

KEBEBASAN BEREKSPRESI DAN UJARAN KEBENCIAN DI MEDIA SOSIAL

Oktafiani Herlina

Prodi D3 Penyiaran, Akademi Komunikasi Radya Binatama
Email: oktafiani.herlina@akrb.ac.id

Abstract

Hate speech is a phenomenon that often occurs on social media. Social media is the highest channel for spreading hate speech because of the freedom of expression. Hate speech can occur due to political, economic, religious differences, and social and cultural inequalities. The purpose of this research is to find out how freedom of expression can be used as a pretext for hate speech. This study uses a qualitative approach because it can explain reality by using descriptive explanations. In addition, it will also be easier to adjust to the phenomena occur. The result is that social media users are not afraid to make speeches on social media because communication on social media is horizontal, users do not deal directly with other users, and can create fake personal identities causing users to feel safe doing anything on social media.

Key Words : social media, hate speech, freedom of expression.

Abstrak

Ujaran kebencian merupakan fenomena yang banyak terjadi di media sosial. Media sosial menjadi saluran penyebaran ujaran kebencian tertinggi karena adanya kebebasan berekspresi. Ujaran kebencian dapat terjadi karena perbedaan politik, ekonomi, agama, dan kesenjangan sosial dan budaya. Tujuan dari riset ini adalah untuk mengetahui bagaimana kebebasan berekspresi dapat dijadikan dalih untuk melakukan ujaran kebencian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena dapat menjelaskan realitas dengan menggunakan penjelasan deskriptif. Di samping itu, juga akan lebih mudah menyesuaikan diri dengan fenomena yang terjadi. Hasilnya pengguna media sosial merasa tidak takut melakukan ujaran di media sosial karena komunikasi di media sosial sifatnya horizontal, pengguna tidak berhadapan langsung dengan pengguna lainnya, dan bisa memalsukan identitas pribadi sehingga menyebabkan pengguna merasa aman berbuat apapun di media sosial.

Kata Kunci : media sosial, ujaran kebencian, kebebasan berekspresi

PENDAHULUAN

Teknologi dapat membantu menunjang aktivitasnya sehari-hari. Selain memberi kemudahan bagi para penggunanya, perkembangan teknologi komunikasi yang semakin maju membawa perubahan yang luar biasa di beberapa aspek kehidupan. Masyarakat modern tidak mungkin lagi jika tidak mengenal dan terkena oleh paparan media digital. Terlebih generasi muda yang tidak bisa dielakkan dari pengaruh media digital. Media digital terus berkembang dan semakin pesat seiring kebutuhan masyarakat untuk bisa berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain.

Riset yang dipublikasikan oleh Crwdtap, Ipsos MediaCT, dan The Wall Street Journal pada 2014 yang melibatkan 839 responden dari usia 16 hingga 36 tahun menunjukkan bahwa jumlah waktu yang dihabiskan khalayak untuk mengakses internet dan media sosial jauh lebih banyak dibandingkan mengakses media tradisional (Nasrullah, 2017: 2).

Berdasarkan data Statistik Pengguna media sosial di Indonesia, ada

191, 4 juta pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2022. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia pada awal tahun 2022 setara dengan 68,9 % dari total populasi, tetapi penting untuk dicatat bahwa pengguna media sosial mungkin tidak mewakili individu yang unik. Analisis Kepios mengungkapkan bahwa pengguna media sosial di Indonesia meningkat 21 juta (+12,6%) antara tahun 2021 dan 2022. Di Indonesia 8 top pengguna media sosial di Indonesia adalah Facebook, Youtube, Instagram, Tiktok, Facebook, Messenger, LinkedIn, Snapchat, dan Twitter (<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>).

Facebook, Twitter, Youtube hingga Path adalah beberapa jenis dari media sosial yang diminati oleh khalayak. Bahkan, ada sebuah fakta bahwa pengguna media sosial jauh lebih banyak dibandingkan jumlah penduduk sebuah negara. Media sosial tersebut tidak hanya digunakan untuk mendistribusikan informasi yang dikreasikan oleh pemilik akun (*users*) itu sendiri, tetapi juga memiliki dasar sebagai portal untuk membuat jaringan petemanan secara

virtual dan medium untuk berbagi data, seperti audio atau video (Nasrullah, 2017: 3).

