



ANALISIS FIQH SIYASAH TERHADAP KAMPANYE PEMILIHAN UMUM DI MEDIA SOSIAL BERDASARKAN PERATURAN KOMISI PEMILIHAN UMUM NOMOR 23 TAHUN 2018 TENTANG KAMPANYE PEMILIHAN UMUM

Muhammad Fadhli

Ma'had Aly Raudhatul Ma'arif

Email: mhdfadhlii@mahadalyraudhatulmaarif.ac.id

Abstract: *Based on the General Election Commission Regulation (PKPU) of the Republic of Indonesia Number 23 of 2018 concerning General Election Campaigns in Article 35 paragraphs 1 to 4. Which reads paragraph 1 "Election Participants can conduct Campaigns through social media as referred to in Article 23 paragraph (1) letter e". Social media becomes a tool for spreading information, which is certainly not confirmed. Not to mention the phenomenon of fake news and hate speech that is easily spread on social media. The widespread use of social media is not a new thing in Indonesia. people's connection to social media is increasing. The formulation of the problems in this study are 1) how are the Election Campaign Regulations on social media based on KPU Regulation Number 23 of 2018 concerning Election Campaigns and 2) how is the analysis of Election Campaigns on Social Media in the View of Fiqh Siyasah. The research method used is qualitative with the type of library research and this research is descriptive analysis. The data collection method in this research is based on library research. Using Secondary data. From the results of the research in KPU Regulation (PKPU) Number 23 concerning General Election Campaigns, Campaign Settings in Social Media are only limited to regulating the registration of accounts belonging to election participants. Each participant may only have a maximum of 10 (ten) Social Media accounts for each type of application. Registration of Social Media accounts is carried out no later than 1 (one) day before the Campaign period and Social Media Accounts must be closed on the last day of the Campaign period. In the view of fiqh siyasah, it is permissible to use social media campaigns as long as they do not contain slander, and in accordance with the Regulations governing the course of campaigns on Social Media, namely KPU Regulation No.23 Article 35 of 2018 concerning Election Campaigns, in which there are rules for campaigning on Social Media that provide convenience for people, for example, the rapid delivery of information about the vision and mission of candidates campaigning for elections, and minimizing lies, hoaxes, hate speech and other violations because there are rules*

Analisis Fiqh Siyasah Terhadap Kampanye Pemilihan Umum Di Media Sosial Berdasarkan Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Kampanye Pemilihan Umum

that must register official campaign accounts with the KPU. So the Fiqh Siyasah view of KPU Regulation No.23 of 2018 provides benefits for fellow people, and because in Islam if everything that provides benefits for the people, then everything is allowed.

Keywords: *Fiqh Siyasah, Social Media, Campaigns*

Abstrak: Berdasarkan Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2018 tentang Kampanye Pemilihan Umum dalam Pasal 35 ayat 1 sampai 4. Yang berbunyi ayat 1 “Peserta Pemilu dapat melakukan Kampanye melalui media sosial sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23 ayat (1) huruf e”. Media sosial menjadi alat penyebar informasi, yang pastinya belum terkonfirmasi kebenarannya. Belum lagi fenomena berita bohong dan ujaran kebencian yang dengan mudahnya tersebar di media sosial. Maraknya penggunaan media sosial sudah bukan hal yang baru di Indonesia. keterkaitan masyarakat terhadap media sosial semakin meningkat. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah 1) bagaimanakah Pengaturan Kampanye Pemilu di media sosial berdasarkan Peraturan KPU Nomor 23 tahun 2018 tentang Kampanye Pemilu dan 2) bagaimanakah analisis tentang Kampanye Pemilu di Media Sosial dalam Pandangan Fiqh Siyasah. Metode penelitian yang digunakan kualitatif dengan jenis penelitian penelitian kepustakaan (Library Research) dan penelitian ini bersifat deskriptif analisis. Metode Pengumpulan data dalam penelitian ini didasarkan pada riset pustaka (Library Research). Menggunakan data Sekunder. Dari hasil penelitian dalam Peraturan KPU (PKPU) Nomor 23 tentang Kampanye Pemilihan Umum, Pengaturan Kampanye di Media Sosial hanya sebatas mengatur pendaftaran akun milik peserta pemilu. Tiap peserta hanya boleh memiliki akun Media Sosial dapat dibuat paling banyak 10 (sepuluh) untuk setiap jenis aplikasi. Pendaftaran akun Media Sosial dilakukan paling lambat 1 (satu) Hari sebelum masa Kampanye dan Akun Media Sosial wajib ditutup pada hari terakhir masa Kampanye. Dalam pandangan fiqh siyasah diperbolehkan menggunakan kampanye media sosial asal didalamnya tidak mengandung fitnah, dan sesuai dengan Peraturan yang mengatur jalannya kampanye di Media Sosial yaitu Peraturan KPU No.23 Pasal 35 Tahun 2018 tentang Kampanye Pemilu, di dalamnya terdapat tata tertib berkampanye di Media Sosial yang memeberikan kemudahan bagi antar umat contohnya, tersampainya

