

MEDIA SOSIAL & TERORISME

Ancaman dan Kerentanan Media Sosial
Terhadap Tindak Pidana Pendanaan Terorisme

LAPORAN HASIL RISET 2018



**LAPORAN HASIL RISET
TAHUN 2018**

**ANCAMAN DAN KERENTANAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
TINDAK PIDANA PENDANAAN TERORISME**

**DIREKTORAT PEMERIKSAAN, RISET DAN PENGEMBANGAN
DEPUTI BIDANG PEMBERANTASAN
PUSAT PELAPORAN DAN ANALISIS TRANSAKSI KEUANGAN
TAHUN 2018**

ANCAMAN DAN KERENTANAN MEDIA SOSIAL TERHADAP TINDAK PIDANA PENDANAAN TERORISME

ISBN :
Ukuran Buku : 295 x 210 mm
Jumlah Halaman : ix+66 Halaman
Naskah : Tim Riset PPATK
Diterbitkan Oleh : Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan, Indonesia
Desain Sampul : Mulyana

Tim Riset Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan (PPATK)
Indonesian Financial Transaction Reports and Analysis Center (INTRAC)

Jl. Ir. H. Juanda Nomor 35 Jakarta 10120 Indonesia

Phone: (+6221) 385 0455 – 385 3922

Fax: (+6221) 385 6809 – 385 6826

Website: <http://www.ppatk.go.id>



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang memperbanyak isi buku ini sebagian atau seluruhnya dalam bentuk apa pun tanpa izin penerbit, kecuali untuk pengutipan dalam penulisan artikel atau karangan ilmiah.

Sambutan Kepala PPATK



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, Laporan Hasil Riset 2017 dengan judul “Ancaman dan Kerentanan Media Sosial Terhadap Tindak Pidana Pendanaan Terorisme” ini dapat diselesaikan. Kami menyambut baik penerbitan Laporan Hasil Riset ini, guna menunjang upaya pencegahan dan pemberantasan tindak pendanaan terorisme khususnya yang melibatkan penggunaan media sosial untuk penggalangan dana.

Laporan Hasil Riset ini secara khusus sebagai wujud respon pemerintah atas hasil penilaian risiko regional ASEAN dan Australia atas tindak pidana pendanaan terorisme (*Regional Risk Assessment on Terrorist Financing*) yang mengidentifikasi adanya risiko penggalangan terorisme melalui media sosial. Selain itu, berdasarkan “White Paper 2017: Pemetaan Risiko Tindak Pidana Pendanaan Terorisme Terkait Jaringan Teroris Domestik yang Terafiliasi dengan ISIS”, teridentifikasi bahwa penggalangan dana teroris melalui media sosial memiliki tingkat risiko “Tinggi”. Laporan Hasil Riset ini berguna bagi pemangku kepentingan dalam mengambil kebijakan untuk pengaturan dan pengawasan media sosial di Indonesia, menambah pemahaman dan pengetahuan baru bagi pembaca dalam memahami ancaman penggalangan dana teroris melalui media sosial serta memahami aspek kerentanan media sosial yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku terorisme dan pendanaan terorisme.

Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih dan penghargaan kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi terhadap terbitnya Laporan Hasil Riset Tahun 2018 ini. Semoga amal usaha kita diridhoi Allah SWT. Amin Ya Rabbal 'Alamin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Jakarta, November 2018

