veritas non est defamatio'? Truth as a defence in the Law of Defamation. *Legal Studies*, 31, 1–20. doi:10.1111/j.1748-121X.2010.00191.x
- Duerte, N., Llanso, E., & Loup, A. (2017). *Mixed messages? The limits of automated social media content analysis*. Conference on Fairness, Accountability, and Transparency. <https://cdt.org/wp-content/uploads/2017/12/FAT-conference-draft-2018.pdf>
- European Commission. (2023). The Digital Services Act: Ensuring a safe and accountable online environment. [https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act-ensuring-safe-and-accountable-online-environment\\_en#documents](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act-ensuring-safe-and-accountable-online-environment_en#documents)
- Erza, E. K., & Rosini, R. (2018). Perilaku informasi remaja terhadap viral challenge di media sosial. *Bibliotech: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 3(1), 11–22. <https://academicjournal.yarsi.ac.id/index.php/bibliotech/article/view/895/575>
- Gagliardone, I., Gal, D., Alves, T., & Martinez, G. (2015). *Countering online hate speech*. United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization (UNESCO).
- Gayle, D. (2021, September 14). Facebook aware of Instagram's harmful effect on teenage girls, leak reveals. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/technology/2021/sep/14/facebook-aware-instagram-harmful-effect-teenage-girls-leak-reveals>
- Gillespie, T. (2020). Content moderation, AI, and the question of scale. *Big Data & Society*, July–December, 1–5. doi: 10.1177/2053951720943234
- Haristya, S. (2022). *Moderasi konten dan pemangku kepentingan lokal di Indonesia*. Article 19 & United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization (UNESCO).
- Ilham. (2022, December 28). BNPT temukan 600 akun bermuatan radikal selama 2022, Facebook terbanyak. *Detik.com*. <https://news.detik.com/berita/d-6485841/bnpt-temukan-600-akun-bermuatan-radikal-selama-2022-facebook-terbanyak>.

- Juditha, C. (2021). Analisis konten tentang perundungan maya terhadap selebriti di Instagram. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 25(2), 183–198. <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jpkop/article/view/4300>
- Juditha, C., Maryani, E., Abdullah, A., & Setiawati, R. (2021). Online prostitution network in Twitter and automatic identification system of the government. *Review of International Geographical Education Online*, 11(5), 79–92. doi: 10.48047/rigeo.11/5/8
- KBBI. (2020). Prostitusi. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/prostitusi>
- Kemenkumham. (2022, June 7). Terlibat prostitusi online ini sanksinya. *BPSDM Hukum dan Ham Kemenkumham*. <https://bpsdm-dev.kemenkumham.go.id/informasi-publik/publikasi/pojok-penyuluhan-hukum/terlibat-prostitusi-online-ini-sanksinya>
- Khalil, R. A., Apsari, N. C., & Krisnani, H. (2021). Perilaku menentang protokol kesehatan dipengaruhi oleh teori konspirasi virus COVID-19 ditinjau dengan teori interaksionisme simbolik. *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik*, 3(2), 168–178. doi: 10.24198/jkrk.v3i2.35150
- Kitley, P. (2014). *Television, nation, and culture in Indonesia*. Ohio University Press.
- Koetsier, J. (2020, January 9). Report: Facebook makes 300.000 content moderation mistakes every day. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/johnkoetsier/2020/06/09/300000-facebook-content-moderation-mistakes-daily-report-says/?sh=4dcab3d54d03>
- Kurnia, A. J. (2019, May 21). Pelanggaran hak cipta mengambil naskah di internet. *Hukumonline.com*. <https://www.hukumonline.com/klinik/a/pelanggaran-hak-cipta-mengambil-naskah-di-internet-cl90>
- Kurnia, N., Rahayu, R., Wendratama, E., Monggilo, Z. M., Damayanti, A., Angendari, D. A., Abisono, F. Q., Shafira, I., & Desmalinda, D. (2022). *Penipuan digital di Indonesia: Modus, medium, dan rekomendasi*. Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Fisipol UGM.
- Lane, L., Gray, A., Rodolph, A., & Ferrigno, B. (2021). *Federal human trafficking report*. Human Trafficking Institute.
- Leong, P. (2022, July 27). Content moderation of social media in Southeast Asia: Contestations and control. *Fulcrum*. <https://fulcrum.sg/content-moderation-of-social-media-in-southeast-asia-contestations-and-control/>
- Meta. (2023). *Community standards enforcement report*. <https://transparency.fb.com/data/community-standards-enforcement/>
- Monggilo, Z. M., Kurnia, N., Wirawanda, Y., Desi, Y. P., Sukmawati, A. I., Anwar, C. R., Wenerda, I., & Astuti, S. I. (2021). *Modul cakap bermedia digital*. Kementerian Komunikasi dan Informatika, Japelidi, Siberkreasi.