informasi secara cepat tentang visi misi peserta calon yang berkampanye pemilu, dan meminimalisir kebohongan, hoax, ujuran kebencian dan pelanggaran-pelanggaran lainnya karena ada aturan harus mendaftar akun kampanye resmi kepada KPU. Jadi Pandangan Fiqh Siyasah terhadap Peraturan KPU No.23 Tahun 2018 tersebut memberikan kemaslahatan bagi sesama umat, dan dikarenakan di dalam Islam jika segala sesuatu yang memberikan kemaslahatan bagi umat, maka segala sesuatu itu diperbolehkan.

Kata Kunci: Fiqh Siyasah, Media Sosial, Kampanye

PENDAHULUAN

Pemilu merupakan salah satu alat dalam sistem demokrasi untuk menentukan penyelenggaraan negara agar sesuai dengan kehendak rakyat yang memilih pemimpin dan wakil rakyatnya secara langsung, bebas, rahasia, jujur dan juga adil seperti yang tertuang dalam UUD NKRI 1945 pada pasal 22E¹. Dan berdasarkan dalam UU no 7 tahun 2017 pemilihan umum yang selanjutnya disebut dengan pemilu adalah sarana kedaulatan rakyat untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat, anggota Dewan Perwakilan Daerah, Presiden dan juga Wakil Presiden dan untuk memilih Dewan Perwakilan Rakyat Daerah yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia Berdasarkan Pancasila Dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia.² Oleh karna demikian sistem pemilu harus benar-benar terjamin secara konkret aspirasi suara rakyat sebagai pemegang kedaulatan.

Masyarakat indonesia bisa dikatakan sudah sangat berpengalaman dalam pemilu dimana semuanya di bagi menjadi tiga fase. Fase pertama adalah keadaan yang berlangsung di masa orde lama yang di kenal sebagai awal-awalnya negara ini terbentuk. Fase kedua adalah masa konsolidasi demokrasi namun dalam praktiknya justru konsolidasi yang di bangun itu mengingkari demokrasi itu sendiri. Kemudian fase ketiga adalah demokrasi, dimana pemilu sudah menjadi instrument demokrasi bukan sekedar alat legitimasi. Pemilu juga menjadi alat evaluasi, dimana

¹ UUD NRI 1945 pasal 22E

² Pasal 1 Ayat (1) UU No 7 tahun 2017 tentang Pemilihan Umum

Analisis Fiqh Siyasah Terhadap Kampanye Pemilihan Umum Di Media Sosial Berdasarkan Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Kampanye Pemilihan Umum

pemimpin atau pemerintahan yang dianggap gagal sulit untuk mendapatkan dukungan kembali dari rakyat dalam pemilu selanjutnya.

Seiring berjalannya masa dengan segala perkembangan dan perubahannya pemilu juga ikut berubah, demikian juga yang terjadi pada kampanye, begitu banyak perkembangan dan cara penyampayan visi misi dari masing-masing kandidat politik yang perlu di perhatikan, apalagi di era yang serba digital dengan segala kemudahannya, dimana media sosial menjadi alat kampanye yang sangat berpengaruh bagi peserta kandidat dan juga masyarakat.

Kampanye diatur dalam Undang-Undang No 7 tahun 2017 tentang Pemilu yang mana dijelaskan pada pasal 267 ayat (1) "Kampanye Pemilu merupakan bagian dari pendidikan politik masyarakat dan dilaksanakan secara bertanggung jawab". Dalam kampanye terdapat juga larangan yang di jelaskan dalam pasal 280 ayat (1) bahwa "Pelaksana, peserta dan tim kampanye pemilu dilarang :

- (a) Mempersoalkan dasar negara Pancasila, pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, dan bentuk negara Kesatuan Republik Indonesia
- (b) Melakukan kegiatan yang membahayakan keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia
- (c) Menghina seseorang, agama, suku, ras, golongan, calon, dan/atau peserta pemilu yang lain
- (d) Menghasut dan mengadu domba perseorangan ataupun masyarakat
- (e) Mengganggu ketertiban umum
- (f) Mengancam untuk melakukan kekerasan atau menganjurkan penggunaan kekerasan kepada seseorang, sekelompok anggota masyarakat, dan/atau peserta pemilu yang lain
- (g) Merusak dan/atau menghilangkan alat peraga kampanye peserta pemilu
- (h) Menggunakan fasilitas pemerintahan, tempat ibadah, dan tempat pendidikan
- (i) Membawa atau menggunakan tanda gambar dan/atau atribut selain dari tanda gambar dan/atau atribut peserta pemilu yang bersangkutan dan
- (j) Menjajikan atau memberikan uang atau materi lainnya kepada peserta pemilu.