Kepala PPATK

Kiagus Ahmad Badaruddin

RINGKASAN EKSEKUTIF

Terroris dan organisasi teroris turut memanfaatkan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk mencapai tujuannya. Salah satunya dengan penggunaan media sosial untuk melakukan penggalangan dana dalam rangka membiayai aktivitas mereka. Hasil kajian regional Asia Tenggara dan Australia terhadap risiko pendanaan terorisme (*Regional Risk Assessment on Terrorist Financing*) 2016 mengidentifikasi bahwa modus pendanaan terorisme melalui media sosial memiliki risiko “Menengah”. Kemudian pada tahun 2017 berdasarkan dokumen White Paper 2017: Pemetaan Risiko Tindak Pidana Pendanaan Terorisme Terkait Jaringan Teroris Domestik yang Terafiliasi dengan ISIS, penggalangan dana terorisme melalui media sosial di Indonesia memiliki risiko “Tinggi”. Survey Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2017 memperlihatkan bahwa pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 54,68% dari total penduduk Indonesia, dimana 89,35 pengguna mengakses internet untuk layanan media sosial. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian mengenai “Ancaman Kerentanan Media Sosial Terhadap Tindak Pidana Pendanaan Terorisme”.

Penelitian ini menggunakan bentuk penelitian kualitatif untuk mendeskripsikan ancaman dan kerentanan media sosial terhadap tindak pidana pendanaan terorisme. Ruang lingkup basis data pada penelitian ini adalah periode 2015-2017. Penelitian ini menggunakan data internal PPATK berupa laporan transaksi keuangan dan hasil analisis/pemeriksaan. Disamping itu, penelitian juga menggunakan data eksternal berupa putusan pengadilan dalam kasus terorisme/pendanaan terorisme serta hasil wawancara dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika, Detasemen Khusus Anti Teror 88 POLRI dan Satuan Tugas Pemberantasan Terorisme Kejaksaan Agung. Selain data-data tersebut di atas, penelitian ini juga menggunakan data dari *open source*, baik berupa buku, karya ilmiah, maupun berita yang terdapat di internet.

Berdasarkan pengolahan dan analisis data penelitian diperoleh temuan bahwa teroris dan organisasi teroris menggunakan media sosial untuk berbagai tujuan, antara lain: radikalisasi, rekrutmen, pelatihan, komunikasi, operasi, propaganda, pendanaan. Terdapat 2 (dua) kemungkinan metode penggunaan media sosial oleh teroris atau organisasi teroris, yaitu: (i) permintaan donasi melalui media sosial; dan (ii) penggunaan metode pembayaran platform media sosial (*social-financial platform*). Berdasarkan putusan pengadilan dalam perkara terorisme/pendanaan terorisme di Indonesia, media sosial yang paling banyak terkait adalah

Telegram, Facebook dan Whatsapp. Media sosial-media sosial tersebut digunakan paling banyak sebagai sarana komunikasi antara para anggota teroris.

Kerentanan media sosial terhadap tindak pidana pendanaan terorisme dapat ditinjau dari 5 (lima) aspek, yaitu:

1. Perizinan media sosial

Dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia, media sosial merupakan salah satu bentuk dari Penyelenggara Sistem Elektronik yang tidak ada kewajiban pendaftaran sebelum beroperasi.

2. Pembuatan akun di media sosial.

Pembuatan akun media sosial sangat mudah dan cepat tanpa mengharuskan menggunakan identitas asli dan menggunakan alamat email atau nomor telepon sebagai sarana verifikasi pengguna.

3. Pengendalian konten media sosial.

Pengendalian konten pra-pembuatan akun dilakukan melalui ketentuan yang tercantum di dalam Syarat dan Ketentuan Layanan dimana seluruh media sosial yang dianalisis dalam kajian ini melarang adanya konten kekerasan dan terorisme pada layanan mereka. Pengendalian konten paska-pembuatan akun dilakukan dengan *tools* internal dan fitur “Laporkan” dimana fitur ini media sosial berbentuk *content-sharing* menerapkan fitur ini secara lebih efektif dibandingkan dengan media sosial berbentuk *messenger*.

4. Fitur kerahasiaan dan keamanan media sosial.

Beberapa media sosial memiliki fitur kerahasiaan dan keamanan tingkat tinggi yang menyulitkan aparat berwenang untuk melacak dan memberantas konten terorisme pada media sosial, antara lain berupa: *end-to end encryption*, *secret message*, dan *channel (broadcast message)*.

