



CENTRE FOR
STRATEGIC AND
INTERNATIONAL
STUDIES

POLICY BRIEF

MENUJU PENDEKATAN KOLABORATIF MENGATASI *INFLUENCE OPERATIONS* DI INDONESIA





MENUJU PENDEKATAN KOLABORATIF MENGATASI *INFLUENCE OPERATIONS* DI INDONESIA



CENTRE FOR
STRATEGIC AND
INTERNATIONAL
STUDIES

A Policy Brief by CSIS Indonesia

Noory Okthariza
Vidhyandika Djati Perkasa
Rifqi Rachman

The CSIS Policy Brief is a means by which members of the Centre for Strategic and International Studies (CSIS) research community can quickly disseminate their research findings and encourage exchanges of ideas.

The author(s) welcome comments on the present form of this Research Report. The views expressed here are those of the author(s) and are not intended to be attributed to CSIS Indonesia

© 2024 CSIS Indonesia
All rights reserved

Menuju Pendekatan Kolaboratif Mengatasi *Influence Operations* di Indonesia

Noory Okthariza¹, Vidhyandika Djati Perkasa² and Rifqi Rachman³

Pendahuluan

Diskursus tentang peran *influence operation* (IO) atau operasi pemengaruh dalam pemilu semakin mendapat perhatian publik. IO adalah upaya terorganisir untuk mempengaruhi masyarakat atau hasil (misalnya pemilu) ke arah tujuan tertentu.⁴ IO dapat juga didefinisikan sebagai suatu upaya strategis untuk memanipulasi opini atau perilaku publik. Pada dasarnya, ini adalah upaya terencana untuk membentuk bagaimana orang berpikir tentang sesuatu kejadian.

Ada tiga hal yang perlu diperhatikan dalam memahami IO. Pertama, tujuan utamanya adalah untuk mencapai hasil tertentu, termasuk mempengaruhi opini publik terhadap suatu isu atau kejadian tertentu, seperti mempengaruhi hasil pemilihan umum. Taktik yang digunakan dalam IO juga perlu untuk diperhatikan. Dari aspek teknologi, IO dapat menggunakan berbagai taktik, termasuk menyebarkan disinformasi, menggunakan media sosial untuk membuat akun palsu dan bahkan peretasan atau serangan siber. Selain mengandalkan teknologi dan media sosial, IO juga dapat dilakukan dalam ranah fisik atau tindakan nyata, seperti politik uang di masa kampanye atau melakukan intimidasi. IO juga melibatkan taktik penipuan untuk menutupi

asal-usul atau maksud dari operasi tersebut. Hal ini dapat menyulitkan orang untuk menilai kredibilitas informasi atau kejadian yang sedang diamati. Aktor dari IO juga bervariasi mulai dari pemerintah, aktivis, partai politik, dan kelompok pengusaha.

Munculnya istilah *black and negative campaign* di media sosial seperti Facebook, Instagram Tik-tok dan X (Twitter) adalah bukti dari manifestasi IO ini khususnya selama masa kampanye. Praktek-praktek ini telah dicoba untuk dicegah dan diatur dengan melibatkan pemangku kepentingan seperti Kominfo, KPU, Bawaslu, BSSN, Cyber Crime Mabes Polri dengan menggandeng platform-platform media sosial yang terlibat di dalamnya dan dengan bersandar pada UU Pemilu dan UU ITE.

Bila melihat trend penggunaan IO melalui media sosial antara Pemilu 2019 dan 2024, meskipun masih perlu didukung oleh data yang akurat, menurut informan studi ini terlihat adanya penurunan dari aspek intensitas dan dari aspek dampak ke masyarakat. Hal ini disebabkan oleh semakin meningkatnya literasi digital masyarakat, masa kampanye 2024 yang lebih pendek dibandingkan 2019, pemilu 2019 masih bersifat 'emosional' sebagai dampak dari Pilkada 2017- berbeda dengan situasi di

¹ Senior Researcher, Centre for Strategic and International Studies

² Senior Researcher, Centre for Strategic and International Studies

³ Associate Researcher, Safer Internet Lab

⁴ Kanya Yadav, et.al. What Makes an Influence Operation Malign? Carnegie Endowment for International Peace. Working Paper. August 2023.

Pemilu 2024, dan lebih banyak pemilih muda di Pemilu 2024 yang dinilai lebih kritis.

Dalam melihat trend IO melalui media sosial antara 2019 dan 2024 terjadi juga perbedaan. Penggunaan IO melalui media sosial di 2019 bergerak dengan luar biasa karena kompetisinya juga keras karena melibatkan petahana dan hanya dua pasang calon yang maju. Sedangkan di 2024, tidak ada petahana dan ada tiga pemain baru. Jadi relatif berimbang.

Meskipun terjadi penurunan secara intensitas, ada fakta sosial semakin progresifnya dan masifnya penyebaran IO melalui media sosial ini. Ada kreatifitas baru dalam memanfaatkan perkembangan teknologi untuk IO ini. Misalnya saja, dalam pemilu 2024 ini muncul banyak video-video berdurasi pendek. Jenis video seperti kadang sulit untuk diidentifikasi keaslian atau validitas informasi yang dikandung di dalamnya. Meskipun ada peningkatan terhadap literasi digital, video-video seperti ini cenderung berpotensi ditelan secara mentah-mentah oleh masyarakat, termasuk generasi muda yang mudah percaya. Sebagai dampaknya, seorang bisa kehilangan hak pilihnya karena gagal memahami informasi yang dikandung dalam video pendek tersebut.