- Morrison, S. (2023, February 23). Section 230, the internet law that's under threat, explained. *Vox*. <https://www.vox.com/recode/2020/5/28/21273241/section-230-explained-supreme-court-social-media>
- Milmo, D. (2022, November 20). Elon Musk reinstates Donald Trump's Twitter account after taking poll. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/us-news/2022/nov/20/twitter-lifts-donald-trump-ban-after-elon-musks-poll>
- Nailufar, N. N. (2019, October 9). Buka-bukaan soal buzzer (3): Akun-akun palsu yang menggiring opini publik. *Kompas.com*. <https://www.kompas.com/tren/read/2019/10/09/100000665/buka-bukaan-soal-buzzer-3-akun-akun-palsu-yang-menggiring-opini-publik?page=all>
- Newton, C. (2019, December 16). The terror queue. *The Verge*. <https://www.theverge.com/2019/12/16/21021005/google-youtube-moderators-ptsd-accenture-violent-disturbing-content-interviews-video>
- Palmer, T. (2021, October 26). Facebook's human trafficking problem 'isn't a new phenomenon'. *NewsNation*. <https://www.newsnationnow.com/business/tech/facebook-human-trafficking/>
- Pirkova, E. (2022, July 6). The digital services act: Your guide to the EU's new content moderation rules. *Accessnow*. <https://www.accessnow.org/digital-services-act-eu-content-moderation-rules-guide/>
- Pugalia, A., & Lalani, F. (2022, December 13). Here's how the Digital Services Act changes content moderation. *World Economic Forum*. <https://www.weforum.org/agenda/2022/12/how-companies-prepare-digital-services-act/>
- Pure Moderation, (2020, November 17). Machine learning (AI) never replace human content moderation. *Pure Moderation*. <https://puremoderation.com/ai-never-replace-human-moderation/>
- Rahman, F., Nasution, S. H., Firdhanrizki, A., Aletha, N. O., & Putrawidjoyo, A. (2022). Regulating harmful content in Indonesia: Legal frameworks, trends, and concerns. Center for Digital Society (CfDS) Universitas Gadjah Mada.
- Sadya, S. (2022, October 2). Pencemaran nama baik, pasal UU ITE yang banyak dipakai pada 2021. *DataIndonesia.id*. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/pencemaran-nama-baik-pasal-uu-ite-yang-banyak-dipakai-pada-2021>
- SAFEnet Voice. (2023). *Peluncuran koalisi DAMAI*. [Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=pOv-niXyc-l>
- Santa Clara Principles. (2021). *The Santa Clara principles on transparency and accountability in content moderation*. Electronic Frontier Foundation. <https://santaclaraprinciples.org/open-consultation/>