Tidak hanya dalam UU Pemilu saja dalam Peraturan Bawaslu Nomor 28 tahun 2018 tentang penanganan temuan dan laporan pelanggaran pemilihan umum juga dijelaskan pada pasal 6 ayat (1) bahwa “Bawaslu, Bawaslu Provinsi, dan Bawaslu Kabupaten/Kota melakukan pengawasan terhadap hal yang dilarang dalam pelaksanaan kampanye meliputi :

- (a) Mempersoalkan Dasar Negara Pancasila, Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, dan Bentuk Negara Kesatuan Republik Indonesia
- (b) Melakukan kegiatan yang membahayakan keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia
- (c) Menghina seseorang, agama, suku, ras, golongan, calon, dan/atau peserta pemilu
- (d) Menghasut dan mengadu domba perseorangan ataupun masyarakat.
- (e) Mengganggu ketertiban umum
- (f) Mengancam untuk melakukan kekerasan atau menganjurkan penggunaan kekerasan kepada seseorang, sekelompok anggota masyarakat, dan/atau peserta pemilu yang lain
- (g) Merusak dan/atau menghilangkan alat peraga kampanye peserta pemilu
- (h) Menggunakan fasilitas pemerintah, tempat ibadah, dan tempat pendidikan
- (i) Membawa atau menggunakan tanda gambar dan/atau atribut selain dari tanda gambar dan/atau atribut peserta pemilu yang bersangkutan dan
- (j) Menjajikan atau memberikan uang atau materi lainnya kepada peserta pemilu.

Namun kenyataannya di lapangan masih banyak kasus pelanggaran pemilu di media sosial . Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) menemukan delapan kasus dugaan politik uang di media sosial terkait Pemilihan Kepala Daerah (PILKADA) Serentak 2020, termasuk indikasi aparatur sipil negara (ASN) ikut berkampanye di jagat maya. Bentuk dugaan pelanggaran berupa ASN ikut berkampanye, berkampanye

Analisis Fiqh Siyasah Terhadap Kampanye Pemilihan Umum Di Media Sosial Berdasarkan Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Kampanye Pemilihan Umum

di akun media sosial yang tidak didaftarkan ke Komisi Pemilihan Umum (KPU), hingga penyebaran hoaks.³

Komisi Pemilihan Umum (KPU) Republik Indonesia merupakan lembaga yang mengatur dan menjalankan pemilihan umum. KPU berhak mengambil tindakan atas semua aturan dan wewenang atas pemilu. Dan KPU juga mempunyai peraturan dalam menjalankan tugas mereka yang tertuwai dalam undang-undang republik Indonesia, termasuk peraturan kepada kandidat politik yang berkampanye di media sosial. Tetapi KPU tidak mengatur terkait penyebaran konten kampanye yang beredar dan dilakukan oleh oknum di luar tim kampanye pemilu. Karna bermodalkan koneksi internet, orang-orang bisa dengan mudah membuat lebih dari satu akun media sosial. Bahkan, tidak menutup kemungkinan satu orang bisa memiliki atau membuat belasan hingga puluhan akun media sosial, hingga hal demikian berdampak besar bagi pengguna media sosial lainnya, baik itu berupa konten positif ataupun negatif.

Melihat fenomena demikian ini, banyak sekali partai politik dan kandidat mulai melirik media sosial sebagai suatu alat untuk mendekati diri dengan masyarakat, Setiap kandidat dan partai politik pun selalu mencoba berbagai usaha untuk mencapai tujuan mereka.