Bila dikaji dengan lebih dalam, IO telah bergerak dengan leluasa dalam mempengaruhi pilihan pemilih pada segmen masyarakat tertentu selama pemilu 2024 ini. Dari perspektif kebijakan, terkadang masih sulit juga untuk menentukan atau membedakan apakah video tersebut merupakan kampanye negatif atau hitam sehingga menghambat proses penindakan.

Selain melalui media sosial, IO di ranah fisik dilihat semakin berkembang di tahun 2024 dibandingkan 2019. Hal ini bersumber karena Presiden dianggap punya

kecenderungan atau mendukung salah satu kandidat. Presiden dinilai tidak bersikap netral oleh karena itu IO secara fisik itu meningkat. Praktek umum IO adalah politik uang. Selain itu, meningkatnya IO secara fisik ditandai dengan banyak pembagian bansos, atau kegiatan-kegiatan seperti bazaar, atau perlombaan olahraga yang intinya diarahkan untuk mempengaruhi preferensi atau pilihan seseorang.

Bentuk IO lainnya adalah dalam bentuk intimidasi yang bisa menimpa siapapun termasuk masyarakat, pejabat kepala daerah, tim sukses dan bahkan aparat penyelenggara pemilu. Seorang penyelenggara pemilu mengatakan pernah mengalami akunya di hack. Ada upaya untuk mendelegitimasi penyelenggara pemilu melalui IO ini. Bentuk kooptasi terhadap penyelenggara pemilu, misalnya adanya 'intervensi' dari aktor politik sejak masa rekrutmen atau tidak patuh terhadap putusan pengadilan atas suatu gugatan juga merupakan bentuk dari IO. Melalui kooptasi ini, mekanisme kerja penyelenggara pemilu ini menjadi rusak. Pencabutan baliho kandidat tertentu juga merupakan bentuk dari IO. Di Pemilu 2024 ini ada kecenderungan bahwa semua 'aparat bergerak atau digerakan' sampai ke level desa untuk pendukung pasangan calon tertentu.

Secara umum, riset tentang IO punya setidaknya dua tantangan. Pertama, bukanlah hal mudah mengidentifikasi aktivitas IO apalagi secara khusus membedakan antara IO yang bersifat legal atau positif dengan IO yang berbahaya atau yang bersifat negatif. Sebagai ilustrasi, dalam Pemilu 2024 ada beberapa kejadian di masa kampanye yang menggambarkan IO seperti pembagian Bansos dan menaikkan gaji anggota penyelenggara pemilu menjelang

hari pencoblosan. Secara normatif, tindakan ini adalah sah. Tetapi di sisi lain ia boleh dianggap sebagai pelanggaran karena secara sistematis menggiring opini publik untuk mendukung kandidat tertentu. Melihat kompleksitas tersebut Yadav. et.al (2023) mensyaratkan mengobservasi kriteria transparansi (siapa yang bermain di belakang operasi tersebut dan jenis operasi apa yang dijalankan); kualitas dari konten (bagaimana kualitas dari konten yang didistribusikan); transparansi terkait aksi (siapa yang menjadi target dari operasi tersebut dan sarana apa yang digunakan).⁵

Selain masalah identifikasi, tantangan kedua adalah belum adanya kejelasan terkait regulasi dan aturan hukum IO. Dalam konteks pemilu, banyak aktivitas kontroversial baik di ranah luring dan daring yang sulit dicarikan delik hukum dan pelanggaran aturannya. Sebagai contoh, PKPU 15/2023 tentang Kampanye Pemilu mendefinisikan batasan kampanye secara sempit sebagai 'ajakan memilih'. Ini membuat banyak sekali program, kegiatan, interaksi, atau aktivitas yang dilakukan secara sadar untuk mempengaruhi opini publik tentang kandidat tertentu akhirnya lolos dari pengecualian kampanye karena tidak mengandung unsur 'ajakan memilih'. Pengaruh IO bisa jadi menguat karena adanya ambiguitas aturan yang memungkinkan IO bekerja.

Meskipun IO dapat dikatakan sebagai fenomena global, situasi atau pengalaman di tiap-tiap negara tentu beda dan unik seperti yang juga ditemukan di Indonesia melalui studi ini. Secara epistemologi, istilah IO belum cukup dikenal baik di mata pemerintah maupun masyarakat secara

umum meski prakteknya nyata terjadi. Dengan demikian cenderung ada gap dalam aspek praxis IO dalam konteks kebijakan. IO seringkali juga dianggap sebagai suatu hal yang *given* yang melupakan kaitannya dengan dinamika ekonomi politik yang mendasari praktek tersebut di suatu negara.

IO juga seringkali dilihat hanya sebagai fenomena di akar rumput yang melibatkan kandidat, team sukses dan masyarakat dan menihilkan suatu kemungkinan bahwa praktik ini merupakan 'suatu *grand-design*' politik yang melibatkan banyak aktor termasuk aktor penyelenggara pemilu sendiri. IO juga bisa subur berkembang karena berbagai *enabling factors* yang mendasari termasuk adanya gap di aspek regulasi dan adanya ruang abu-abu atau *grey area*. Selain itu, praktek IO juga berlanjut karena pengaruh dari kooptasi berbagai macam aktor politik dengan segala kepentingannya.