- Sartana, S. & Afriyeni, N. (2017). Perundungan maya (cyber bullying) pada remaja awal. *Jurnal Psikologi Insight*. doi: 10.5281/zenodo.582669
- Sen, K., & Hill, D. T. (2007). *Media, culture and politics in Indonesia*. Equinox Publishing.
- Shodiq, M. D. (2021). Doktrin radikalisme terorisme melalui media sosial di Indonesia. *Jurnal Penelitian Hukum Legalitas*, 15(1). <https://media.neliti.com/media/publications/436882-none-e017f2c5.pdf>
- Siaran Pers Kementerian Komunikasi dan Informatika Nomor 340/HM/KOMINFO/08/2022 tentang Penanganan Judi Online. [https://www.kominfo.go.id/index.php/content/detail/43834/siaran-pers-no-340hmkominfo082022-tentang-penanganan-judi-online-oleh-kementerian-komunikasi-dan-informatika/0/siaran\\_pers](https://www.kominfo.go.id/index.php/content/detail/43834/siaran-pers-no-340hmkominfo082022-tentang-penanganan-judi-online-oleh-kementerian-komunikasi-dan-informatika/0/siaran_pers)
- Singh, S. (2019). Everything in moderation: An analysis of how internet platforms are using artificial intelligence to moderate user-generated content. *New America*. <https://www.newamerica.org/oti/reports/everything-moderation-analysis-how-internet-platforms-are-using-artificial-intelligence-moderate-user-generated-content/>
- Singhal, M., Ling, C., Paudel, P., Thota, P., Kumarswamy, N., Stringini, G., & Nilizadeh, S. (2022). SoK: Content moderation in social media, from guidelines to enforcement, and research to practice. *Computers and Society*. doi: 10.48550/arXiv.2206.14855
- Sugiono, S. (2020). Fenomena industri buzzer di Indonesia: Sebuah kajian ekonomi politik media. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 47–66. doi: 10.15575/cjik.v4i1.7250
- Reditya, T. H. (2021, June 11). Facebook disebut jadi platform dengan perdagangan seks paling banyak. *Kompas.com*. <https://www.kompas.com/global/read/2021/06/11/134552270/facebook-disebut-jadi-platform-dengan-perdagangan-seks-paling-banyak?page=all>
- Roos, D. (2017, January 17). The real reason website and app terms of service are so confusing. *HowStuffWorks.com*. <https://people.howstuffworks.com/the-real-reason-website-app-terms-service-are-confusing.htm>
- Twitter. (2021, January 8). Permanent suspension of @realDonaldTrump. *Twitter*. [https://blog.twitter.com/en\\_us/topics/company/2020/suspension](https://blog.twitter.com/en_us/topics/company/2020/suspension)
- Wahyudi, I. (2022, August 18). Kampanye melawan perdagangan manusia. *Kompas.id*. <https://www.kompas.id/baca/opini/2022/08/17/kampanye-melawan-perdagangan-manusia>
- Weissman, A. (2020, January 22). Who owns your social media content?. *Copyrightlaws.com*. <https://www.copyrightlaws.com/who-owns-your-social-media-content/>

- Wiryada, O. A., Martiarini, N., & Budiningsih, T. E. (2017). Gambaran cyberbullying pada remaja pengguna jejaring sosial di SMA Negeri 1 dan SMA Negeri 2 Ungaran. *Intuisi: Jurnal Psikologi Ilmiah*. <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/INTUISI/article/view/9577/6196#>
- Wood, S. (2020, November 24). Diversity is key to media companies' moderation of content. *University of Kent*. <https://www.kent.ac.uk/news/society/27193/diversity-is-key-to-social-media-companies-moderation-of-content>