5. Fitur transaksi keuangan pada media sosial

Beberapa media sosial memiliki fitur layanan transaksi keuangan sehingga disebut sebagai *social-financial platform*. Platform ini dapat disalahgunakan untuk kegiatan pendanaan terorisme karena memudahkan penggalangan atau transfer dana terorisme.

Atas hasil temuan dalam kajian ini, Pemerintah perlu membuat regulasi yang ketat untuk mengatur *social-financial platform* karena adanya fitur transaksi keuangan pada media sosial yang dapat disalahgunakan untuk pendanaan terorisme. Kerjasama di antara penyelenggara media sosial dalam pertukaran informasi mengenai pelaku terorisme/pendanaan terorisme sangat penting untuk mencegah para pelaku membuka akun baru di suatu media sosial setelah diblokir di media sosial yang lain.

DAFTAR ISI

SAMBUTAN KEPALA PPATK	iii
RINGKASAN EKSEKUTIF	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
BAB 2 KAJIAN LITERATUR	6
2.1 Tindak Pidana Terorisme	6
2.2.1 Tindak Pidana Terorisme dalam Hukum Internasional	7
2.1.2 Tindak Pidana Terorisme dalam Hukum Indonesia	8
2.2 Tindak Pidana Pendanaan Terorisme	9
2.2.1 Tindak Pidana Pendanaan Terorisme dalam Hukum Internasional	10
2.2.2 Tindak Pidana Pendanaan Terorisme dalam Hukum Indonesia	10
2.3 Media Sosial	12
2.3.1 Definisi Media Sosial	13
2.3.2 Sejarah Media Sosial	15
2.3.3 Jenis-Jenis Media Sosial	17
BAB 3 HASIL KAJIAN	25
3.1 Penggunaan Media Sosial dalam Tindak Pidana Terorisme dan Pendanaan Terorisme	25
3.1.1 Penggunaan Media Sosial dalam Tindak Pidana Terorisme	28
3.1.2 Penggunaan Media Sosial dalam Tindak Pidana Pendanaan Terorisme	34
3.2 Kerentanan Media Sosial Terhadap Pendanaan Terorisme	42
3.2.1 Perizinan Media Sosial di Indonesia	43
3.2.2 Pembuatan Akun Media Sosial	45
3.2.3 Pengendalian Konten Media Sosial	47
3.2.4 Fitur Kerahasiaan dan Keamanan Media Sosial	56
3.2.5 Fitur Layanan Transaksi Keuangan pada Media Sosial	58