Laporan ini bertujuan memberi perspektif kebijakan tentang IO di Indonesia yang melibatkan kolaborasi pemangku kepentingan terkait. Laporan ini ditulis pasca perhelatan Pemilu 2024 dan menjelang dimulainya kampanye Pilkada serentak November mendatang. Terbatasnya ketersediaan waktu dan persiapan penyelenggaraan Pilkada 2024 juga memperkuat urgensi memahami bagaimana trend IO berkembang dan beroperasi dalam lanskap pemilu di Indonesia.

Dalam laporan ini kami mengikutsertakan pandangan dan tantangan-tantangan yang dihadapi pemangku kepentingan terkait yang terdiri dari pemerintah, aktor politik seperti partai dan politisi, pegiat media arus utama, perusahaan teknologi, serta

⁵ Kanya Yadav, et.al. What Makes an Influence Operation Malign? Carnegie Endowment for International Peace. Working Paper. August 2023.

penyelenggara pemilu. Laporan ini dibagi menjadi dua bagian utama. Pertama, penjelasan mengapa tren IO terjadi. Di sini kami membahas tantangan sektoral dalam mengatasi IO dalam perspektif pemangku kepentingan. Bagian kedua adalah rekomendasi, di mana kami mengajukan saran-perbaikan yang secara spesifik ditujukan kepada peserta dan pelaksana pemilu, platform media sosial, media arus utama, serta pemerintah.

Tantangan Memberantas Influence Operations

Sejumlah karakteristik pengaplikasian IO menghadirkan empat tantangan yang teridentifikasi. Keempatnya ditemui pada pelaksanaan Pilpres 2024 lalu, dan menjadi penting untuk dipahami guna menghadirkan respons yang tepat dari seluruh aktor relevan menjelang penyelenggaraan Pilkada 2024, baik itu peserta, penyelenggara, maupun perusahaan media sosial.

Operasi Populer yang Tersembunyi

Wawancara mendalam bersama sejumlah peserta pemilu membuktikan bahwa taktik IO adalah pilihan populer; digunakan oleh semua peserta, baik itu timses atau parpol. Namun, tertutup dan hati-hatinya pelaksanaan operasi ini membuatnya sulit untuk diekspos selama dan setelah masa pemilu. Menjadi cukup mengkhawatirkan karena sebuah peraturan baru akan bisa mengintervensi ketika obyek yang dipermasalahkan (dalam hal ini praktik IO) bisa teridentifikasi, baik dari segi bobot,

aktor pelaksana, hingga afiliasi dengan peserta pemilu. Tujuannya tak lain agar penyediaan aturan main akan menghasilkan kampanye yang lebih baik dan berhasil menumpas eksekusi negatif IO. Tantangan ini adalah suatu pola yang beresonansi dengan tren IO dalam kampanye di wilayah Asia Tenggara lain, misalnya saja, di Filipina⁶.

Menjelang Pilkada 2024, antisipasi pada pengaplikasian IO menjadi lebih genting sebab pemilihan akan terjadi di ratusan wilayah secara serentak. Mengartikan adanya ratusan konteks, latar, dan kultur yang berbeda di setiap daerah yang melaksanakan pemilihan tersebut. Karakter IO yang tertutup lantas lebih menantang dengan begitu beragam dan berbedanya konteks yang disisipkan dalam kampanye, yang akhirnya menuntut kesiapan yang jauh lebih matang untuk seluruh jajaran KPU dan Bawaslu yang ada di level provinsi, kabupaten, dan kota.

Transparansi Data dari Platform

Upaya menahan pengaruh IO telah cukup banyak dilakukan, salah satunya lewat kolaborasi lintas sektoral antara pegiat media, NGO, pemerintah, akademisi, dan perusahaan platform media sosial. Sebagai contoh, CekFakta.com, merupakan salah satu contoh baik dari kolaborasi ini. Platform *debunking* konten-konten IO yang sarat misinformasi yang diinisiasi oleh MAFINDO, AJI, dan AMSI ini telah diluncurkan sejak 2018 dengan memanfaatkan jaringan media-media online dan ratusan pemeriksa fakta yang tersebar di seluruh Indonesia.

Akan tetapi masih belum jelas dampak langsung dari kolaborasi ini terhadap

⁶ Fatima Gaw, Jon Benedik A. Bunquin, Samuel I. Cabbuag, Jose Mari H. Lanuza, Noreen H. Sapalo, dan Al-Habbyel B. Yusoph. "Political Economy of Covert Influence Operations in the 2022 Philippine Elections." *Internews* (2023). https://internews.org/wp-content/uploads/2023/07/InternewsPH_July2023_Political-Economy-of-Covert-Influence-Operations-in-the-2022-Philippine-Elections-2.pdf

penurunan misinformasi, apalagi mengetahui efek *deterrence* kepada aktor-aktor yang terlibat. Sulit misalnya mengatakan bahwa penurunan intensitas misinformasi yang terjadi pada Pemilu 2024 dikarenakan upaya advokasi yang berhasil dari kolaborasi multipihak. Hal ini sebagian karena konteks perkembangan misinformasi dan IO di Indonesia sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal, misalnya terkait dengan level polarisasi politik yang terjadi. Berbeda dengan pemilu sebelumnya, Pemilu 2024 dianggap lebih kondusif di mana kekhawatiran akan terjadinya intensitas misinformasi sebagaimana dua pemilu sebelumnya ternyata tidak terbukti.

