

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini informasi jadi kebutuhan yang tak kalah penting untuk masyarakat saat ini, seiring dengan perkembangan zaman, kemajuan teknologipun dapat menunjang masyarakat untuk mengakses informasi dengan cepat serta pastinya tidak terbatas. Sebagian teknologi berbasis *online* yang terkoneksi dengan jaringan internet yakni semacam media sosial seperti yang kita gunakan saat ini yakni Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, dll, media chat seperti whatsapp, line, Telegram, Messenger, dll serta media *online*. Perkembangan media *online* semakin pesat semenjak dimulainya minat publik yang besar terhadap teknologi yang berbasis internet. Dengan adanya kemajuan teknologi seperti saat ini di zaman revolusi industri 4.0 dapat menambah kecepatan beredarnya suatu berita. Mulai dari media cetak seperti surat kabar, majalah, dll. Dengan mudahnya dalam mengakses internet hingga memunculkan media masa yang memakai kemudahan teknologi yakni dengan sarana media *online*.

Media *online* dapat diibaratkan sebagai wadah dalam memperoleh berita. Dalam hal ini berita yang dimaksud mempunyai perbedaan dengan informasi yang terdapat pada media sosial seperti instagram maupun Facebook. Karena berita mempunyai karakteristik yang khas dimana penulisannya menganut pada metode jurnalistik. Oleh karena itu berita yang ditulis di media *online*

mempunyai perbedaan yang signifikan antara informasi yang didapatkan di media sosial.

Adanya kemudahan yang ditawarkan dalam mengakses suatu berita, dapat menjelajahi berita tanpa ada batas ataupun hambatan ruang berita tersebut. Media *online* menawarkan sebuah kemudahan dalam mengakses sebuah berita melalui jejaring internet dengan cara meng-klik suatu kata, dengan cara tersebut bisa memperoleh informasi sebanyak yang tersedia. Dengan adanya hal tersebut banyak media berita online yang berlomba-lomba menyajikan berita terbaiknya supaya menarik minat pembaca untuk membaca beritanya, dengan menyuguhkan kata kunci yang sering tidak cocok dengan berita yang hendak disajikan. Dengan metode *clickbait* yakni menyuguhkan kata kunci ataupun judul yang menarik, sehingga membuat para pembaca yang meng-klik tautan berita tersebut hingga membuat trafik peningkatan pengunjung dalam suatu halaman media *online* tertentu akan dengan mudah dikenal. Sehingga dari proses tersebut ataupun mekanisme semacam ini hadirilah iklan ataupun *income*, sehingga dari hal tersebut sangat berpengaruh dalam penyebaran berita pada media *online* dan mendapatkan pemasukan dari iklan yang berada pada halaman atau website berita tersebut.

Berkaitan dengan tujuan untuk menarik minat pembaca berita di media *online* sehingga pembuat berita menyuguhkan judul yang menarik yang terkadang tidak sesuai dengan konten atau berita yang akan disampaikan, maka dari itu diperlukan strategi membuat judul berita pada media *online* menjadi bombastis, membuat penasaran, ataupun membingungkan yang dapat

menggugah pembaca untuk meng-klik tautan berita tersebut. Judul yang semacam ini disebut dengan istilah *clickbait*, ialah judul yang cukup menarik perhatian dan minat pembaca yang umumnya memakai bahasa yang provokatif untuk menarik perhatian. Biasanya judul berita *clickbait* terfokus pada subjek selebritis yang sedang naik daun, rumor, akun fiktif daripada menyajikan ataupun mengangkat isu-isu yang serius ataupun isu yang lebih akademik.¹ Tujuannya dari pemakaian *clickbait* ialah untuk memperoleh *viewer* ataupun pembaca, tanpa memperdulikan mutu serta akurasi konten yang disajikan, dengan tergantung pada cara menyuguhkan judul yang sensasional serta memprovokasi atau dengan cara menampilkan foto ataupun cuplikan video yang mendorong pembaca untuk membaca berita tersebut ataupun melihatnya. Dilansir dari kamus digital marketing yang dikutip dalam digitalentrepreneur.id, *clickbait* atau dalam bahasa Indonesia disebut sebagai umpan klik merupakan sebutan yang lazimnya merendahkan pada konten web atau dengan kata lain tidak memperdulikan isi atau muatan dalam suatu konten tersebut (serta biasanya hanya terfokuskan pada judul konten), yang tujuan utamanya yakni membuat pengguna meng-klik tautan berita tersebut.²