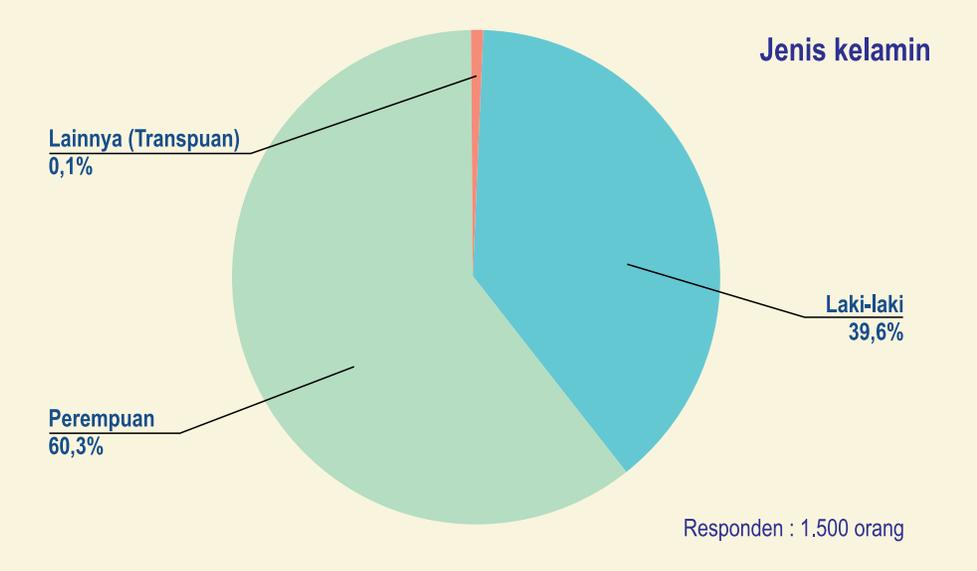
---

# LAMPIRAN

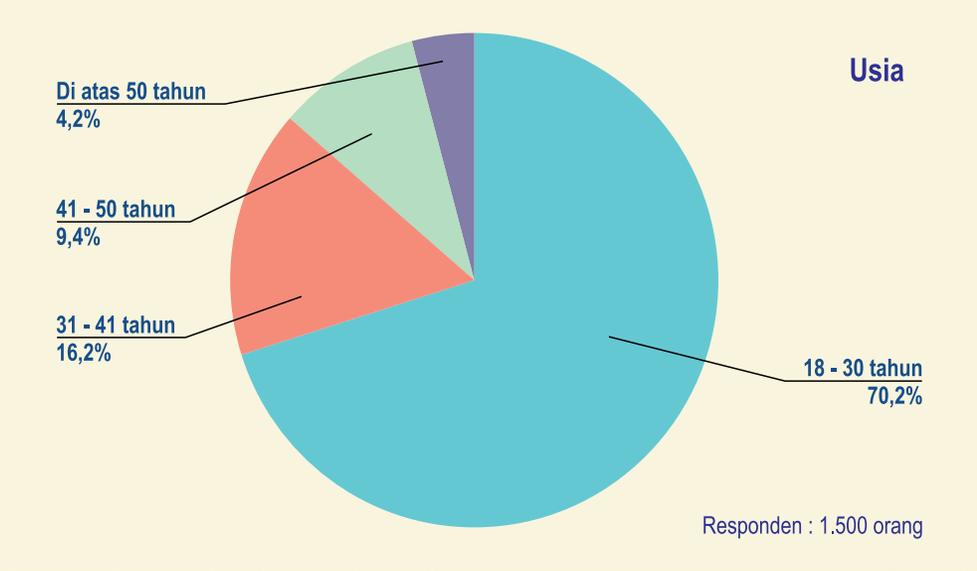
---

# Profil Responden

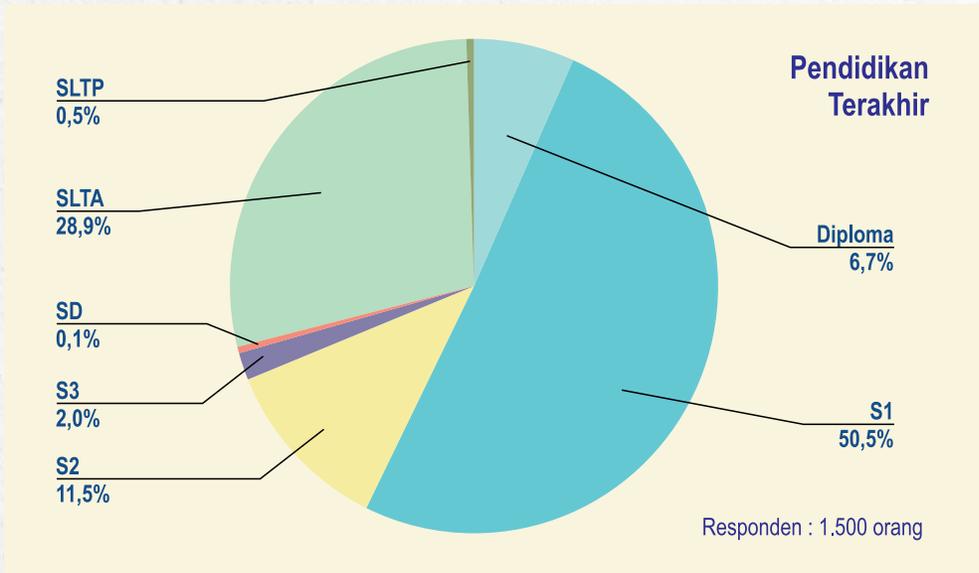
## 1. Jenis Kelamin



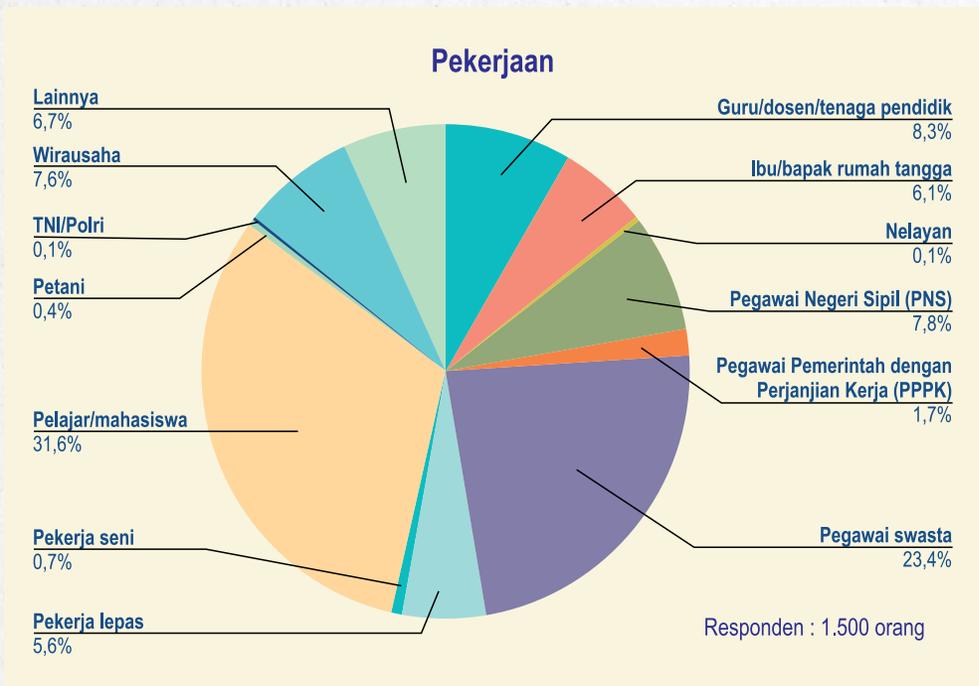
## 2. Usia



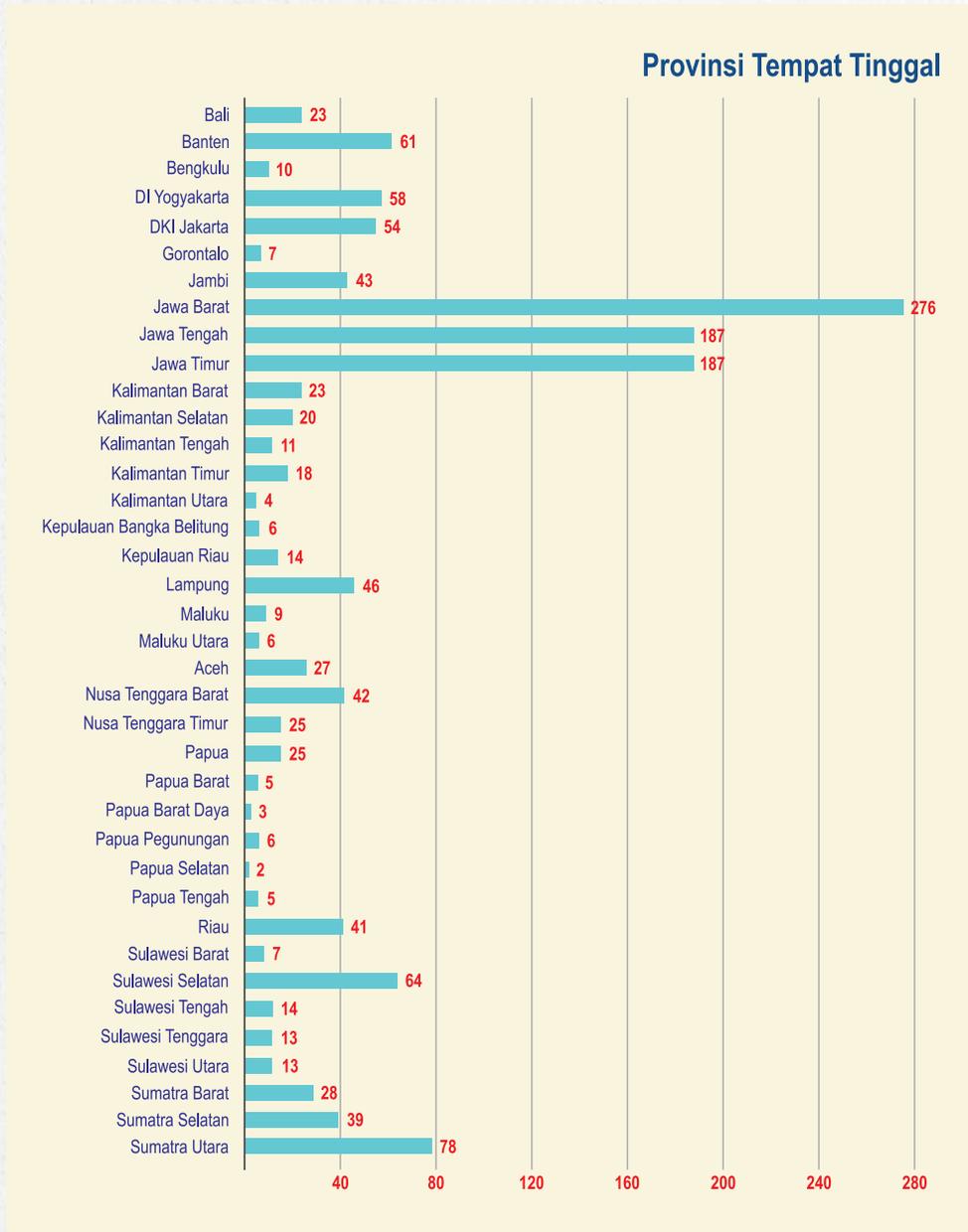
### 3. Pendidikan Terakhir



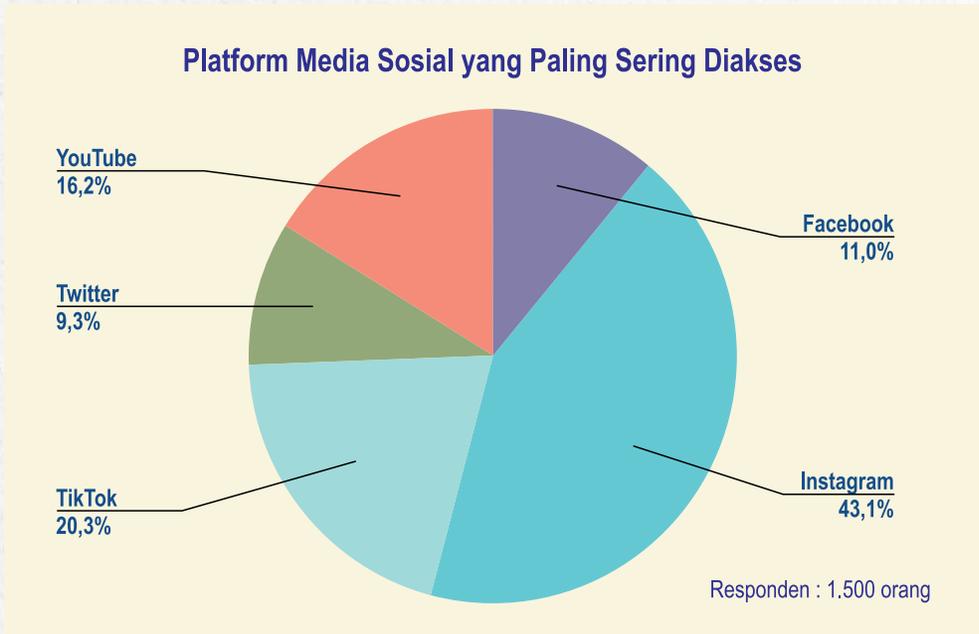
### 4. Pekerjaan



## 5. Provinsi Tempat Tinggal



## 6. Platform Media Sosial yang Paling Sering Diakses



## Profil Informan Wawancara

No.	Informan	Organisasi	Tanggal Wawancara
1.	Semuel Abrijani Pangerapan	Direktur Jenderal Aplikasi Informatika Kementerian Kominfo	7 Maret 2023 (Daring)
2.	Junico B.P. Siahaan	Anggota Komisi I DPR RI	2 Maret 2023 (Luring)
3.	Asmono Wikan	Anggota Dewan Pers	25 Februari 2023 (Luring)
4.	Herlambang P. Wiratraman	Dosen Fakultas Hukum UGM	25 Februari 2023 (Luring)
5.	Pratama Dahlian Persadha	Lembaga Riset Keamanan Siber dan Komunikasi (CISSReC)	14 Maret 2023 (Daring)