Virtual police mengungkapkan platform media sosial yang paling banyak berkontribusi menyebarkan ujaran kebencian dan SARA adalah Twitter, Facebook, Instagram dan Youtube. Kepala Bagian Penerangan Umum Polri Kombes Pol Ahmad Ramadhan mengatakan bahwa sejak 23 Februari- 12 April 2021, ada sebanyak 195 akun media sosial Twitter yang terjaring *virtual police* karena menyebarkan ujaran kebencian dan SARA. Akun media sosial Facebook yang menyebarkan ujaran kebencian dan SARA ada sebanyak 112, instagram 13 akun, Youtube 8 akun dan Whatsapp 1 akun.

Pada periode 23 Februari-12 April 2021 ada 329 akun media sosial yang sudah diajukan untuk diberi peringatan oleh *virtual police*. Dari 329 akun media sosial tersebut, sebanyak 200 akun media sosial sudah lolos verifikasi dan diberikan peringatan melalui *direct message* (Al Ayyubi, 2021)

Hampir semua orang saat ini memiliki akun media sosial. Media sosial menjadi salah satu fitur yang sering diunduh di smarthphone, tablet, atau di desktop. Kebutuhan orang untuk berkomunikasi, berinteraksi dengan terhubung melalui media sosial menjadi salah satu alasan orang memiliki tidak hanya satu media sosial saja.

Media sosial juga dapat digunakan sebagai saluran untuk menyampaikan pendapat karena masing-masing pemilik akun di media sosial dapat bebas berekspresi sesuai dengan keinginannya sendiri. Akan tetapi, kebebasan berekspresi di ruang maya tersebut sering sekali kemudian kebablasan sehingga menyebabkan pengguna media sosial melakukan ujaran kebencian di dunia maya. Oleh karena itu, peneliti ingin membahas bagaimana kebebasan berekspresi dapat meningkatkan ujaran kebencian di media sosial.

A. Media Sosial

Media sosial digunakan masyarakat modern saat ini untuk memenuhi kebutuhan untuk

mengaktualisasikan dirinya. Aktualisasi diri dinilai menjadi kebutuhan setiap dasar manusia. Media sosial menjadi daya tarik pengguna dan mampu mengubah pola perilaku konsumsi informasi, komunikasi, dan gaya hidup masyarakat penggunanya. Media sosial memiliki banyak kelebihan, diantaranya independensi dan kebebasan yang diberikan kepada penggunanya. Pengguna media sosial selain menjadi konsumen bisa juga menjadi produsen dengan memposting informasi dan produk lokal yang mereka hasilkan.

Boyd (2009) menjelaskan media sosial merupakan kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content (UGC)* dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa. Menurut Van Dijk (2013) media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi.

Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial (Nasrullah, 2017:11).

Dengan demikian, media sosial dapat didefinisikan sebagai medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2017: 11). Denis Mc Quail (1991) melihat ada empat motif seseorang menggunakan media, yaitu motif informasi, motif identitas pribadi, motif interaksi dan integrasi sosial, serta motif hiburan (Arifianto, 2017: 66).

Beberapa ciri dari media sosial adalah memungkinkan setiap orang membuat akun, adanya halaman profil untuk setiap pengguna yang menyajikan data pengguna, fitur untuk membuat konten dan membagikannya, interaksi dengan pengguna lain yang dapat dilakukan melalui memberi komentar dan tombol *like*, adanya tanda waktu dari setiap postingan dan lain-lain. Di media

sosial, fasilitas itu bermacam-macam seperti *tweet, friend, chat, like, blog, dan share* (Anonim, 2018: 3).