Tujuan lain dari pemakaian *clickbait* dalam berita yang berbasis internet atau media *online* yakni tidak lain adalah untuk membuat traffic ataupun kunjungan pada web utama suatu berita pada media online mereka. Maka dari itu para pembuat berita atau produsen konten berita ini memerlukan strategi

¹ Yayat D. Hadiyat, Clickbait di Media *Online* Indonesia, *Jurna Pekommas*, Vol.4, No. 1 April 2019, hlm. 2

² Hodam Eko Saputro, Toto Haryadi, Komik Strip dan Fenomena Clickbait, *Jurnal Titik Imaji*, Vol.2, No.1, Maret 2019, hlm. 64

yang tepat sertaampuh dalam menarik perhatian pengguna media online untuk meng-klik serta nantinya para pengguna tersebut membagikan ulang atau yang disebut dengan *re-share* konten berita tersebut ke media sosial mereka³ karena mereka (para pembaca) tertarik dengan judul yang disuguhkan, sehingga dengan hal tersebut laman berita tersebut memperoleh *viewer* ataupun pembaca, sehingga traffic pengunjung halaman konten berita tersebut naik.

Awal mula dikenalnya *clickbait* yakni ada platform Youtube, *clickbait* sering digunakan oleh para *creator* ataupun yang sering kita kenal dengan youtuber yang membuat judul konten yang mereka buat sangat mnarik hingga dapat menarik perhatian pengguna youtube. Dengan adanya hal itu dapat menambah *viewer* video, *like* maupun menambah *subscribe* yang melonjak naik. Metode yang digunakan guna menambah *viewer*, *like* dan *subscribe* ini yakni menggunakan *clickbait* yakni memakai judul yang bombastis. Dengan menggunakan cara ini dirasa sangat efektif karena rasa ingit tau yang cukup tinggi dari pengguna platform Youtube, sehingga mereka meng-klik judul tersebut dan membuka video tersebut. lalu ketika hal ini sering dilakukan akan memunculkan banyak *viewer* atau penonton dari video Youtube tersebut, dengan adanya penonton yang banyak akan menambah angka *like* yang diberikan dan meng-*subscribe* atau mengikuti akun tersebut. ketika penonton dari suatu video dirasa sangat banyak maka akan ada iklan disela-sela video tersebut, hal itulah yang menjadikan *adsanse* atau keuntungan pemilik video

³ M Rizky Kertanegara, Penggunaan *Clickbait Headline* pada Situs Berita dan Gaya Hidup Muslim Dream.co.id, *Jurnal Komunikasi*, Vol.11, No.1, Juni 2018, hlm. 32

atau dengan kata lain memberikan pendapatan yang melimpah. Perpaduan antara metode *clickbait*, *viewer*, dan iklan dapat diartikan sebagai keuntungan materil bagi pembuat video. Meski pada dasarnya antara judul dengan isi video tidak mempunyai maksud dan tujuan yang sama ataupun dengan kata lain judul yang bombastis tersebut hanya dipaparkan secara singkat ataupun tidak utuh serta kurang sesuai dengan isi video.

Contoh penggunaan *clickbait* pada platform Youtube yakni dapat ditemui pada chanel youtube RANS Entertainment, dimana pada salah satu videonya menuliskan judul “Nagita udah berusaha semaksimal mungkin tapi kenyataannya seperti ini...” dimana ketika kita meng-klik judul tersebut video yang disajikan tidak sesuai dengan judul dimana isi video berisi mengenai Rafatar membuat jus manga.