6.	Teo Reffelsen	LBH Jakarta	8 Maret 2023 (Daring)
7.	Damar Juniarto	SAFEnet, organisasi yang berfokus untuk memperjuangkan hak-hak digital warga	23 Februari 2023 (Luring)
8.	Harry Sufehmi	MAFINDO, organisasi pemeriksa fakta untuk melawan misinformasi dengan jaringan PBB, Uni Eropa, UNICEF, WHO, berbagai CSO, dan platform media sosial.	23 Februari 2023 (Daring)
9.	Yendra Budiana	Ahmadiyah Indonesia, organisasi kelompok aliran Islam di Indonesia	23 Februari 2023 (Daring)
10.	Idha Saraswati	PurpleCode Collective, organisasi nirlaba yang memperjuangkan hak-hak digital bagi perempuan dan minoritas gender	1 Maret 2023 (Daring)
11.	Ajiwan Arief	SIGAB (Sasana Inklusi dan Gerakan Advokasi Difabel) Yogyakarta, organisasi yang memperjuangkan hak penyandang disabilitas	3 Maret 2023 (Daring)

12.	Yanto Sumantri	Info Cegatan Jogja, forum di platform media sosial (Facebook) yang melakukan pengaturan konten secara sukarela/mandiri.	23 Februari 2023 (Daring)