Di dalam hukum Islam, persoalan politik dikenal dengan *fiqh siyasah*, memang belum ada pengertian kampanye secara baku. Namun, ada beberapa unsur perilaku di dalam Islam yang mengindikasikan apabila perbuatan tersebut merupakan suatu tindakan yang memiliki makna kampanye, yakni menawarkan diri untuk menjadi pemimpin dan ajakan untuk memilih dirinya sebagai pemimpin. Sedangkan dalam hal ini kampanye ialah sebuah tindakan yang bersifat persuasi, persuasi yang berarti menghimbau atau perilaku mengajak seseorang dengan cara memberikan alasan serta prospek yang baik untuk meyakinkannya⁴

Di dalam fiqh siyasah, istilah pemilihan umum dikenal dengan *Intikhabah al-'ammah*. Intikhabah merupakan *jama' muannassalim* yang berasal dari kata *intikhaba-yantakhibu* yang artinya memilih⁵. Oleh karena itu, dalam hal ini kampanye adalah sebuah sarana sebagai tahap

³ <https://www.medcom.id/pilkada/news-pilkada/VNxvG1dk-17-kasus-dugaan-pelanggaran-pilkada-ditemukan-di-media-sosial>. Diakses tanggal 8/11/2022

⁴ Jurnal Muhammad Asshsibli, *prespektif Hukum Islam Terhadap Pencalonan Diri dan Kampanye Untuk Jabatan Politik* Vol 21, (Sumatera Barat Institut Agama Islam Negeri Batusangkar, 2022). Hal 14

⁵ Ibid.14

perkenalan diri oleh kandidat yang mencalonkan diri agar khalayak mengetahui keberadaan serta identitas para pihak yang mencalonkan diri tersebut, sehingga dengan demikian umat dapat mengenal dan mampu untuk memilih dan memilah manakah calon kandidat yang pantas untuk menduduki kepemimpinan melalui pelaksanaan pemilihan umum.

Namun penggunaan media sosial ini memiliki aturan dan batasan-batasan terhadap perkataan dan perilaku untuk selalu berkata jujur, tidak menyebarkan berita bohong serta menyiratkan kata yang isi dan tujuannya selalu baik, apalagi untuk berkampanye menyampaikan visi misi kandidat politik. Dan masyarakat juga harus bisa membedakan setiap berita dan pernyataan yang di keluarkan oleh setiap pihak atau oknum, dan tidak semerta-merta menghakimi juga menyakini setiap konten yang di dapat, bertujuan untuk menghindari berita hoax dan profokator atas kebenaran berita tersebut.

Dalam Al-qur'an surat AL-hujarat ayat 6 juga di terangkan;

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang Fasik membawa suatu berita, Maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu (QS.AL-Hujarat 5:6).⁶

Maka dalam hal ini, karna banyaknya beredar konten-konten kampanye yang tidak beraturan di media sosial, bahkan terkadang menyudutkan pihak politik lawan dengan menyebarkan ujaran kebencian. Maka kita sebagai pengguna media sosial harus selalu pintar dan bisa membedakan antara konten yang positif dan juga konten yang negatif.

Berdasarkan Penjelasan Latar Belakang Masalah diatas maka Peneliti tertarik melakukan penelitian berkaitan tentang analisis fiqh siyasah terhadap kampanye pemilu di media sosial.

PEMBAHASAN

A. Ketentuan Penggunaan Media Sosial terhadap Kampanye Pemilu dalam Peraturan KPU No.23 Tahun 2018

⁶ Jalalain, *Tafsir Jalalain* , jilid 4 (Haramain : Surabaya, 2017). Hal 140

Analisis Fiqh Siyasah Terhadap Kampanye Pemilihan Umum Di Media Sosial Berdasarkan Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Kampanye Pemilihan Umum

Hingga saat ini belum ada pengaturan rinci dan tegas terhadap bentuk kampanye di media sosial. Di tengah meningkatnya pengguna internet Indonesia, media sosial tidak bisa dipungkiri keberadaannya sebagai sarana paling efektif untuk menyalurkan pendapat warganet. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat sedikitnya jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 143 juta di tahun 2017, atau lebih dari separuh jumlah penduduk.⁷ Apabila dibandingkan dengan jumlah daftar pemilih tetap (DPT) yang ditetapkan pertama kali oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU), maka sekitar 76,47 persen dari total DPT adalah pengguna internet. KPU telah menetapkan jumlah DPT sebanyak 187.781.884 orang, yang angka tersebut masih terus akan diperbaiki untuk meminimalkan potensi pemilih terdaftar ganda.

Kampanye dengan menggunakan media sosial juga dinilai jauh lebih efektif dan efisien menyasar kaum menengah ke atas, dibandingkan dengan melakukan kampanye konvensional, yaitu menggunakan atribut partai politik dan berorasi di ruangan terbuka.