BAB 4 PENUTUP	61
4.1 Kesimpulan	61
4.2 Rekomendasi	63
DAFTAR PUSTAKA	65

DAFTAR GAMBAR & TABEL

A. DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Tingkat Risiko Sumber Pendanaan Terorisme di ASEAN dan Australia	2
Gambar 2	Tingkat Risiko Sumber Pendanaan Terorisme di Indonesia Berdasarkan White Paper TF 2017	3
Gambar 3	Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tahun 2017	3
Gambar 4	Layanan yang Diakses Pengguna Internet Indonesia Tahun 2017	4
Gambar 5	Cuplikan Berita Kasus Terorisme Roshonora Choudhry	29
Gambar 6	Tampilan Video Rekrutmen ISIS “There is No Life Without Jihad”	30
Gambar 7	Tampilan Video Rekrutmen ISIS “Join the Ranks”	30
Gambar 8	Media Milik ISIS Berisi Teknik Pemanfaatan Media Sosial	31
Gambar 9	Media Milik ISIS Berisi Teknik Pemanfaatan Media Sosial	31
Gambar 10	Cuplikan Berita Peledakan Mumbai 2008	32
Gambar 11	Video Propaganda ISIS yang Diunggah Melalui YouTube	33
Gambar 12	Poster kampanye Popular Commission to Save the Suriahn People	36
Gambar 13	Akun Twitter “Al-Khair Campaign for Al-Sham”	36
Gambar 14	Akun Facebook RWO untuk Menggalang Donasi	37
Gambar 15	Akun Facebook Khalifa al-Subaiy	37
Gambar 16	Akun Facebook Abu Sa’eed Al-Britani yang Digunakan oleh Omar Husain	38
Gambar 17	Akun Twitter Al Sadaqah: Menggalan Donasi Dalam Bentuk Uang Virtual	39
Gambar 18	Penggalangan Dana Terorisme Melalui Media Sosial oleh Rio Adiputra	40
Gambar 19	Keterkaitan Media Sosial dalam Putusan Pengadilan pada Kasus Terorisme/Pendanaan Terorisme	41
Gambar 20	Tujuan Penggunaan Media Sosial Dalam Kasus Terorisme Berdasarkan Putusan Pengadilan	42
Gambar 21	Penyelenggara Sistem Elektronik yang Telah Mendaftar di Kemenkominfo	44
Gambar 22	Fitur End to End Encryption pada Whatsapp	56
Gambar 23	Fitur Secret Chat pada Telegram	58
Gambar 24	Channel KhilafahNews yang Terafiliasi dengan ISIS	58
Gambar 25	Fitur Facebook Payment	59
Gambar 26	Fitur Snapchat Payment	60

B. DAFTAR TABEL

Tabel 1	Rumusan Tindak Pidana Terorisme dalam UU No. 5 Tahun 2018	8
Tabel 2	Rumusan Tindak Pidana Lainnya Terkait dengan Terorisme dalam UU No. 5 Tahun 2018	9
Tabel 3	Rumusan Pasal 4 UU No. 9 Tahun 2013	11
Tabel 4	Perbandingan Antara Web 1.0, Web 2.0 dan Web 3.0	17
Tabel 5	Klasifikasi Media Sosial Menurut Kaplan dan Haenlein	18
Tabel 6	Data Pengaduan Masyarakat Atas Konten Negatif Tahun 2017	54
Tabel 7	Database TRUST+Positif Sampai Tahun 2018	55
Tabel 8	Statistik OTT Performance Media Sosial Tahun 2016-2017	55

1

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Isu terorisme tidak hanya menjadi perhatian bagi pemerintah Indonesia, tetapi juga sudah lama menjadi isu global. Sudah terdapat banyak konvensi internasional terkait dengan tindak pidana terorisme, misalnya *Convention on Offences and Certain Other Acts Committed on Board Aircraft* 1963, *Convention for the Suppression of Unlawful Acts Against the Safety of Civil Aviation* 1971, *International Convention for the Suppression of Terrorist Bombing* 1997, dan lain-lain. Meskipun telah banyak perangkat hukum yang dikeluarkan oleh badan-badan internasional, aksi terorisme nyatanya masih tetap terjadi di berbagai belahan dunia.

Masyarakat internasional melihat bahwa aksi-aksi terorisme tersebut akan terus terjadi apabila para pelaku memiliki akses terhadap dana dan berbagai sumber daya lainnya yang dibutuhkan untuk melakukan aksi terorisme. Oleh karena itu, fokus pemberantasan terorisme diubah, tidak hanya memberantas aksi terorismenya tetapi juga memberantas kegiatan-kegiatan dalam rangka memberikan pendanaan dan berbagai dukungan sumber daya lainnya kepada para teroris dan organisasi teroris. Pada tahun 1999, PBB mengeluarkan *International Convention for the Suppression of the Financing of Terrorism*. Konvensi ini menjadi pedoman atau acuan bagi negara-negara di dunia dalam memberantas pendanaan terorisme di yurisdiksi masing-masing.