Tentu ini tidak berarti Indonesia akan terbebas dari dampak buruk IO di masa mendatang. Konteks politik yang senantiasa dinamis perlu terus diperhatikan. Selain itu, Indonesia akan melaksanakan pilkada serentak di 545 daerah akhir tahun nanti yang meliputi 37 provinsi, 415 kabupaten, dan 93 kota. Sejauh ini belum ada kesepakatan soal bagaimana media sosial akan punya dampak di pilkada. Belum ada pula upaya yang terorganisir baik dari pemerintah, platform, dan masyarakat sipil soal bagaimana mengatasi potensi penyalahgunaan media sosial dalam konteks pilkada yang bisa berdampak negatif kepada masyarakat.

Kolaborasi multipihak akan lebih efektif manakala platform bisa memberi support lebih di luar pendanaan. Hal ini sampai sekarang agak sulit dilaksanakan mengingat kantor perwakilan perusahaan teknologi di Indonesia lebih banyak berkaitan dengan divisi pemasaran dan penghubung komunikasi dengan pemerintah. Sementara divisi teknis yang berkaitan dengan bagaimana algoritma amplifikasi pesan di media sosial bekerja belum tersedia. Ini

menjadi problem mengingat konteks persoalan IO dan misinformasi di Indonesia persis berkaitan dengan algoritma platform yang belum bisa menahan penyebaran-penyebaran misinformasi, *hoax*, *hate speech*, dan semacamnya. Isu-isu yang bersifat *tailor-made* sulit dibendung jika pendekatan misinformasi bersifat platform-sentris, alih-alih kontekstual dan mengikutsertakan perspektif multipihak.

Ini salah satu yang menjelaskan mengapa sebagian kalangan kerap mempersoalkan transparansi platform teknologi. Problem ini berawal dari perbedaan konsepsi antara platform dan aktor-aktor domestik di tiap negara mengenai siapa dan bagaimana konten kontroversial itu harus dimoderasi. Hal ini membutuhkan musyawarah panjang dan juga jalan tengah yang bisa memuaskan kedua pihak.

Grey Area dan Regulasi

Bila ingin menelusuri faktor apa yang mendukung suburnya IO ini di aspek hulunya adalah di permasalahan regulasi dan aturan sedangkan hilirnya adalah dampaknya. Regulasi atau aturan ini tidak serta-merta dapat mengatur setiap aksi terkait pemilu secara detail. Teorinya, tidak ada aktivitas terkait kepemiluan yang tidak bisa diatur. Hanya saja selalu ada ruang kosongnya atau ruang abu-abunya (*grey area*). Grey area ini adalah celah yang dimanfaatkan oleh aktor IO ini karena ketidaksempurnaan regulasi. Ada banyak contoh di mana ruang abu-abu memberikan aktor IO untuk bergerak dengan leluasa.

Perlu juga dikaji secara kritis, mengapa celah atau ruang abu-abu dalam regulasi ini bisa terjadi - bukan semata-mata karena secara kebetulan merupakan masalah teknis semata. Regulasi ini adalah produk politik dimana prosesnya pembuatan banyak

terkontaminasi kepentingan politik. Ada pihak-pihak yang tidak mau dirugikan dari UU ini. Hal ini terlihat dari dua UU yaitu UU Pemilu dan UU Partai Politik yang paling banyak mengalami uji materi dibandingkan UU yang lain.

Dari dimensi teknologi, seorang pengamat mengatakan bahwa regulasi yang ada seperti UU Pemilu maupun ITE belum bisa mengikuti perkembangan teknologi. Dalam UU Pemilu, penggunaan media sosial hanya disebutkan sebagai salah satu metode kampanye yang bisa dilakukan oleh peserta kampanye. Dengan perkembangan teknologi, misalnya dari bentuk gambar atau teks ke video-video pendek sudah menghasilkan dampak yang berbeda dan itu tidak diantisipasi dalam regulasi tersebut.

Contoh lain adalah aturan dalam PKPU yang mensyaratkan pendaftaran akun peserta kampanye sebanyak 20 akun. Prakteknya, banyak bermunculan akun-akun baru dan palsu dan bot-bot yang makin progresif. Regulasi ini perlu direvisi, mengikuti perkembangan teknologi. Seringkali juga diperlukan integrasi dari berbagai macam regulasi untuk menangani IO ini dan tidak hanya mengandalkan dari UU Pemilu dan UU ITE, misalnya UU tentang pengaturan keamanan negara.

Dari aspek fisik, regulasi sudah mengatur jenis bantuan, oleh siapa dan kapan bisa dibagikan dan syarat-syarat lainnya. Yang boleh dibagikan hanya souvenir kampanye seperti topi, kalender, mukena, gantungan kunci yang ada atribut calonnya dan parpol. Kalau ingin membagikan jenis barang lainnya tidak diperbolehkan dengan embel-embel atribut paslon tertentu dan tidak boleh dengan narasi untuk memilih pasangan tertentu. Yang boleh membagikan hanya pasangan calon (paslon) dan tim suksesnya atau yang sudah didaftarkan. Penyelenggara

lomba juga tidak boleh dengan atribut kampanye.

Praktek di lapangan sangat berbeda. Terjadi banyak 'penyeludupan-penyeludupan', termasuk dalam kegiatan sosial yang merupakan manifestasi dari IO. Ada kasus paslon tertentu membagikan beras di daerah pemilihannya (dapil) sendiri di saat ada bencana alam. Meskipun tidak ada embel-embel kampanye, tentu ini adalah motif dari IO atau untuk mempengaruhi pilihan seseorang.