Media sosial memiliki beberapa karakteristik diantaranya adalah sebagai berikut (Nasrullah, 2017:16):

a. Jaringan (*network*)
antarpengguna

Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Karakter media sosial adalah membentuk jaringan di antara penggunanya. Tidak peduli apakah di dunia nyata (*offline*) saling kenal atau tidak, namun kehadiran media sosial memberikan medium bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi. Jaringan yang terbentuk antarpengguna ini pada akhirnya membentuk komunitas atau masyarakat yang secara sadar maupun tidak akan memunculkan nilai-nilai yang ada di masyarakat sebagaimana ciri masyarakat dalam teori-teori sosial.

b. Informasi (*Information*)

Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial. Informasi menjadi semacam komoditas dalam masyarakat informasi (*information society*). Di media sosial, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna. Komoditas tersebut pada dasarnya merupakan komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antarpengguna sendiri.

c. Interaksi (*Interactivity*)

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antarpengguna. Jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antarpengguna tersebut. Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikan tanda, seperti tanda jempol '*like*' atau '*share*'.

d. Simulasi (*Simulation*) Sosial

Di media sosial, interaksi yang terjadi menggambarkan realitas, akan tetapi interaksi yang terjadi adalah simulasi dan terkadang berbeda sama sekali. Perangkat di media sosial memungkinkan siapapun untuk menjadi siapa saja, bahkan bisa menjadi pengguna yang berbeda sekali dengan realitasnya, seperti pertukaran identitas jenis kelamin, hubungan perkawinan, sampai pada foto profil.

e. Konten oleh Pengguna (*User Generated Content*)

Di media sosial, konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. Konten oleh pengguna ini adalah sebagai penanda bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten di ruang, tetapi juga mengonsumsi konten yang diproduksi oleh pengguna lain.

f. Penyebaran (*Share/Sharing*)

Penyebaran (*share/sharing*) merupakan karakter lain dari media sosial. Medium ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dari dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi juga didistribusikan sekaligus dikembangkan oleh penggunanya. Konten di media sosial yang disebarluaskan memungkinkan untuk berkembang dengan tambahan data, revisi informasi, komentar, sampai pada opini menyetujui atau tidak.

Sifat media sosial yang *real time* atau dapat diakses kapan dan dimana saja menjadikan media ini sebagai suatu yang memiliki kelebihan di samping aksesnya yang cepat dan jangkauannya yang luas. Para pengguna sosial media bisa bebas untuk membuat, mengedit, atau menambahkan gambar, tulisan dan video. Semua hal itu dapat dilakukan sendiri dan ini merupakan salah satu sebab yang membuat media sosial dapat berkembang begitu pesat.

Setiap hari para penggunanya pasti akan membuka aplikasi media sosial apapun itu hanya sekali ataupun berkali-kali, entah untuk mencari informasi atau hanya sekadar mengunggah *story*. Maka tak jarang di masa kini, banyak sekali pengguna yang sudah kecanduan dan bergantung media sosial. Dari pagi hingga malam, di dalam dan di luar rumah harus selalu membawa *smartphone* agar tidak ketinggalan informasi di media sosial, entah itu penting ataupun tidak.

B. Kebebasan Berekspresi

Konsep masyarakat demokrasi bercirikan pluralistik, keberagaman, agama, ras, seting sosial dan budaya, penting untuk menempatkan kebebasan berpendapat dengan hak asasi lainnya seperti berpikir, beragama termasuk pola bermedia. Anne Weber (2009) dalam risetnya mengusulkan upaya menyeimbangkan kedua kepentingan tersebut. Di satu sisi memprioritaskan hak untuk mensosialisasikan semua gagasan tentang kebebasan berpikir, kebebasan berpendapat dan keyakinan agama kepada masyarakat. Pada sisi lain, ia juga mensosialisasikan hak untuk

menghormati kebebasan berpikir, kebebasan berpendapat dan keyakinan beragama itu sendiri. Pada titik inilah Anne Weber (2009) menekankan adanya keseimbangan karena kebebasan berekspresi juga bisa menjadi ancaman, bagi hak untuk menghormati privasi seseorang individu/kelompok. Ada resiko konflik antara kebebasan berekspresi dan larangan kebebasan berekspresi yang mengandung unsur kebencian (*hate speech*) di media manapun (Arifianto, 2018: 96).