Indonesia telah melakukan ratifikasi konvensi pendanaan terorisme tersebut melalui Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2006 tentang Pengesahan *International Convention for the Suppression of the Financing of Terrorism* 1999. Melalui ratifikasi tersebut, Indonesia menunjukkan komitmennya untuk turut serta dalam memberantas kegiatan pendanaan terorisme. Komitmen yang besar terhadap masalah pendanaan terorisme juga ditunjukkan oleh pemerintah Indonesia dengan membuat undang-undang yang mengatur secara khusus pencegahan dan pemberantasan tindak pidana pendanaan terorisme, yaitu melalui UU No. 9 Tahun 2013. Peraturan tersebut memidanakan perbuatan menyediakan, mengumpulkan, memberikan atau meminjamkan dana, baik langsung maupun tidak langsung, dengan maksud untuk digunakan atau akan digunakan untuk kegiatan terorisme. Dalam undang-undang tersebut disebutkan bahwa dana tidak hanya

dalam bentuk uang tetapi mencakup semua aset atau benda bergerak atau tidak bergerak, baik berwujud atau tidak berwujud dan dalam bentuk apapun.

Hasil Penilaian Risiko Nasional terhadap Tindak Pidana Pendanaan Terorisme (*National Risk Assessment on Terrorist Financing*), 2015 mengidentifikasi bahwa modus pendanaan terorisme yang paling berisiko merupakan pendanaan dari domestik yang bersumber dari donasi/sumbangan, maupun penyalahgunaan organisasi nirlaba. Dana-dana yang dikumpulkan tersebut dipindahkan melalui berbagai instrumen transaksi, seperti sistem pembayaran elektronik, sistem pembayaran online, dan sistem pembayaran baru (*New Payment Method*). Setelah terkumpul dana tersebut digunakan oleh para teroris atau organisasi teroris untuk berbagai keperluan, diantaranya untuk mendanai aksi terorisme, melakukan propaganda, melakukan pelatihan militer, dan lain sebagainya.

Terkait dengan modus penggunaan media sosial dalam kejahatan terorisme, pada tahun 2015 FATF menggolongkannya sebagai *emerging terrorism risk* (risiko ancaman yang akan muncul dalam waktu dekat). Selain itu, kajian regional Asia Tenggara dan Australia terhadap risiko pendanaan terorisme (*Regional Risk Assessment on Terrorist Financing*) 2016 mengidentifikasi bahwa modus tersebut memiliki risiko “Menengah” untuk skala regional. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial untuk pendanaan terorisme perlu menjadi perhatian bagi negara-negara di kawasan Asia Tenggara dan Australia, termasuk bagi Indonesia.

Gambar 1
Tingkat Risiko Sumber Pendanaan Terorisme di ASEAN dan Australia

Terrorism financing channel	Australia	Indonesia	Malaysia	Philippines	Singapore	Thailand	Overall risk rating
	Country risk rating						
Self-funding from legitimate sources				Negligible			
Non-profit organisations							
Fundraising through social media and crowdfunding							
Criminal activity							

KEY

 High

 Medium

 Low

Sumber: *Regional Risk Assessment on Terrorist Financing* 2016.

Selanjutnya pada tahun 2017, berdasarkan kajian White Paper 2017: Pemetaan Risiko Tindak Pidana Pendanaan Terorisme Terkait Jaringan Teroris Domestik yang Terafiliasi dengan ISIS, teridentifikasi bahwa penggalangan dana terorisme melalui media sosial di Indonesia memiliki risiko “Tinggi”.