13.	Oviani Fathul Jannah	ECPAT (End Child Prostitution and Trafficking) Indonesia, organisasi yang berfokus pada penghapusan eksploitasi anak, seperti prostitusi, pornografi, dan perdagangan anak untuk tujuan seksual.	25 Februari 2023 (Luring)
14.	Sasmito Madrim	Ketua AJI (Aliansi Jurnalis Independen) Indonesia, organisasi jurnalis di Indonesia.	26 Februari 2023 (Daring)

# Penanganan Konten Ilegal atau Negatif oleh Kementerian Kominfo

Berdasarkan data dari Direktorat Pengendalian Aplikasi Informatika, sampai 6 Maret 2023, konten ilegal atau negatif (istilah yang digunakan oleh pemerintah untuk konten yang didefinisikan riset ini sebagai ilegal dan berbahaya) di platform media sosial yang ditangani atau dilaporkan Kementerian Kominfo kepada platform media sosial mencapai hampir 1,4 juta konten, terbanyak ada di Twitter, diikuti Meta (Facebook dan Instagram).



Gambar 1.

## Jumlah Konten Ilegal atau Negatif yang Dilaporkan oleh Pemerintah kepada Platform

Sumber: Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika, Kementerian Kominfo

Sementara itu, Kementerian Kominfo juga melakukan penanganan terhadap konten ilegal atau negatif yang ada pada situs web. Penanganan ini dilakukan melalui pemutusan akses terhadap konten itu, yang bisa melalui pemutusan akses terhadap konten tertentu yang berada pada sebuah situs maupun pemutusan akses terhadap domain situs tersebut.

“Pelanggaran konten negatif atau ilegal di media sosial itu paling banyak ada di Twitter. Ada 1.241.636 dan kebanyakan adalah pornografi. Kami sekali mengajukan laporan langsung 500.000 konten. Kedua, di platform Facebook dan Instagram, terkait penyebarannya. Yang ketiga itu *file sharing*, yang digunakan untuk buku-buku tentang teroris, atau tentang cara membuat bom, atau dogma-dogma yang terselubung. Mereka biasanya menggunakan *file sharing* lalu disebarakan lewat media sosial atau lewat Whatsapp. Konten yang pernah dilakukan *takedown* selama saya menjabat menjadi Dirjen Aptika berjumlah 1.395.769.”