Dalam Undang-undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilu, di pasal 1 ayat 35, kampanye pemilu diartikan sebagai kegiatan peserta pemilu untuk meyakinkan pemilih dengan menawarkan visi, misi, program dan/atau citra diri peserta pemilu. Dalam Peraturan KPU (PKPU) Nomor 23 Tahun 2018 tentang Kampanye Pemilu, pengaturan kampanye di media sosial hanya sebatas mengatur pendaftaran akun milik peserta pemilu. KPU membatasi setiap peserta pemilu hanya boleh memiliki akun media sosial yang digunakan untuk kampanye paling banyak 10 akun.⁸

Namun, KPU tidak mengatur mengenai penyebaran konten kampanye, yang bisa saja dilakukan oleh orang di luar tim kampanye, atau oleh buzzer politik musiman yang muncul lima tahunan sekali. Belum lagi fenomena hoaks dan ujaran kebencian yang dengan mudahnya tersebar hanya dengan satu klik di akun media sosial.

⁷ [https://www.kominfo.go.id/content/detail/14795/mengatur-kampanye-di-media-sosial/0/sorotan_media#:~:text=Dalam%20Peraturan%20KPU%20\(PKPU\)%20Nomor,kampanye%20paling%20banyak%2010%20akun.](https://www.kominfo.go.id/content/detail/14795/mengatur-kampanye-di-media-sosial/0/sorotan_media#:~:text=Dalam%20Peraturan%20KPU%20(PKPU)%20Nomor,kampanye%20paling%20banyak%2010%20akun.) (Di Akses Pada 15 februari 2023)

⁸ [https://www.kominfo.go.id/content/detail/14795/mengatur-kampanye-di-media-sosial/0/sorotan_media#:~:text=Dalam%20Peraturan%20KPU%20\(PKPU\)%20Nomor,kampanye%20paling%20banyak%2010%20akun.](https://www.kominfo.go.id/content/detail/14795/mengatur-kampanye-di-media-sosial/0/sorotan_media#:~:text=Dalam%20Peraturan%20KPU%20(PKPU)%20Nomor,kampanye%20paling%20banyak%2010%20akun.) (Di Akses Pada 15 februari 2023)

B. Mekanisme Penggunaan Media Sosial terhadap Kampanye Pemilu dalam Peraturan KPU No.23 Tahun 2018

Peraturan KPU (PKPU) Nomor 23 Tahun 2018 tentang Kampanye Pemilu;

- 1) Peserta Pemilu dapat melakukan Kampanye melalui media sosial sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23 ayat (1) huruf e.
- 2) Akun Media Sosial sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dibuat paling banyak 10 (sepuluh) untuk setiap jenis aplikasi.
- 3) Desain dan materi pada Media Sosial sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit memuat visi, misi, dan program Peserta Pemilu.
- 4) Desain dan materi dalam Media Sosial sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dapat berupa:
 - a. tulisan;
 - b. suara;
 - c. gambar; dan/atau
 - d. gabungan antara tulisan, suara, dan/atau gambar, yang bersifat naratif, grafis, karakter, interaktif atau tidak interaktif, dan yang dapat diterima melalui perangkat penerima pesan.

Pasal 36

1. Pelaksana Kampanye wajib mendaftarkan akun resmi Media Sosial sebagaimana dimaksud dalam Pasal 35 ayat (2) kepada:
 - a. KPU, untuk Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden dan Peserta Pemilu Anggota DPR;
 - b. KPU Provinsi/KIP Aceh, untuk Peserta Pemilu Anggota DPD dan DPRD Provinsi; dan
 - c. KPU/KIP Kabupaten/Kota, untuk Peserta Pemilu Anggota DPRD Kabupaten/Kota.
2. Pendaftaran akun Media Sosial sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan paling lambat 1 (satu) Hari sebelum masa Kampanye.
3. Pendaftaran akun Media Sosial sebagaimana dimaksud pada ayat (1) menggunakan formulir:
 - a. Model FK-MEDSOS.PRES, untuk Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden;

Analisis Fiqh Siyasah Terhadap Kampanye Pemilihan Umum Di Media Sosial Berdasarkan Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Kampanye Pemilihan Umum