Ruang abu-abu lainnya adalah terkait kegiatan kampanye yang sudah ditentukan waktunya. Bila seorang paslon mulai membagikan bansos sebelum atau sesudah tanggal kampanye akan sulit dinilai sebagai sebuah pelanggaran. Atau kalau dalam konteks media sosial melakukan ujaran kebencian, hoaks, fitnah sebelum dan sesudah masa kampanye juga sulit ditindak. Ada juga aturan bahwa yang boleh membagikan bantuan adalah paslon, tim sukses dan pelaksana, peserta yang sudah didaftarkan.

Prakteknya ada orang di luar mereka secara perseorangan yang melakukan pembagian bantuan ini. Masyarakat paham orang ini adalah simpatisan paslon tertentu dan aturan yang ada tidak bisa dipakai untuk menindak. Hal ini merupakan modus IO karena oleh peserta pemilu orang ini memang 'sengaja' tidak dimasukkan dalam tim kampanye sehingga leluasa memberikan materi ke pemilih.

Di masa tenang, orang-orang yang tidak didaftarkan sebagai peserta atau tim sukses kampanye ini juga seringkali melakukan kampanye terselubung baik melalui pembagian materi atau kegiatan lain. Aksi mereka sulit ditindak secara hukum. Bila dicoba untuk ditindak, orang ini juga tidak akan secara terbuka menerangkan siapa

yang menyuruh, dan pemilik materinya. Semua akan diakui sebagai miliknya sendiri.

Contoh lain adalah jenis bantuan. Yang dilarang adalah dalam bentuk uang tetapi paslon menyalin dalam bentuk voucher atau e-money. Hal ini juga tidak bisa ditindak. Ada juga permasalahan yang menyangkut mind-set di masyarakat. Dalam melakukan kampanye, paslon akan mengundang ke rumahnya untuk pengajian dan sebagai bentuk penghargaannya akan diberikan uang transport.

Hal ini jelas dilarang dari aspek regulasi tetapi sulit untuk ditindak. Tidak mungkin bentuk penghargaan dalam bentuk bensin. Masyarakat, khususnya dari strata menengah ke bawah juga mempunyai ekspektasi tersendiri akan menerima materi kalau hadir memenuhi undangan paslon ini. Ada unsur resiprokal di antara paslon dengan masyarakat. Dengan kata lain bisa dikatakan bahwa politik uang itu berjalan dua arah: paslon membagikannya dan masyarakat pun mengharapkan mendapatkan uang itu.

Selain itu, dalam melakukan penindakan diperlukan barang bukti, misalnya dalam bentuk uang dalam amplop. Yang terjadi, dalam upaya melakukan penindakan terjadi hambatan karena masyarakat minta ganti rugi atau uang yang 'disita' sebagai barang bukti politik uang ini. Penyelenggara pemilu tidak siap mengantisipasi permintaan dari masyarakat ini. Kendala lain dalam penanganan IO juga bersumber dari masyarakat yang tidak mau melapor bila menjadi sasaran dari politik uang. Dalam hal ini KPU sulit menegakan aturannya sendiri karena tidak menemukan siapa pelapornya, siapa terlapor, tempat kejadian dan barang buktinya.

Dalam Pemilu 2024 ini fenomena bansos khususnya yang melibatkan Presiden Joko

Widodo seperti mendapat momentum yang penting. Dari hasil sidang gugatan pemilu, adanya *dissenting opinion* dari tiga hakim Mahkamah Konstitusi menandakan bahwa bansos memang berpotensi mempengaruhi hasil pemilu. Ada juga fenomena yang aneh dimana menteri yang seharusnya mengurus bansos justru tidak terlibat di dalamnya. dan malah melibatkan menteri yang tupoksinya tidak terkait dengan urusan bansos. Dipertanyakan juga mengapa bansos ini tidak diambilkan dari APBN tapi dari dana operasional Presiden. Bansos ini juga dibagikan berdekatan dengan pemilu. Berkunjungnya Presiden ke daerah-daerah kunci untuk membagikan bansos ini juga merupakan indikasi dari IO.

Bila membandingkan antara UU Pemilu dan UU Pilkada, terlihat aturan yang lebih tegas di UU Pilkada. Misalnya, enam bulan sebelum penetapan calon, petahana dilarang membuat kebijakan yang bisa menguntungkan atau merugikan peserta pemilu. Di UU Pemilu tidak ada aturan seperti ini dan dibuat 'loose'. Aksi Presiden menaikkan gaji penyelenggara pemilu menjelang pemilu jadinya tidak bisa ditegakan hukumnya, padahal berpotensi menjadi bagian dari IO.

Secara konseptual ada istilah '*pork barrel politics*' yang relevan kalau dilakukan oleh petahana. *Pork barrel politics* adalah usaha petahana untuk menggelontorkan atau mengalokasikan sejumlah dana untuk tujuan tertentu yaitu agar terpilih kembali. Saat ini Presiden Joko Widodo bukan petahana dan tidak akan mencalonkan diri lagi. Hanya saja cara-cara yang digunakan untuk mendukung salah satu calon tertentu mengikuti gaya-gaya *pork barrel politics* tersebut. Bisa diperdebatkan apakah tindakan ini masuk sebagai IO, tetapi yang jelas tidak ada aturan yang bisa untuk menjeratnya.