Konsekuensi makin mudahnya kita dalam mengakses segala sesuatu di internet tanpa ada batasan ruang dan waktu, rupanya hal ini mulai merambah dunia jurnalistik, dimana para penulis berita menggunakan metode *clickbait* untuk menarik pembaca sehingga para pembaca meng-kloik tautan berita pada laman tertentu.

Hal ini masih kerap terjadi di media online di Indonesia yang masih memakai *clickbait* untuk menarik masyarakat Indonesia untuk membaca berita tersebut. masyarakat Indonesia lebih tertarik terhadap berita yang berbau sensasional, adanya *curiosity gap* (rasa ingin tahu) sehingga masyarakat meng-klik tautan untuk menjawab rasa penasaran mereka. Hal ini pula yang mengakibatkan masyarakat mudah terkena praktik *clickbait* atau umpan klik.

Hal lain yang mempengaruhi para pembuat berita dalam penggunaan *clickbait* ini adalah adanya persaingan bisnis, sehingga menyebabkan banyak media online yang menggunakan metode *clickbait* ini guna meningkatkan traffic kunjungan pada laman berita mereka.⁴

Semakin maraknya penggunaan *clickbait* pada berita di media online membuat masyarakat sangat mudah terancing dengan judul yang dirasa cukup menarik, sisi lain belum tentu isi memiliki kesesuaian dengan judul tersebut. sehingga mengakibatkan masyarakat mudah tergiring oleh opini yang dibangun oleh penulis berita yang belum tentu kebenarannya. Berita yang ditulis menggunakan metode *clickbait* dapat juga dikategorikan sebagai berita yang salah atau tidak tepat *false news* dan *fake news*. Tidak hanya itu, berkaitan dengan penggunaan metode *clickbait* pada berita di media online dapat memberikan pengalaman yang kurang menyenangkan untuk para pembaca ialah ketika isi berita yang di-klik tidak cocok dengan judul yang dituliskan.⁵

Adapun beberapa berita yang menuliskan menggunakan *clickbait* dimana isi dengan judul tidak memiliki kesinkronan yakni seperti “Hamil Setelah terkena Sperma di Kolam Renang, Terlalu!”⁶ dimana dalam berita tersebut menjelaskan bahwa wanita dapat hamil ketika berenang di kolam renang. Nyatanya berita tersebut tidak benar adanya karena wanita hamil karena berhubungan badan. Adapun praktik *clickbait* ditemui pada berita yang

⁴ Qur’ani Dewi Kusumawardani, Perlindungan Hukum Bagi Pengguna Internet Terhadap Konten Web Umpan Klik di Media Online, *Jurnal Penelitian De Jure*, Vol. 19, No.1, hlm. 13

⁵ Ibid, hlm.15

⁶ Berita “Hamil Setelah Terkena Sperma di Kolam Renang” dikutip dari <https://m.jpnn.com/news/hamil-setelah-terkena-sperma-di-kolam-renang-terlalu>, <diakses pada 16 Oktober 2020>

berjudul “Demi clickbait, Tulisan Amien vs Kapolri dipelintir”⁷ dimana ketika ditelusuri lagi berita tersebut sudah tidak ada lagi, ataupun ketika judulnya ada tidak dapat di klik dan tidak dapat memunculkan berita tersebut. Dilansir juga dalam tulisan tersebut sangat *clickbait* karena ketika kita melihat beritanya tidak ada satupun tulisan yang mengatakan Amien tamat. Berita yang asli berjudul “Amien Rais Tamat! Tuduh Jendral Tito Sembarangan, Kapolri Ngamuk & Akan Lakukan Hal Ini”⁸ dimana ketika meng-klik judul tersebut, berita tersebut sudah tidak tersedia.

Dengan mengaca pada ketidaksinkronan anatar judul dan isi berita yang disebut dengan *clickbait* yang semakin hari semakin marak, maka perlu adanya aturan khusus yang mengatur secara jelas kualifikasi *clickbait* dimana dapat dikategorikan berita bohong atau *fake news* serta pemidanaan bagi jurnalis atau produsen berita, karenatidak ada kesesuaian isi dan dapat menyesatkan pembaca berita.