—**Semuel Abrijani Pangerapan**, Direktur Jenderal Aplikasi Informatika, Kementerian Kominfo, 7 Maret 2023.



Gambar 2.

**Jenis Konten Ilegal dan Negatif yang Ditangani oleh Pemerintah pada Situs**

Sumber: Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika, Kementerian Kominfo

Di bawah ini adalah alur kerja penanganan konten ilegal atau negatif yang berada pada media sosial maupun situs internet (keduanya disebut sebagai penyelenggara sistem elektronik atau PSE).

## ALUR PENANGANAN KONTEN ILEGAL ATAU NEGATIF YANG DILAKUKAN PEMERINTAH



Gambar 3.

### Alur Penanganan Konten Ilegal atau Negatif yang Dilakukan Pemerintah

Sumber: Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika, Kementerian Kominfo

Selain menerima aduan dari masyarakat dan kementerian dan lembaga (termasuk kepolisian), Kementerian Kominfo juga melakukan patroli siber secara mandiri untuk mengidentifikasi konten ilegal atau negatif di media sosial maupun situs internet.

Setiap hari, Kementerian Kominfo menerima ribuan aduan konten dari pihak eksternal, baik itu melalui aduankonten.id maupun cekrekening.id. Laporan itu lalu mereka verifikasi dan akan diikuti dengan penindakan jika memang konten tersebut melanggar peraturan perundang-undangan.

Penyelenggara sistem elektronik (PSE) biasanya akan langsung menghapus konten yang dilaporkan. Namun jika ada konten yang masih rancu atau diperdebatkan, Kementerian Kominfo akan menjadi mediator bagi platform untuk berdiskusi dengan kementerian/lembaga yang berwenang menentukan.

Riset yang dilaksanakan PR2Media pada Januari hingga Maret 2023 menghasilkan setidaknya dua temuan utama.

Pertama, data survei yang melibatkan 1.500 pengguna media sosial dari 38 provinsi tentang jenis konten ilegal dan berbahaya yang paling sering mereka jumpai, termasuk harapan mereka terhadap platform media sosial dan negara.

Kedua, gambaran betapa UU ITE merupakan induk regulasi pengaturan konten internet di Indonesia, yang darinya muncul dua peraturan turunan, yaitu Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik dan Permenkominfo No. 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Sistem Elektronik Lingkup Privat—yang mendapat protes luas dari warga karena dinilai berpotensi merugikan hak digital warga. Persoalan yang tidak kalah mendasar terkait Permenkominfo No. 5/2020 adalah aspek teknis, yaitu betapa sulitnya jika Kementerian Kominfo melakukan pengawasan dan penindakan konten secara langsung di segala jenis platform digital yang diakses oleh warga Indonesia.

Andai UU ITE memberikan wewenang kepada platform media sosial untuk melakukan penanganan konten, maka tugas Kementerian Kominfo hanya mengawasi penegakan regulasi itu. Wewenang pengaturan (moderasi) konten kepada platform media sosial ini seperti yang terjadi di Uni Eropa melalui Digital Services Act, yang merinci kewajiban beragam platform digital terhadap konten ilegal dan berbahaya, dengan platform besar memiliki tanggung jawab yang lebih besar pula.

Pelimpahan wewenang kepada platform adalah model yang sebenarnya diharapkan oleh Direktur Jenderal Aptika Kementerian Kominfo, seperti terurai di bagian akhir Temuan laporan riset, karena tiap platform media sosial memiliki teknologi yang lebih sesuai untuk mengawasi konten di platformnya. Untuk menerapkan hal tersebut, UU ITE harus direvisi terlebih dahulu, lalu aturan yang baru perlu tegas dan jelas dalam mendefinisikan dan mengatur tata cara pengaturan (moderasi) konten ilegal dan berbahaya.

Tim riset ini berpendapat, revisi UU ITE jilid kedua yang saat ini berlangsung idealnya bukan sebatas merevisi pasal-pasal yang selama ini banyak diperdebatkan, tapi juga mengubah secara mendasar wewenang pengaturan konten di platform digital, yakni diberikan kepada platform media sosial dengan pemerintah sebagai pengawasnya, supaya penanganan konten ilegal dan berbahaya bisa lebih efisien dan efektif.

ISBN 978-623-98767-4-6 (PDF)