Gambar 2

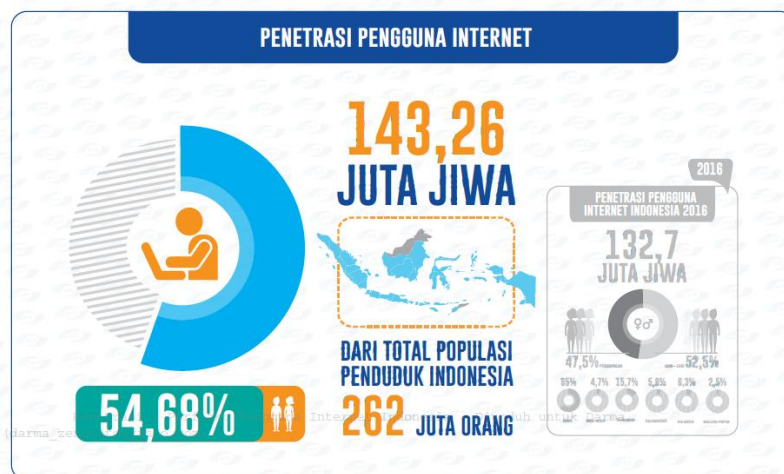
Tingkat Risiko Sumber Pendanaan Terorisme di Indonesia Berdasarkan White Paper TF 2017

	AKTIVITAS	TINGKAT RISIKO
Legal	Iuran anggota kelompok teror	Tinggi
	Donasi langsung oleh terrorist	Menengah
	Financier	
	Donasi melalui media sosial	Tinggi
	Self Funded	Tinggi
	Donasi melalui Ormas/NPO	Menengah
Illegal	Fa'i Pencurian Kendaraan Motor *)	Menengah
	Fa'i Narkotika	Rendah

Pemerintah Indonesia perlu memberikan perhatian khusus untuk penggunaan media sosial agar tidak disalahgunakan untuk tujuan-tujuan terorisme mengingat pengguna internet dan media sosial cukup tinggi di Indonesia. Berdasarkan hasil survey Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2017, pengguna internet di Indonesia berjumlah 143,26 juta orang atau 54,68% dari total penduduk Indonesia.¹

Gambar 3

Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tahun 2017

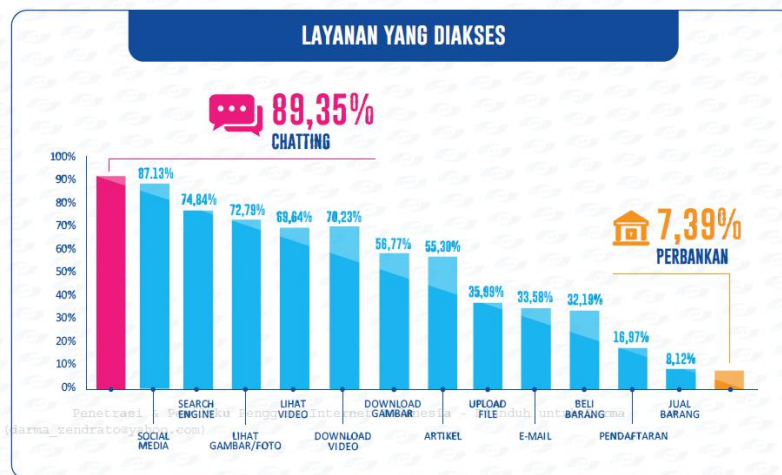


Sumber: Hasil Survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2017.

Dari jumlah tersebut sebanyak 129,2 juta orang mengakses internet untuk menggunakan media sosial (87,13%).

¹Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), Infografis: Survey Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017, hlm.6.

Gambar 4
Layanan yang Diakses Pengguna Internet Indonesia Tahun 2017



Sumber: Hasil Survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2017.

Grafik di atas menunjukkan bahwa pengguna media sosial di Indonesia cukup banyak. Banyaknya pengguna internet di Indonesia di satu sisi membawa dampak positif pada peningkatan akses informasi untuk berbagai kebutuhan dan pengembangan diri serta pengembangan komunitas masyarakat. Akan tetapi, di sisi lain dapat meningkatkan ancaman dan kerentanan para pengguna media sosial atas berbagai kejahatan yang menyalahgunakan media sosial, termasuk oleh para teroris dan simpatisan mereka.