- b. Model FK-MEDSOS.DPR, untuk Peserta Pemilu Anggota DPR;
 - c. Model FK-MEDSOS.DPD, untuk Peserta Pemilu Anggota DPD;
 - d. Model FK-MEDSOS.DPRD-PROV, untuk Peserta Pemilu Anggota DPRD Provinsi; dan
 - e. Model FK-MEDSOS.DPRD-KAB/KOTA untuk Peserta Pemilu Anggota DPRD Kabupaten/Kota.
4. Pendaftaran akun Media Sosial sebagaimana dimaksud pada ayat (3) dibuat dalam 4 (empat) rangkap untuk
 - a. KPU, KPU Provinsi/KIP Aceh dan KPU/KIP Kabupaten/Kota, sesuai dengan tingkatannya;
 - b. Bawaslu, Bawaslu Provinsi dan Bawaslu Kabupaten/Kota, sesuai dengan tingkatannya;
 - c. Kepolisian Negara Republik Indonesia, sesuai dengan tingkatannya; dan
 - d. Pasangan Calon, Partai Politik atau Gabungan Partai Politik, dan Calon
 - e. Anggota DPD sebagai arsip
 5. KPU, KPU Provinsi/KIP Aceh dan KPU/KIP Kabupaten/Kota menyampaikan daftar akun Media Sosial sebagaimana dimaksud pada ayat (4) kepada Bawaslu dan Kepolisian Negara Republik Indonesia, sesuai dengan tingkatannya.
 6. Akun Media Sosial sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib ditutup pada hari terakhir masa Kampanye

C. Dampak Media Sosial dalam Kampanye Pemilu

Keberadaan sosial media telah banyak mengubah strategi, teknik, dan taktik pemenangan kandidat politik. Hal tersebut dapat dilihat dari munculnya tim khusus yang menangani media sosial. Bahkan secara khusus setiap paslon tersebut telah menyiapkan berbagai media ini sebagai sumber resmi dalam penyebarluasan materi kampanye calon. Kedua pasangan tersebut pun sudah memproduksi dan memanfaatkan video-video pendek dalam menyebarluaskan gagasan dan program mereka kepada pemilih melalui berbagai platform media sosial yang tersedia.

Terbitnya sosial media sebagai alat penyebaran informasi yang ditujukan kepada masyarakat ataupun pemilih dalam pemilu dianggap sebagai langkah yang efektif dan penting, terlebih khusus dalam membentuk opini dan pengaturan agenda politik.

Tiga keunggulan media sosial sebagai media kampanye politik.⁹ *Pertama*, media sosial memberikan akses yang mudah bagi calon pemilih, kandidat dapat langsung berinteraksi dengan calon pemilih dengan skala dan intensitas yang lebih mudah dibandingkan dengan pola kampanye tradisional seperti door to door, brosur, bahkan diliput oleh media cetak atau televisi. Penggunaan media sosial dalam kampanye pemilihan presiden menawarkan keterlibatan langsung antara kandidat dan calon pemilih melalui interaksi dan diskusi: dengan menyukai, berkomentar, dan berbagi pesan. *Kedua*¹⁰, selain mudah diakses, media sosial juga murah dijangkau oleh penggunanya yang saat ini mencapai 132 juta orang di Indonesia (We Aresocial, 2017). Meski tidak semua daerah bisa mengakses media sosial, jangkauan luas ini benar-benar bisa menekan biaya kampanye yang selalu terbilang mahal. Padahal platform media sosial seperti Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, dan lainnya tidak memiliki biaya yang mahal dalam proses penyebaran materinya. *Ketiga*,¹¹ media sosial memiliki jangkauan yang luas karena sangat memudahkan masyarakat untuk membagikan konten atau informasi yang mereka dapatkan. beberapa fitur, pesan kampanye dapat disesuaikan dengan kondisi demografi calon pemilih sehingga lebih terukur dan tepat sasaran (Hagar 2014; R. Sunstein 2017).

D. Kampanye Pemilihan Umum di Media Sosial Menurut Peraturan KPU No.23 Tahun 2018 tentang Kampanye Pemilu

Pemilu adalah salah satu ciri yang harus ada pada negara demokrasi, dengan demikian pemilu merupakan sarana yang penting untuk rakyat dalam kehidupan bernegara, yaitu dengan jalan memilih wakil-wakilnya yang pada gilirannya akan mengendalikan roda pemerintahan. Hasil pemilihan umum yang diselenggarakan dalam suasana

⁹ Berliani Ardha, *Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 Di Indonesia*, Jurnal Visi Komunikasi, (Vol 13., No. 01, Mei 2014). Hal 107

¹⁰ Ibid.107

¹¹ Ibid.107

Analisis Fiqh Siyasah Terhadap Kampanye Pemilihan Umum Di Media Sosial Berdasarkan Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Kampanye Pemilihan Umum

keterbukaan dengan kebebasan berpendapat dianggap mencerminkan dengan cukup akurat mencerminkan aspirasi dan partisipasi masyarakat.

Sesuai Undang-undang Nomor 8 Tahun 2012 Tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah pengertian pemilihan umum diuraikan secara detail. Pemilu adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945. Dengan kata lain, pemilu merupakan sarana bagi rakyat untuk menjalankan kedaulatan dan merupakan lembaga demokrasi.