Kebebasan berekspresi di lindungi oleh undang-undang, akan tetapi kebebasan yang dimaksud juga harus diletakkan pada bingkai yang bertanggung jawab. Di satu sisi ruang public di media sosial masih bisa digunakan sebagai saluran komunikasi dan bertukar pikiran. Akan tetapi, kebebasan yang dimiliki bisa berimplikasi negative jika penggunaannya tidak mengindahkan perlunya etika di media internet (*netiquette*).

C. Ujaran Kebencian

Ujaran kebencian (*hate speech*) adalah perkataan, perilaku, tulisan, ataupun pertunjukan yang dilarang

karena dapat memicu terjadinya tindakan kekerasan dan sikap prasangka entah dari pihak pelaku pernyataan tersebut ataupun korban dari tindakan tersebut. Dalam pengertian umum, ujaran kebencian dimaknai sebagai perkataan, perilaku dan tulisan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam bentuk provokasi, hasutan, atau hinaan kepada individu atau kelompok lain. Istilah ini tak jarang erat kaitannya dengan unsur minoritas dan masyarakat asli yang memberikan dampak penderitaan baik

Ada dua unsur utama dalam ujaran kebencian yakni *hate* dan *speech*. Kebencian (*hate*); emosi yang kuat dan irasional yang berbentuk penghinaan, permusuhan dan kebencian terhadap individu atau kelompok yang dijadikan target lantaran memiliki karakteristik tertentu yang dilindungi (diakui hukum internasional) seperti ras, warna kulit, agama, keturunan, adat, suku bangsa, jenis kelamin, orientasi seksual, bahasa, pandangan politik, dll (Anggraeni dan Adrinoviarini, 2020 : 106).

Seseorang yang memposting teks ujaran kebencian di media sosial lebih dominan dimaknai untuk menyerang

secara psikis dan fisik dan tak jarang berujung kepada tindakan kekerasan. Ujaran kebencian biasanya menyentuh banyak aspek mulai dari ras, warna kulit, etnis, gender, kecacatan, orientasi seksual, kewarganegaraan, hingga agama dan lain-lain.

adalah penghinaan, pencemaran nama baik, penistaan, perbuatan tidak menyenangkan memprovokasi, menghasut, dan menyebarkan berita bohong.

lawan, ketika terjadi perbedaan ideologi, pandangan politik, ekonomi, kesenjangan sosial budaya di komunitas masyarakat tertentu. Hal tersebut bisa dipicu oleh bermacam-macam faktor yaitu politik, sosial, ekonomi, ketersinggungan dan sebagainya. Hal tersebut dapat digunakan untuk menjatuhkan lawan politik atau bisa berfungsi destruktif untuk menjelek-jelekkan seseorang.

Bentuk ujaran kebencian berdasarkan surat edaran dari Kapolri Nomor SE/6/X/2015 menyebutkan yang termasuk ujaran kebencian

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif karena lebih mudah menyesuaikan dengan kenyataan yang terjadi. Pendekatan kualitatif berusaha menjelaskan realitas dengan menggunakan penjelasan deskriptif dalam bentuk kalimat (Pujileksono, 2015:35). Objek penelitian ini merupakan fenomena yang ada di media sosial. Media sosial sering digunakan orang untuk mengungkapkan pendapat dan berekspresi sehingga sering kebablasan dan menjurus ke bentuk ujaran kebencian (*hate speech*). Fenomena tersebut menjadi objek yang sangat menarik untuk diteliti mengingat bahwa media sosial merupakan saluran komunikasi yang sangat diminati oleh masyarakat saat ini.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan (1) Observasi, yaitu mengamati chat dan konten media sosial untuk menemukan potongan ujaran (2). Dokumen, berupa catatan, tulisan, dan rekaman *hate speech* di media sosial (3) Studi Pustaka, yaitu menelusuri referensi

dan literature serta teori yang dipergunakan untuk meneliti fenomena yang terjadi pada objek yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan media sosial saat ini sangat pesat sehingga lebih dari setengah persen masyarakat di Indonesia memiliki media sosial. Dari media sosial yang mereka miliki, mereka dapat berinteraksi, mencitrakan diri, mengaktualisasikan diri mereka, berdiskusi, serta berekspresi dan berpendapat. Pemilik akun dapat membagikan kontennya melalui teks, video dan audio, foto, serta gambar yang mereka unggah di media sosial.