Ada wilayah abu-abu lain dalam regulasi yang memperbolehkan Presiden untuk berkampanye kalau dia anggota parpol. Hal ini dimaknai kalau Presiden petahana dan akan maju lagi. Aturan ini tidak berlaku untuk Presiden Joko Widodo. Tetapi karena aturannya tidak secara tegas mengatakan ini khusus petahana maka ada ruang untuk dipermainkan dan menjadi bagian dari IO. Dari bahasan di atas terlihat bagaimana IO ini memanfaatkan ruang kosong dan abu-abu untuk bergerak dan tidak tersentuh aturan dalam regulasi.

Masalah Teknis

Penyelenggaraan Pemilu

Dari tujuh modus operandi yang dijelaskan pada bagian Aktor Politik dan Infiltrasi Kepentingan dalam SAIL Snapshot, IO seringkali juga diuntungkan oleh kelemahan teknis KPU dan Bawaslu. Misalnya dalam kasus KPU, ada keterlambatan dalam menerbitkan regulasi. Tahapan-tahapan pemilu sudah berjalan (20 bulan sebelum hari pencoblosan), tetapi regulasinya baru diterbitkan dalam hal penyusunan anggaran, verifikasi peserta pemilu dan PKPU tentang perhitungan pemungutan suara yang baru diterbitkan 18 Desember 2023. Padahal, hari pemungutan suara adalah 14 Februari 2024. Contoh lain, PKPU tentang rekapitulasi perhitungan suara, baru terbit 12 Februari, padahal hari pemungutan suara adalah 14 Februari 2024.

Dampak dari keterlambatan penerbitan PKPU adalah kurangnya waktu untuk mensosialisasikan peraturan tersebut agar masyarakat paham. Ruang kosong dalam hal pemahaman mudah diintrusi IO. Keterlambatan terjadi karena ketidakmampuan KPU untuk mengatur pekerjaan dan waktu.

Contoh lain adalah rekrutmen anggota KPU baik dari level pusat sampai daerah. Prosesnya dilakukan bersamaan dengan tahapan pemilu. Implikasinya adalah konflik kepentingan menjadi sangat tinggi.

Permasalahan terkait Sirekap juga banyak dipertanyakan masyarakat karena tidak transparan terhadap data proses dan hasil pemilu. Kondisinya sangat berbeda dengan pemilu-pemilu sebelumnya di bawah aplikasi Silog (Sistem Informasi Logistik), Silon (Sistem Informasi Pencalonan), dan Situng (Sistem Informasi Penghitungan) yang dianggap mutakhir dalam aspek pendataan pemilu. Karena Sirekap dinilai kacau, masyarakat mempertanyakan apakah ini hanya masalah teknis atau memang sengaja 'dikacaukan' sebagai bagian dari IO.

Masalah teknis lainnya menyangkut sumber daya manusia (SDM) lembaga penyelenggara pemilu, baik dari aspek kuantitas maupun kualitas. Dari aspek kuantitas, diperlukan SDM yang lebih banyak untuk menangani IO. KPU dan Bawaslu tidak memiliki sumber daya yang cukup untuk bergerak merespons keluhan masyarakat atau pelanggaran yang terjadi. Dari aspek kualitas, perlu peningkatan kapasitas agar KPU dan Bawaslu mampu memahami substansi IO dengan lebih rinci termasuk didukung oleh prasarana (teknologi) yang memadai.

Rekomendasi

Untuk Peserta Pemilu

- Penting bagi parpol untuk mengadakan pendidikan politik terhadap konstituen terkait perkembangan IO sebagai strategi kampanye digital. Upaya tersebut akan menjadi **unique selling proposition** dari parpol di tengah ekosistem kampanye digital yang liar.

- Parpol perlu mendorong DPR dan KPU untuk memperbaiki aturan kampanye digital di pemilihan umum eksekutif (nasional dan daerah) dan legislatif (nasional dan daerah). Tujuannya adalah **menghadirkan sebuah *level playing field* dalam kampanye daring**, sehingga parpol kecil memiliki kesempatan untuk tetap terekspos secara adil ketika dihadapkan pada parpol bersumber daya besar di ruang digital. Hal ini menjadi relevan di momen pilkada karena parpol yang memiliki instrumen finansial dan sosial yang kuat di level nasional belum tentu memiliki keuntungan yang serupa di ratusan wilayah yang menyelenggarakan pilkada November nanti.