Kampanye dapat dilakukan dengan berbagai metode atau cara, Douglas Hagar dalam *Campaigning Online: Social Media in the 2010 Niagara Municipal Elections* mengatakan bahwa media sosial dapat berkontribusi pada kesuksesan politik. Hal ini karena media sosial memungkinkan kandidat dalam sebuah pemilu untuk berinteraksi dengan calon pemilih dengan skala dan intensitas yang tidak dapat dicapai melalui pola kampanye tradisional seperti kampanye *door to door*, brosur, bahkan liputan media cetak dan televisi. Selain itu, biaya kampanye media sosial juga jauh lebih murah karena tidak ada biaya yang terkait langsung dengan media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Youtube.

E. Analisis Fiqh Siyasah Terhadap Kampanye Pemilihan Umum di Media Sosial

Fiqh siyasah adalah salah satu aspek hukum Islam yang mengatur dan mengatur kehidupan manusia dalam bernegara untuk mencapai kemaslahatan bagi manusia itu sendiri. Dalam *fiqh siyasah* ini, ulama mujtahid menggali sumber-sumber hukum Islam, baik Al-Qur'an maupun Sunnah untuk mengeluarkan hukum-hukum yang terkandung di dalamnya dalam kaitannya dengan kehidupan bernegara dan bermasyarakat.

siyasah dusturiyah adalah *siyasah* yang berhubungan dengan peraturan dasar tentang bentuk pemerintahan dan batasan kekuasaannya, cara pemilihan (kepala negara), batasan kekuasaan yang lazim bagi pelaksanaan urusan umat, dan ketetapan yang hak-hak yang wajib bagi individu dan masyarakat, serta hubungan antara penguasa dan rakyat.

Berdasarkan pandangan *Fiqh Siyasah*, tidak ada definisi baku tentang kampanye. Namun demikian, ada beberapa unsur perilaku dalam Islam

yang menunjukkan bahwa tindakan tersebut merupakan salah satu tindakan yang memiliki makna kampanye, yaitu menawarkan diri untuk menjadi pemimpin dan ajakan untuk memilih diri sendiri sebagai pemimpin. Hal tersebut didasarkan dalam Al-Qur'an yang terdapat dalam surat Yusuf ayat 55, yang mana sudah dijelaskan dalam bab 2. Berdasarkan ayat tersebut diperbolehkannya memuji diri sendiri jika dalam keadaan tidak dikenal serta boleh meminta jabatan karena yakin pada saat itu tidak ada yang dapat menegakkan keadilan.

Kampanye Apabila pada masa kontemporer ini dalam praktiknya pencalonan boleh dilakukan karena dalam keadaan darurat. Maka bagi orang yang mencalonkan dirinya tidak diperbolehkan untuk melakukan apa yang disebut sebagai kampanye pemilihan yang dilakukan dengan memuji-muji dirinya sendiri dan merendahkan calon-calon yang lain. Namun, seorang calon boleh memperkenalkan dirinya kepada para pemilih dan menjelaskan gagasan dan langkah-langkah kebijaksanaan kerjanya. Hanya sebatas itu saja yang diperbolehkan oleh calon yang mencalonkan diri. Maka dari itu kampanye dalam *fiqh siyasah* diperbolehkan asalkan tidak menyimpang terhadap atauran syariat.

SIMPULAN

Dari uraian dan pembahasan yang dijelaskan dalam bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Berkaitan dengan analisis dalam *fiqh siyasah* belum ada pengertian yang baku terkait dengan kampanye, namun dalam islam terdapat unsur perbuatan yang mengindikasikan ke dalam kampanye yakni menawarkan diri untuk menjadi pemimpin dan ajakan untuk memilih dirinya, hal tersebut didasarkan dalam Al-Qur'an surat Yusuf ayat 55, maka seorang calon boleh memperkenalkan dirinya kepada para pemilih dan menjelaskan gagasan dan langkah-langkah kebijaksanaan kerjanya. Hanya sebatas itu saja yang diperbolehkan oleh calon yang mencalonkan diri. Maka dari itu kampanye dalam *fiqh siyasah* diperbolehkan asalkan tidak menyimpang terhadap atauran syariat. Dalam pandangan *fiqh siyasah* diperbolehkan menggunakan kampanye media sosial asal didalamnya tidak mengandung fitnah, dan sesuai dengan Peraturan yang mengatur jalannya kampanye di Media Sosial yaitu Peraturan KPU No.23 Pasal 35 Tahun 2018 tentang Kampanye Pemilu, di dalamnya terdapat tata tertib berkampanye di Media Sosial yang memberikan kemudahan bagi antar umat contohnya,