Berkaitan dengan *clickbait* dapat pula dihubungkan atau dikaitkan dengan berita bohong, karena isi atau muatan dalam suatu berita yang menggunakan *clickbait* belum tentu kebenarannya dan terkadang judul yang ditulisan tidak sesuai dengan muatan isi berita, seperti halnya pada contoh diatas.

⁷ Berita ““Demi clickbait, Tulisan Amien vs Kapolri dipelintir” dikutip dari <https://www.jawapos.com/hoax-atau-bukan/18/10/2018/demi-clickbait-tulisan-amien-vs-kapolri-dipelintir/> <diakses pada 16 Oktober 2020>

⁸ Berita “Amien Rais Tamat! Tuduh Jendral Tito Sembarangan, Kapolri Ngamuk & Akan Lakukan Hal Ini” dikutip dari <http://pesonaberitaharian.blogspot.com/2018/10/amien-rais-tamat-tuduh-jendral-tito.html?m=1> <diakses pada 16 Oktober 2020>

Berita bohong sudah diatur dalam pasal 28 ayat (1) UU No. 11 Tahun 2008, pasal 45 ayat (2) UU No. 11 Tahun 2008 jo pasal 45A ayat (1) UU No.19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang sering kita sebut dengan UU ITE. Dimana pasal 28 ayat (1) UU No. 11 Tahun 2008 menyatakan

*“Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.”*⁹

Pada pasal 45 ayat (2) UU No.19 Tahun 2016 menyatakan

*“setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik sebagaimana dimaksud dalam pasal 28 ayat 1 dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).”*¹⁰

Dalam penjelasan pasal tersebut terdapat dua bentuk tindak pidana. Yakni tindak pidana yang pertama adalah berhubungan dengan berita bohong atau *fake news*. Berita bohong ialah berita yang tidak memiliki kesesuaian dengan fakta yang terjadi. Tindakan pidana yang kedua yakni berhubungan dengan penyebarluasan berita bohong tersebut kepada khalayak ramai. Dimana memiliki unsur objektif yakni perbuatannya menyebarkan, objeknya berita

⁹ Lihat pasal 28 ayat (1) UU No. 11 Tahun 2008

¹⁰ Lihat pasal 45 ayat (2) UU No.19 Tahun 2016

bohong, melawan hukum tanpa hak. Unsur subjektifnya yakni dengan sengaja.¹¹

Dalam hal ini yang dimaksud dengan menyebarkan yakni menyampaikan berita bohong atau *fake news* kepada khalayak ramai melalui sarana elektronik yang berbasis internet, dengan tujuan agar berita tersebut diketahui oleh khalayak ramai. Dalam pasal 28 ayat 1 pun mencantumkan unsur sengaja. Maka dari itu pembuat berita bohong menghendaki untuk membuat berita tersebut¹² sehingga perlunya aturan khusus serta kualifikasi clickbait pada tindak pidana, agar masyarakat tidak terjebak oleh opini-opini yang dibangun oleh pembuat berita.

Berkaitan dengan *clickbait* yang semakin marak di pemberitaan online di Indonesia. Dimana hal ini juga menyangkut pembuat berita atau jurnalis. Pada penulisan berita baik pada media konvensional maupun media online, jurnalis harus mematuhi kode etik jurnalistik seperti yang tertera pada pasal 7 ayat 2 Undang-undang Nomor 40 Tahun 1999 yang menyatakan “*wartawan memiliki dan mentaati Kode Etik Jurnalistik*”.