Untuk Pelaksana Pemilu

- Perlu memastikan bahwa proses seleksi atau rekrutmen anggota KPU dan Bawaslu berjalan secara profesional dan tidak terkontaminasi kepentingan dari manapun dan siapapun termasuk dari parpol dan anggota DPR. Perlu dibentuk lembaga independen untuk menjamin proses seleksi yang profesional. Melalui proses ini diharapkan menghasilkan anggota KPU dan Bawaslu yang berintegritas
- Perlunya peningkatan kapasitas sumber daya manusia DKPP, KPU dan Bawaslu khususnya di level daerah agar memahami dengan lebih rinci terkait IO dan cara menanganinya serta peningkatan kapasitas terkait substantif kepemiluan. Selain itu, peningkatan kapasitas dan pemahaman SDM penyelenggara pemilu, khususnya di tingkat bawah seperti PPK, PPS, dan KPPS, terkait regulasi, digitalisasi, dan praktik pengawasan IO juga menjadi hal yang penting untuk dilakukan.
- KPU harus memastikan semua PKPU bisa selesai sebelum tahapan pemilu berjalan agar proses sosialisasinya berjalan dengan efektif dan benar-benar dipahami masyarakat
- Interaksi antar lembaga penyelenggara pemilu harus lebih diintensifkan agar saling paham dan menghindari beda tafsir dalam menangani berbagai kasus yang dihadapi. Interaksi ini juga perlu dilakukan dengan lembaga peradilan seperti MK, MA, dan PTUN
- Lembaga penyelenggara pemilu harus memastikan bahwa dana pendidikan politik dipergunakan parpol sebagaimana mestinya untuk meminimalisir praktek-praktek IO
- Bagi Bawaslu secara spesifik, selain integritas, perlu adanya SDM yang kompetensi di bidang hukum kepemiluan, mengingat kewenangan Bawaslu dalam penindakan pelanggaran, termasuk yang terkait dengan IO. Sumber daya ini wajib berpengalaman dalam menangani kasus-kasus hukum, baik yang bersifat litigasi maupun non-litigasi. Selain itu, memiliki kemampuan analisis dan pengambilan keputusan yang baik, serta mampu bekerja secara profesional di bawah tekanan waktu yang singkat. Penanganan perkara pemilu seringkali dibatasi waktu yang ketat sehingga membutuhkan respon yang cepat dan akurat.
- Bawaslu sebagai lembaga pengawas pemilu perlu memanfaatkan teknologi Artificial Intelligence (AI) untuk menangkal influence operation (IO) dalam pemilu dengan berkolaborasi

dengan berbagai stakeholder seperti Kominfo, BSSN, kepolisian siber, platform media sosial, komunitas AI dan startup teknologi. AI dapat digunakan untuk mendeteksi disinformasi, mengidentifikasi akun bot/palsu, melacak jejaring IO, memonitor percakapan publik, serta mengedukasi masyarakat. Namun penggunaan AI harus dilakukan secara transparan, akuntabel, dan memperhatikan perlindungan data pribadi dan kebebasan berekspresi, dengan melibatkan KPU, DKPP, DPR dan lembaga riset untuk memastikan *checks and balances*.

Untuk Platform Media Sosial

- Keberadaan kantor perwakilan platform media sosial memang memudahkan komunikasi dan koordinasi antar pemangku kepentingan. **Koordinasi tersebut telah meningkat menjadi kerja sama yang bersifat institusional** antara perusahaan teknologi dengan pemerintah dan masyarakat sipil. **Kerja sama ini perlu makin diperdalam ke depannya.** Bantuan pendanaan yang memungkinkan diciptakannya inisiasi-inisiasi menangkal IO yang dilakukan masyarakat sipil dalam beberapa tahun terakhir perlu diteruskan dan diperluas cakupannya. Misalnya, dengan lebih mengikutsertakan partisipasi kelompok masyarakat yang ada di luar Jakarta.
- Perusahaan teknologi mungkin memiliki keterbatasan sumber daya dalam memperluas jangkauannya. Karena itu **kiranya perlu diciptakan model kerja sama efektif yang mensyaratkan kerja sama lintas organisasi atau wilayah** sehingga dampak dari

pendanaan perusahaan teknologi bisa lebih terasa.

- Hal lain yang perlu dipertimbangkan adalah **bagaimana akses data dan informasi bisa dibuka sebanyak mungkin untuk kepentingan riset dan kebijakan publik.** Perusahaan teknologi memiliki sumber data yang sangat kaya. Namun sebagian besar data ini terbatas pemanfaatannya untuk kepentingan komersial, sementara pemanfaatan yang bersifat akademik dan kebijakan masih amat terbatas. Mengingat pemanfaatan data ini membutuhkan kecakapan teknis pengguna, **maka diperlukan juga petunjuk dan pelatihan terkait pemanfaatan data media sosial** yang bisa difasilitasi oleh platform teknologi.
- Pembukaan akses tentu mesti mempertimbangkan keamanan dan sensitivitas data. Tetapi **sejauh ini syarat dan kriteria dalam memberikan akses atau penjelasan data mana yang boleh dan tidak boleh diakses untuk kepentingan non-bisnis tidak dipahami publik.** Pembukaan akses akan mempengaruhi persepsi soal seberapa terbuka platform media sosial dalam menjalankan bisnisnya. Sehingga tidak hanya platform, tetapi masyarakat, pemangku kebijakan, dan komunitas riset akan diuntungkan dengan adanya pemberian akses ini.
- Terakhir, **perlu dipertimbangkan dibentuknya perwakilan divisi teknis dari setiap platform media sosial di Indonesia untuk menjawab tantangan IO yang bersifat kontekstual.** Saat ini hampir semua desain kantor perwakilan terbatas pada divisi pemasaran dan kebijakan,

sedangkan divisi yang menangani algoritma medsos, cara kerja kecerdasan buatan, dan penyediaan data belum tersedia. Pembukaan divisi teknis ini diyakini dapat mengurangi implikasi negatif IO lewat pendekatan yang bersifat *platform-based*, yang dipadukan dengan pendekatan *civil society-based* yang selama ini dilakukan.