Pemanfaatan media sosial untuk pendanaan terorisme telah teridentifikasi di beberapa negara. Pada tahun 2013, aparat penegak hukum Jerman menemukan adanya pengumpulan dana melalui salah satu akun Facebook yang ditujukan untuk teroris yang sedang berada di Suriah. Unit intelijen Kanada juga pernah mengidentifikasi adanya *crowdfunding* yang dilakukan oleh teroris melalui salah satu website pribadi. Selain itu, pemerintah Perancis pada tahun 2014 juga pernah menangkap para pelaku penggalangan dana untuk aksi terorisme yang dilakukan melalui Facebook dimana mereka menamakan proyek tersebut sebagai penggalangan dana untuk bantuan kemanusiaan untuk Palestina dan Suriah. Dana yang terkumpul tersebut sebagian disalurkan oleh para pelaku kepada teroris di Suriah.

Melihat adanya potensi penyalahgunaan media sosial untuk tujuan-tujuan terkait terorisme, perlu adanya pemahaman mengenai aspek-aspek yang menjadi ancaman dan kerentanan media sosial yang dapat menimbulkan risiko pendanaan terorisme. Dengan adanya pemahaman terhadap risiko, pemerintah dapat melakukan langkah-langkah mitigasi dan perbaikan untuk menghindari terjadinya penyalahgunaan media sosial oleh para pelaku tindak pidana terorisme. Berdasarkan berbagai pertimbangan di atas, PPATK memandang perlu untuk melakukan kajian mengenai “Ancaman dan Kerentanan Media Sosial Terhadap Pendanaan Terorisme”.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana ancaman penyalahgunaan media sosial terhadap tindak pidana pendanaan terorisme?
2. Bagaimana kerentanan media sosial terhadap tindak pidana pendanaan terorisme?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana ancaman penyalahgunaan media sosial terhadap tindak pidana pendanaan terorisme.
2. Mengetahui bagaimana kerentanan media sosial terhadap tindak pidana pendanaan terorisme.

BAB 2

KAJIAN LITERATUR

2.1 TINDAK PIDANA TERORISME

Terrorisme merupakan kejahatan terhadap kemanusiaan (*crime against humanity*²) disebut juga sebagai kejahatan luar biasa (*extraordinary crime*) yang mengancam peradaban dan kedaulatan setiap negara di dunia karena terorisme masuk sebagai kejahatan internasional terorganisasi (*Transnational Organized Crime*) yang menimbulkan bahaya terhadap keamanan, perdamaian dunia serta merugikan kesejahteraan hidup masyarakat luas. Teror dan kekerasan pada dasarnya adalah bahasa atau pesan sebagai media komunikasi yang digunakan oleh teroris sehingga tindakan kekerasan telah menjadi sarana pengungkapan pesan pelaku kepada pihak lain atau dapat pula digambarkan sebagai ekspresi diri yang sering diwujudkan dalam bentuk kekerasan yang menelan korban.

Korban dari kejahatan terorisme tidak hanya terbatas hanya kepada korban jiwa, tetapi juga merusak bahkan penghancuran dan pemusnahan harta benda, lingkungan hidup, sumber-sumber ekonomi, menimbulkan kegoncangan sosial dan politik, bahkan dapat meruntuhkan eksistensi suatu bangsa. Penggunaan berbagai jenis senjata, mulai dari bahan peledak, senjata kimia, senjata biologi telah lazim dipraktikkan di dalam kejahatan terorisme. Tindak pidana terorisme pada umumnya dilakukan secara terencana, dilakukan oleh orang-orang yang terlatih, sistematis, terorganisasi dan kerap kali bersifat lintas negara.