Lalu mengacu pada Kode Etik Jurnalistik pada pasal 1 yang menyatakan “Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk.” Yang memiliki penafsiran a. Independen berarti memberitakan peristiwa atau fakta sesuai dengan suara hati nurani tanpa campur tangan, paksaan, dan intervensi dari pihak lain

¹¹ Adami Chazawi, Ardi Ferdian, *Tindak Pidana Pemalsuan: Tindak Pidana yang Menyerang Kepentingan Hukum Terhadap Kepercayaan Masyarakat Mengenai Kebenaran Isi Tulisan dan Berita yang Disampaikan.*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014, hlm.235

¹² Ibid, hlm.236

termasuk pemilik perusahaan pers. b. Akurat berarti dipercaya benar sesuai keadaan objektif ketika peristiwa terjadi. c. Berimbang berarti semua pihak mendapat kesempatan setara. d. Tidak beritikad buruk berarti tidak ada niat secara sengaja dan semata-mata untuk menimbulkan kerugian pihak lain.¹³

Pada pasal 4 Kode Etik Jurnalistik yang menyatakan “Wartawan Indonesia tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis, dan cabul.” Dimana memiliki penafsiran: a. Bohong berarti sesuatu yang sudah diketahui sebelumnya oleh wartawan sebagai hal yang tidak sesuai dengan fakta yang terjadi. b. Fitnah berarti tuduhan tanpa dasar yang dilakukan secara sengaja dengan niat buruk. c. Sadis berarti kejam dan tidak mengenal belas kasihan. d. Cabul berarti penggambaran tingkah laku secara erotis dengan foto, gambar, suara, grafis atau tulisan yang semata-mata untuk membangkitkan nafsu birahi. e. Dalam penyiaran gambar dan suara dari arsip, wartawan mencantumkan waktu pengambilan gambar dan suara.¹⁴

Clickbait sudah merambah dunia jurnalistik dimana judul yang disajikan tidak sesuai dengan ekspektasi atau harapan para pembaca. Sehingga kode etik jurnalistik dalam penggunaan *clickbait* masih dipertanyakan¹⁵ yang terkadang penggunaan *clickbait* ini terkadang tidak memiliki akurasi yang tepat antara judul dengan muatan berita sehingga membuat para pembaca merasa kecewa.

¹³ Lihat pasal 1 Kode Etik Jurnalistik

¹⁴ Lihat Pasal 4 Kode Etik Jurnalistik

¹⁵ M Rizky Kertanegara, Op.Cit, hlm.36

Sehingga dengan demikian dapat kita ketahui bahwa *clickbait* sudah merambah pada ranah jurnalistik dimana tidak hanya terdapat pada media berita konvensional seperti yang kita ketahui seperti Koran, majalah, dll. Namun berkembang pesat pada berita pada teknologi yang berbasis internet dalam hal ini media *online*. Konsekuensi maraknya *clickbait* pada media online mengakibatkan beredarnya berita yang salah dan tidak sinkron antara judul dengan muatan berita, hal ini menjadikan berita tersebut tidak benar. Maka dari itu dapat kita ketahui bahwa terdapat *vacuum of norm* terkait dengan *clickbait* ini, oleh sebab itu perlu adanya pengaturan yang spesifik dan pengkualifikasian *clickbait* tersebut.

Maka dari itu penulis mengangkat judul skripsi “**KUALIFIKASI TINDAK PIDANA *CLICKBAIT* PADA PEMBERITAAN DARING DI INDONESIA**” sehingga dapat tercapai tujuan dalam membaca berita di media online agar tidak tergiring oleh opini yang salah dan tidak mudah menyebarluaskan berita yang salah.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dipaparkan di atas maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah penggunaan *clickbait* pada pemberitaan daring sesuai dengan kode etik jurnalistik?
2. Apakah *clickbait* pada pemberitaan daring dapat dikualifikasikan sebagai tindak pidana?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang terdapat diatas, maka dapat disimpulkan terkait tujuan adalah:

Mengetahui penggunaan *clickbait* pada kode etik jurnalistik serta kualifikasi *clickbait* pada pemberitaan daring di Indonesia serta pengaturannya.

1.4 Kegunaan

Harapan penulis terhadap penelitian ini dapat mempermudah dan memberikan manfaat bagi pembaca. Manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu:

1.4.1 Kegunaan teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mendasar mengenai latar belakang mengenai berkembangnya teknologi terkait dengan berita di media online saat ini, dan tentunya penelitian ini menitikberatkan kepada kualifikasi tentang *clickbait* serta pengaturan terkait *clickbait* itu sendiri.