Setiap orang memiliki alasan sendiri untuk memposting teks, video, foto, atau gambar di media sosialnya. Mereka juga bisa memberikan tanda like, mengomentari, atau membagikan konten tertentu di media sosial. Semua orang tanpa kecuali yang aktif di media sosial memiliki kemudahan untuk mendapatkan informasi pemilik akun dari postingan story, rekaman, dan komentar yang muncul di media sosial. Terlebih saat ini masyarakat juga dapat mengikuti akun

dan mengirimkan pesan kepada semua orang tanpa kecuali di media sosial. Hal ini menyebabkan setiap orang memiliki peluang yang sama untuk berinteraksi dan terhubung dengan orang lain.

Berkomentar dan berkonten merupakan hal yang wajar karena merupakan wujud ekspresivitas seseorang. Namun, tidak jarang komentar dan konten di media sosial sering menggiring pengguna lain untuk menghujat, membenci, memusuhi, menjelek-jelekkan atau menjatuhkan orang atau suatu kelompok/komunitas tertentu.

Perbedaan ideologi, pandangan politik, ekonomi, dan kesenjangan sosial serta budaya bisa jadi dapat memicu seseorang untuk melakukan ujaran kebencian. Latar belakang masing-masing orang yang berbeda menyebabkan respon dan reaksi orang dalam menerima komentar dan konten tersebut juga berbeda-beda. Ada yang memilih untuk mengabaikan, menanggapi secara santai dan bijak, tetapi ada juga yang merasa tersinggung dengan komentar dan konten di media sosial.

Respon individu/ kelompok yang disinggung dapat berbeda-beda tergantung isi konten dan komentarnya, individu, situasi emosional, psikologi, sosiologi dan sebagainya. Ketiadaan batasan menyebabkan penilaiannya kemudian bersifat subjektif. Tidak jarang kemudian mengakibatkan polemik antar individu atau kelompok, seperti perasaan sakit hati, kekaduahan, hingga permusuhan. Teks ujaran kebencian tergantung dari jenis kalimat, tujuan, dan konteksnya.

Sebagai contoh yang viral adalah konten video Muhamad Kece di youtube yang menjelek-jelekkan agama Islam melalui konten Youtube-nya. Kece sendiri kemudian dijatuhi hukuman pidana karena terjerat masalah penistaan agama. Youtuber ini menyebut Nabi Muhammad sebagai pengikut jin dan menjelek-jelekkannya. Muhammad Kece juga menyelewengkan ucapan salam dan mengubah kata "Allah" menjadi "Yesus" dan beberapa kalimat yang menyebut Nabi Muhammad. Hal itu diucapkannya seolah-olah seperti seorang pengkhotbah dalam agama Islam (Detik.com, 2021).



Sumber

<https://www.youtube.com/watch?v=Ef09Az5gYBA>

Ferdian Paleka membuat konten prank di youtube saat Ramadhan. Konten tersebut berisi bantuan sosial yang berisi sampah dan batu bata yang ditujukan kepada para transpuan. *Content Creator* tersebut kemudian diadukan karena telah melakukan penghinaan terhadap kelompok rentan dan kemudian sempat mendekam di penjara (Kompas, 2020).



Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=QhPp11ieXuQ>

Seorang politisi, Roy Suryo ditahan polisi karena telah mengunggah meme stupa Candi Borobudur yang menyerupai wajah presiden Joko Widodo. Atas unggahannya di media sosial

tersebut, dia dianggap melecehkan dan mengolok-olok Patung Budha karena mengunggah ulang gambar disertai kata “lucu” dan “ambyar”. Beliau kemudian disangkakan dengan pasal penodaan agama atas unggahan meme stupa di media sosial tersebut (Kurniawan, 2022).