Analisis Fiqh Siyasah Terhadap Kampanye Pemilihan Umum Di Media Sosial Berdasarkan Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Kampanye Pemilihan Umum

tersampainya informasi secara cepat tentang visi misi peserta calon yang berkampanye pemilu, dan meminimalisir kebohongan, hoax, ujaran kebencian dan pelanggaran-pelanggaran lainnya karena ada aturan harus mendaftarkan akun kampanye resmi kepada KPU. Jadi Pandangan Fiqh Siyasah terhadap Peraturan KPU No.23 Tahun 2018 tersebut memberikan kemaslahatan bagi sesama umat, dan dikarenakan di dalam Islam jika segala sesuatu yang memberikan kemaslahatan bagi umat, maka segala sesuatu itu diperbolehkan. Dari hasil penelitian dalam Peraturan KPU (PKPU) Nomor 23 tentang Kampanye Pemilihan Umum, Pengaturan Kampanye di Media Sosial hanya sebatas mengatur pendaftaran akun milik peserta pemilu. Tiap peserta hanya boleh memiliki akun Media Sosial dapat dibuat paling banyak 10 (sepuluh) untuk setiap jenis aplikasi. Pendaftaran akun Media Sosial dilakukan paling lambat 1 (satu) Hari sebelum masa Kampanye dan Akun Media Sosial wajib ditutup pada hari terakhir masa Kampanye.

DAFTAR PUSTAKA

- Al munawwir, *Kamus al munawwir* Pustaka Progresif 2004
- Al-Mawaridi, *al ahkam AL sulthaniyyah* Haramain : Surabaya, 2017
- Ardha Berliani, *Sosial Media sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 di Indonesia*, Jurnal Visi Komunikasi, Vol.13, No. 01, Mei 2014
- Asshsubli, *prespektif Hukum Islam Terhadap Pencalonan Diri dan Kampanye Untuk Jabatan Politik* Vol 21, Sumatera Barat Institut Agama Islam Negeri Batusangkar, 2022
- Anis Hidayati, *Kampanye Pemilihan Umum Preseden dan Wakil Preseden Persepektif Fikih Siyasah*, Jurnal Hukum dan Perundangan Islam. Vol 5 No. 1 al-daulah April 2015
- Abdul wahhab khallaf, *al-siyasah al-syar'iiyyah*, Kairo : Mu'assasah Al-Arabiyah, 1961
- Abdurrahman taj, *al-siyasah al-syar'iiyyah wa al-fiqh al-islami*, Kairo : Mu'assasah Al-Arabiyah, 1961
- Berliani Ardha, *Sosial Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 Di Indonesia*, Jurnal Visi Komunikasi, Vol 13., No. 01, Mei 2014
- Djazuli, *Fiqh Siyasah Implementasi Kemaslahatan Umat Dalam Rambu-Rambu Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2009

Imam al-Mawardi, *Hukum - Hukum Penyelenggaraan Negara dalam Syariat Islam*, Terj. Fadli Bahri dalam *Al - Ahkam As -Sulthaniyyah*, Jakarta: Darul Falah, 2006

Jalalain, *Tafsir Jalalain* , jilid 4 Haramain : Surabaya, 2017

Khairul Fahmi, *Pemilihan Umum Dan Kedaulatan Rakyat*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011

Lidwa Pustaka, *Kitab 9 Imam Hadits, Sunan Nasa'i, Hadits Nomor 5289.*

Muhammad Iqbal, *Fiqh Siyasa Kontekstualisasi Doktrin Politik Islam*, Cet Ke 1, Jakarta : Gaya Media Pratama, 2001

Ramlan Surbakti. *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: PT.Grasindo, 1992

Siti Fatimah, *Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu*. Resolusi Vol. 1 No. 1 Juni 2018

UUD NRI 1945 pasal 22E

Undang-undang Nomor 8 Tahun 2012 Tentang Pemilihan Umum

Zakariyya al ansari *Ghayah usul* (Haramain : Surabaya, 2017)

<https://www.medcom.id/pilkada/news-pilkada/VNxvG1dk-17-kasus-dugaan-pelanggaran-pilkada-ditemukan-di-media-sosial>. Diakses tanggal 8/11/2022

https://www.kominfo.go.id/content/detail/14795/mengatur-kampanye-di-mediasosial/0/sorotan_media#:~:text=Dalam%20Peraturan%20KPU%20Nomor,kampanye%20paling%20banyak%2010%20akun. (Di Akses Pada 15 februari 2023)