1.4.2 Kegunaan praktis

Penulisan ini diharapkan dapat berguna bagi khalayak umum dan tentunya hukum khususnya. Dimana penulisan ini termuat informasi tentang kualifikasi dan pembedaan bagi jurnalistik yang melakukan praktik *clickbait* pada penulisan berita di media online. Sehingga dapat dijadikan sebuah referensi dan pertimbangan analisis terhadap penelitian selanjutnya.

1.5 Keaslian

No	Nama/ Universitas	Judul tahun	Pembahasan	Perbedaan
1	Irwan Hafid, Universitas Islam Indonesia	Pertanggungjawaban Pidana Jurnalis Warga Yang Melakukan Tindak Pidana Pers, tahun 2018	Membahas tentang : 1. Bagaimana bentuk aktifitas jurnalis warga yang dikategorikan sebagai tindak pidana pers? 2. Siapa yang dapat dipertanggungjawabkan dalam tindak pidana pers yang dilakukan oleh jurnalis warga?	Dalam skripsi yang diteliti oleh Irwan Hafid ini yang pertama mengenai tindak pidana pers dalam KUHP dan diluar KUHP serta kriteria mengenai aktivitas jurnalis warga yang dapat dikategorikan sebagai tindak pidana pers. Pembahasan yang kedua yakni mengenai pertanggungjawaban pidana jurnalis warga dalam KUHP serta bagaimana pertanggungjawaban dalam pidana pers tersebut. disini memiliki perbedaan dengan skripsi yang akan penulis tulis yakni berkaitan dengan ketidaksinkronan antara isi berita dengan juduberita yang data disebut juga dengan <i>clickbait</i> hal tersebut apakah dapat dipidana dan dimasukkan dalam pidana pers, apakah <i>clickbait</i> dapat dikategorikan sebagai berita bohong atau <i>fake news</i> serta bagaimana pengaturan <i>clickbait</i> dalam sistem pertauran perundang-undangan di Indonesia. Dengan demikian sudah jelas perbedaan anatara penulis dengan yang

				ditulis oleh Irwan Hafid.
2	Bahiruddin, Universitas Trunojoyo Mauru	Pertanggungjawaban Pidana Terhadap Penyebar Berita Hoax (Fitnah), 2017	Membahas tentang pengkualifikasian berita hoax yang dapat dipidana serta pertanggungjawabannya terhadap penyebar berita hoax	Dalam skripsi yang diteliti oleh Bahiruddin ini yang pertama mengenai pengertian berita bohong, jenis penyebar berita bohong berdasarkan Undang-undang dan larangannya, kualifikasi tindak pidana penyebar berita bohong, perumusan sanksi pidana yang pada umumnya, tahap penyelesaian tindak pidana penyebar berita bohong, serta syarat-syarat berita. Disini memiliki perbedaan dengan skripsi penulis dimana penulis mengangkat mengenai <i>clickbait</i> , hal ini tentang judul yang tidak sinkron dengan muatan berita ataupun isi berita yang mana dapat menggiring opini publik ke arah yang salah serta membahas kekosongan hukum terkait <i>clickbait</i> sehingga diperlukan aturan yang spesifik tentang hal itu

1.6 Metode Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian hukum, metode penelitian tidak bisa dipisahkan dalam melakukan penelitian hukum dimana metode penelitian bertujuan untuk menganalisa permasalahan yang sedang diangkat. Mengutip dari Peter Mahmud Marzuki “penelitian hukum adalah sebuah proses untuk menemukan aturan hukum, prinsip hukum, maupun doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang akan dihadapi”¹⁶

Penelitian ini dilakukan dengan cara menganalisa dan mengkaji undang-undang yang berlaku yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung dengan isu hukum yang diangkat. Penelitian dilakukan dengan cara mengkaji dan menguraikan kembali terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku dan juga peraturan perundang-undangan yang pernah berlaku yang sesuai dengan isu yang akan dibahas.