Sumber : <https://priangantimurnews.pikiran-rakyat.com/nasional>

Kasus-kasus lain yang disebut sebagai kasus ujaran kebencian diantaranya adalah kasus Bahar bin Smith, kasus Ferdinand Hutahaen, Edy Mulyadi, Kriss Hatta, dan kasus ikan asin.

Hal yang banyak ditemukan terkait ujaran kebencian di media sosial adalah postingan atau komentar dari pengguna media sosial. Maraknya kasus kebencian sosial di media sosial disebabkan karena adanya kebebasan

berekspresi di media sosial. Pengguna media sosial merasa tidak takut karena komunikasi di media sosial bersifat horizontal. Mereka juga tidak berhadapan langsung dengan orang yang disinggung. Di samping itu, akun pengguna yang dapat dipalsukan menyebabkan pengguna merasa aman berbuat apapun di media sosial. Terlebih hinaan, cacian dan hujatan tersebut bisa jadi ditujukan bukan untuk orang yang mereka kenal sehingga akan sulit bagi orang yang dihina untuk melakukan pembalasan.

Banyak orang ingin menyampaikan kritikan terhadap pemerintah, komunitas/kelompok, institusi, atau individu tetapi kritikan tersebut tidak disampaikan dengan cara yang baik sehingga atau bukan kritikan yang sifatnya membangun sehingga dapat memicu komentar negatif dan hujatan. Sikap iseng seseorang juga dapat berdampak fatal jika kebablasan karena nantinya dapat berujung kepada pencemaran nama baik atau penghinaan.

Ujaran kebencian dapat memicu munculnya sikap diskriminatif, kekerasan, penghilangan nyawa, konflik sosial, dan

juga pembantaian. Hal ini dapat terjadi jika tidak ada langkah solutif untuk mengatasi meningkatnya kasus-kasus ujaran kebencian dan langkah antisipasi untuk meredam ujaran kebencian tersebut. Pelaku yang melakukan ujaran kebencian dapat menggunakan sarana untuk menyebarkan ujaran kebencian melalui orasi kampanye, spanduk/banner, media sosial, demonstrasi, ceramah keagamaan, media massa elektronik, media massa cetak, dan pamflet.

Faktor yang dapat memengaruhi adanya ujaran kebencian dapat disebabkan karena beberapa faktor yaitu politik, ideologi, ekonomi, budaya, dan agama. Jumlahnya meningkat karena kurangnya kesadaran masyarakat terhadap penggunaan media sosial. Masyarakat belum sepenuhnya memahami bagaimana etika di media sosial sehingga tidak jarang mereka terjerumus melakukan pelanggaran UU No. tahun 2008 tentang ITE; Pasal 28, Ayat 1, dan 2:

(1). Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan

kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik (2) Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan suku, agama, ras, dan antargolongan/ SARA dan UU No. 11 Tahun 2008 tentang ITE Pasal 45 Setiap orang yang memenuhi unsur-unsur sebagaimana dimaksud di atas dalam Pasal 28 ayat (1) atau ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)

UU No 40 tahun 2008 tentang Penghapusan Diskriminasi Ras dan Etnis

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Setiap orang tentu memiliki tujuannya masing-masing dalam menggunakan media sosial, entah itu untuk kepentingan yang baik ataupun buruk, dalam satu akun maupun beberapa akun. Namun, media sosial itu

Pasal 16 : Setiap orang yang dengan sengaja menunjukkan kebencian atau rasa benci kepada orang lain berdasarkan diskriminasi ras dan etnis sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 huruf b angka 1, angka 2, atau angka 3 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Dari undang-undang yang tertera di atas, maka dapat dinilai bahwa kasus ujaran kebencian dapat terjadi kepada siapapun karena kurangnya pemahaman terhadap etika di media sosial dan sanksinya berat sehingga hal ini perlu diperhatikan supaya tidak menimbulkan hal-hal yang tidak diinginkan.

diciptakan untuk tujuan baik, memudahkan penggunaannya untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain dalam jangkauan dan waktu yang tak terbatas. Maka dari itu, kita seharusnya juga dapat menggunakannya dengan baik dan bijak. Media sosial yang memberikan peranan besar bagi para penggunaannya, sehingga menjadi maklum

jika terkadang memang kita suka lupa diri ketika sudah berada di dunia maya, seperti menjadi buta namun hanya sekejap mata.