Untuk Media Arus Utama

- Pengaruh perkembangan internet dan media sosial terhadap model bisnis media mainstream menghadirkan tantangan yang tidak mudah bagi media. **Media mainstream harus beradaptasi baik dari segi model bisnis, struktur organisasi, dan SDM dalam konteks *new media* yang semakin menguat.**
- Misinformasi adalah satu dari sekian banyak tantangan media mainstream. Meski sulit mengidentifikasi siapa pegiat media yang menjadi bagian dari kelompok IO yang menyalahgunakan media sosial, **training dan workshop berkala kepada pegiat media yang secara khusus berisikan materi tentang apa itu misinformasi, bagaimana ia bekerja, serta dampak buruk yang ditimbulkan, kiranya perlu menjadi bagian integral dari training jurnalistik.**
- Namun internalisasi dari nilai-nilai dan kode etik jurnalistik ini masih belum merata di antara wartawan. **Setiap sosialisasi kode etik jurnalistik yang dilakukan untuk kepentingan internal media maupun yang dilakukan oleh organisasi profesi mesti diintegrasikan dalam konteks perkembangan media sosial dan kecerdasan buatan yang saat ini ada,**

dan bagaimana kedua hal tersebut dapat berpengaruh terhadap cara jurnalis menjalankan etika profesinya.

- **Pengaruh platform teknologi juga berpotensi membuat media mainstream melihat perusahaan media sosial sebagai pesaing dan ‘ancaman’ alih-alih mitra kerja.** Hal ini dapat menimbulkan persaingan yang tidak sehat dimana masing-masing pihak bisa memaksakan cara pandangnya dalam melihat suatu persoalan. Karena itu **kerjasama lintas profesi antara pegiat media dan platform media sosial mesti dilakukan secara berkelanjutan, sehingga memunculkan hubungan timbal-balik yang positif dan saling percaya.** Termasuk kerjasama dalam membahas hal-hal sensitif, seperti **diskusi substansi Perpres Nomor 32/2024 tentang Jurnalisme Berkualitas.**

Untuk Pemerintah

Melihat kompleksitas Bergeraknya IO dalam konteks pemilu seperti yang sudah di bahas di atas, diperlukan intervensi yang terintegrasi dan sistematis:

- Perlu evaluasi dan revisi terhadap Pemilu, UU Pilkada dan UU ITE untuk lebih mempersempit ruang abu-abu yang bisa dimasuki IO, termasuk dalam mengakomodasi perkembangan IO di dalam ruang maya. Termasuk dalam revisi ini adalah efek jera yang harus bisa dirasakan bagi pelanggarnya
- Perlu upaya mensinergikan berbagai macam regulasi baik UU maupun peraturan di luar UU Pemilu, UU Pilkada dan UU ITE yang terkait dengan cakupan IO agar bisa efektif bisa ditangani

- Perumusan Undang-undang Pemilu dan Undang-undang parpol di DPR sebaiknya diawasi oleh badan legislasi yang mandiri dan otonom. Hal ini diperlukan untuk meminimalisir banyaknya kepentingan politik yang masuk dan mempengaruhi penyusunan regulasi tersebut
- Perlunya memperjelas batasan antara kebebasan berpendapat (*freedom of speech*) dengan ujaran kebencian (*hate speech*) dalam regulasi kampanye di media sosial.

Penutup

Persoalan IO tidak bisa dipisahkan dari kemajuan teknologi, media sosial, dan kepentingan politik. Banyak studi yang menempatkan momentum pemilu sebagai konteks menjelaskan pengaruh IO di masyarakat. Fakta bahwa Indonesia adalah salah satu negara demokrasi dengan pengguna media sosial terbesar membuat Indonesia memiliki tantangan nyata bagaimana mencegah atau setidaknya mengurangi akses negatif dari IO di masa mendatang. Meski temuan awal memperlihatkan bahwa Pemilu 2024 relatif lebih kondusif dibandingkan Pemilu 2019, ini tidak berarti masalah IO akan menguap begitu saja. Konteks politik yang menciptakan hubungan *supply-demand* sangat berpengaruh dalam dinamika IO, termasuk bagaimana aktor-aktor IO bekerja sama dengan pemangku kepentingan seperti politisi dan pejabat publik.

Persoalan IO ini juga bukan hal yang khas terjadi di Indonesia. Banyak studi yang memperlihatkan bagaimana IO beroperasi di belahan negara lain, termasuk di negara-negara maju seperti di Eropa dan Amerika. Sampai saat ini, belum ada pendekatan yang

bisa dijadikan konsensus bersama dalam mengatasi pengaruh IO. Konsekuensinya, belum ada semacam pedoman yang bisa membantu kita merumuskan kebijakan. Laporan ini menunjukkan bahwa dengan masih minimnya upaya pencegahan, serta banyaknya ruang abu-abu dan ambiguitas regulasi terkait pemilu, pelanggaran kampanye, bantuan sosial dalam pemilu, serta manipulasi opini publik, upaya perbaikan kebijakan menjadi sangat penting diprioritaskan. Indonesia perlu merumuskan sendiri akan seperti apa pendekatan yang akan diambil. Ini tentu harus memperhatikan kepentingan dan pandangan multi-pihak agar pendekatan yang diambil membawa kebaikan semaksimal mungkin.



 [csis.or.id](https://www.csis.or.id)

 csis@csis.or.id

  [@csisindonesia](https://www.instagram.com/csisindonesia)

  [CSIS Indonesia](https://www.linkedin.com/company/csis-indonesia)

**Centre for Strategic and
International Studies
(CSIS Indonesia)**

Jl Tanah Abang III No 23-27
Gambir, Jakarta Pusat 10160
Indonesia