1.6.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah normatif. Penelitian hukum secara normatif adalah penelitian yang mengkaji sebuah isu hukum berdasarkan peraturan perundang-undangan yang tertulis dan masih berlaku di Indonesia. Yakni penelitian yang difokuskan untuk mengkaji penerapan kaidah kaidah atau norma-norma dalam hukum positif.¹⁷ Dimana hal ini bertujuan menemukan kebenaran koherensi

¹⁶ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana Prenada Group, 2011, hlm.7

¹⁷ Johnny Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Malang: Bayumedia Publishing, 2007, hlm. 295

yakni apakah perbuatan seseorang sesuai dengan norma hukum atau prinsip hukum.¹⁸

1.6.2 Metode Pendekatan

Pendekatan yang dilakukan penulis yakni menggunakan pendekatan perundang-undangan (*Statute Approach*). Pendekatan ini melalui legislasi dan regulasi, dimana metode ini digunakan untuk mengkaji dan menganalisis isu hukum yang sedang diangkat melalui peraturan perundang-undangan, asas-asas, serta peraturan lain yang sesuai dengan hierarki peraturan perundang-undangan.¹⁹

1.6.3 Teknik pengumpulan data

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi keustakaan, dimana studi pustaka digunakan untuk memperoleh data dari berbagai sumber dengan cara pengumpulan bahan hukum primer dan bahan hukum skunder. Teknik pengumpulan data penelitian, didapat dengan cara membaca, menganalisis, memahami, dan mengutip dari literature yang berkaitan dengan isu hukum yang akan dibahas.

1.6.4 Metode analisis data

Untuk menganalisis data yang diperoleh, akan digunakan perskriptif analisis, merupakan cara untuk menemukan tujuan yang tepat dalam memecahkan suatu masalah agar tercipta koherensi antara norma hukum

¹⁸ Peter Mahmud Marzuki, Op.cit, hlm.47

¹⁹ Ibid, hlm.137

dan prinsip hukum terhadap tingkah laku dan individu dengan norma hukum.²⁰

1.6.5 Sumber Bahan Hukum

Untuk menyelesaikan isu mengenai masalah hukum dan sekaligus memberikan preskripsi pandangan mengenai apa yang penulis butuhkan. Dimana hal ini dibagi menjadi dua, yakni bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.²¹ Adapun yang digunakan sebagai berikut:

a. Bahan hukum primer

Bahan hukum primer ialah bahan hukum yang memiliki otoritas. Dimana terdiri dari perundang-undangan, risalah dalam pembuatan perundang-undangan atau catatan resmi dan putusan hakim.²² Adapun bahan hukum primer yang digunakan oleh penulis adalah:

- 1) UU No. 11 Tahun 2008 jo UU No.19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)
- 2) Kitab Undang-undang Hukum Pidana (KUHP)
- 3) UU No. 40 Tahun 1999 tentang Pers
- 4) Kode Etik Jurnalistik

b. Bahan hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang dapat menyokong bahan hukum yang utama. Bahan hukum sekunder terdiri dari literature,

²⁰ Ibid, hlm.41

²¹ Ibid, hlm.181

²² Ibid, hlm.181

baik buku, jurnal artikel dan pendapat para ahli, dan kamus hukum untuk mendapatkan informasi terpercaya dan adanya pembahasan yang komprehensif.

1.7 Sistematika Penulisan

Karya tulis penelitian ini disusun dengan sistematika segitiga dapat disebut sebagai penelitian. Penulisan skripsi ini terdiri atas 4 (empat) bab, dimana bab pertama berisi latar belakang dan rumusan masalah dimana menggambarkan garis besar tentang masalah yang akan diangkat. Bab kedua berisi kajian teori dimana berisi teori atau asas yang akan dijadikan pacuan dalam menulis skripsi. Bab ketiga berisi pembahasan dimana akan membahas permasalahan atau isu yang sedang diangkat. Bab keempat yakni penutup berisi kesimpulan dan saran dari penulis mengenai isu yang sedang dibahas