Perbedaan ideologi, pandangan politik, ekonomi, dan kesenjangan sosial serta budaya bisa memicu seseorang untuk melakukan ujaran kebencian. Latar belakang masing-masing orang yang berbeda menyebabkan respon dan reaksi orang dalam menerima komentar dan konten tersebut juga berbeda-beda. Respon individu/ kelompok yang disinggung dapat berbeda-beda tergantung isi konten dan komentarnya, individu, situasi emosional, psikologi, sosiologi dan sebagainya.

Ketiadaan batasan menyebabkan penilaiannya kemudian bersifat subjektif. Tidak jarang kemudian mengakibatkan polemik antar individu atau kelompok, seperti perasaan sakit hati, kegaduhan, hingga permusuhan. Kasus ini banyak terjadi di media sosial dan beberapa diantaranya masuk ke ranah pidana. Jika melihat banyaknya kasus ini, sangat

mungkin jika semua orang berpeluang untuk mengalami kejadian ini jika tidak hati-hati.

Saran

Masyarakat berhati-hati untuk menyampaikan pendapatnya atau berekspresi di media sosial. Jika diperlukan, masyarakat dapat memberikan kritik yang membangun di media sosial bukan kritikan yang tidak berdasar sehingga sulit untuk mencari solusinya.

Masyarakat juga perlu memahami bahwa media sosial merupakan ruang publik dimana dapat digunakan sebagai saluran informasi dan komunikasi secara interaktif sehingga perlu digunakan dengan baik untuk keperluan untuk pendidikan, bisnis, dan hal positif lainnya, bukan digunakan untuk hal yang negatif.

Semua pihak dapat terlibat dalam kegiatan literasi digital untuk memberikan pemahaman bagaimana etika di media digital sehingga kasus ujaran kebencian digital dapat diturunkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alayubbi, Sholahuddin. 2021. *Polri Ujaran kebencian dan SARA Paling Banyak di Twitter dan Facebook* dalam <https://kabar24.bisnis.com/read/20210416/16/1382198/polri-ujaran-kebencian-dan-sara-paling-banyak-di-twitter-dan-facebook> diunduh 30 Agustus 2022
- Anggraeni, Dewi & Adrinoviarini. 2020. *Strategi Pengawasan Terhadap Ujaran Kebencian di Media Sosial pada Pemilu (STudi Kasus Pilgub DKI 2017)* dalam *AI Wasath Jurnal Ilmu Hukum* Volume 1 No. 2 ktober 2020: 99-116. Bogor : Universitas Islam Nahdatul Ulama Indonesia.
- Anonim, 2018. *Sosial Media*. Jakarta: Siber Kreasi
- Arifianto,S. 2018. *Praktik Budaya Media Digital dan Pengaruhnya*. Yogyakarta: ASWAJA Pressindo.
- Detik.com. 2021. *Tentang Muhammad Kece Terjerat Kasus Penistaan Agama Hingga Dianiaya di Rutan* dalam <https://news.detik.com/berita/d-5729445/tentang-muhammad-kece-terjerat-kasus-penistaan-agama-hingga-dianiaya-di-rutan> diunduh 30 Agustus 2022
- Hootsuite. 2022. *We are Social Indonesian Digital Report* dalam <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/> diunduh 30 Agustus 2022.
- Kompas.com. 2020. *Perjalanan Kasus ferdian Paleka Hingga Akhirnya bebas dari penjara dalam* <https://www.kompas.com/hype/read/2020/06/05/115111866/perjalanan-kasus-ferdian-paleka-hingga-akhirnya-bebas-dari-penjara?page=all> diunduh 30 Agustus 2022
- Nasurullah, Rulli. 2017. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sutrisna, Tria. 2022. *Roy Suryo Ditahan Ini Kasus yang Menjeratnya* dalam <https://www.kompas.com/tren/read/2022/08/06/063000465/roy-suryo-resmi-ditahan-ini-kasus-yang-menjeratnya?page=all> diunduh 30 Agustus 2022