Terdapat beberapa pengertian terorisme³, diantaranya adalah Menurut konvensi PBB tahun 1937, terorisme adalah segala bentuk tindak kejahatan yang ditujukan langsung kepada negara dengan maksud menciptakan bentuk teror terhadap orang-orang tertentu atau kelompok orang atau masyarakat luas. Menurut US Departement of Defense tahun 1990, terorisme adalah perbuatan melawan hukum atau tindakan yang mengandung ancaman dengan kekerasan atau paksaan

² Penjelasan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 1 Tahun 2002 tentang Pemberantasan Tindak Pidana Terorisme.

³ A.C Manullang, Terorisme dan Perang Intelijen, 2005, hlm. 99-100.

terhadap individu atau hak milik untuk memaksa atau mengintimidasi pemerintah atau masyarakat dengan tujuan politik, agama dan ideologi.

2.1.1 Tindak Pidana Terorisme dalam Hukum Internasional

Secara internasional, terdapat beberapa instrumen hukum yang terkait dengan tindak pidana terorisme, yaitu:

1. *Convention on Offences and Certain Other Acts Committed on Board Aircraft* ("Tokyo Convention", 1963).
2. *Convention for the Suppression of Unlawful Seizure of Aircraft* ("Hague Convention", 1970).
3. *Convention for the Suppression of Unlawful Acts against the Safety of Civil Aviation* ("Montreal Convention", 1971).
4. *Convention on the Prevention and Punishment of Crimes against Internationally Protected Persons*, 1973.
5. *International Convention against the Taking of Hostages* ("Hostages Convention", 1979).
6. *Convention on the Physical Protection of Nuclear Material* ("Nuclear Materials Convention", 1980).
7. *Protocol for the Suppression of Unlawful Acts of Violence at Airports Serving International Civil Aviation, supplementary to the Convention for the Suppression of Unlawful Acts against the Safety of Civil Aviation*, 1988.
8. *Convention for the Suppression of Unlawful Acts Against the Safety of Maritime Navigation*, 1988.
9. *Protocol for the Suppression of Unlawful Acts Against the Safety of Fixed Platforms Located on the Continental Shelf*, 1988.
10. *Convention on the Marking of Plastic Explosives for the Purpose of Detection*, 1991.
11. *International Convention for the Suppression of Terrorist Bombing* (1997, United Nations General Assembly Resolution).
12. *International Convention for the Suppression of the Financing of Terrorism*, 1999.

Meskipun dalam konvensi-konvensi tersebut tidak didefinisikan langsung mengenai tindak pidana terorisme, namun secara internasional tindak pidana terorisme merupakan tindak pidana yang mencakup tindak pidana yang didefinisikan kedalam 12 (dua belas) konvensi tersebut. Sehingga tindakan yang digolongkan sebagai tindak pidana terorisme adalah perbuatan-perbuatan yang dilarang dalam konvensi tersebut. Sebagai contoh, *International Convention for the Suppression of Terrorist Bombing* (1997) menguraikan perbuatan yang dilarang, yaitu "*terrorist bombing*" pada Pasal 2 ayat (1). Selain perbuatan tersebut di atas, dalam konvensi tersebut juga dilarang adanya keikutsertaan/partisipasi atau pembantuan dalam tindak pidana terorisme. Konvensi ini mengatur

setiap negara peserta konvensi untuk mengkriminalisasi tindak pidana-tindak pidana yang diatur dalam konvensi tersebut.

2.1.2 Tindak Pidana Terorisme dalam Hukum Indonesia

Berbagai aksi terorisme yang terjadi di Indonesia telah menimbulkan banyak korban jiwa yang ditujukan untuk menjadikan Indonesia menjadi negara yang berlandaskan agama, ideologi, dan politik tertentu. Merespon aksi-aksi terorisme yang terjadi, pemerintah Indonesia mengkriminalisasikan tindakan (perbuatan) terorisme melalui Undang-Undang No. 15 Tahun 2003 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 1 Tahun 2002 tentang Pemberantasan Tindak Pidana Terorisme. Undang-Undang tersebut diamandemen melalui Undang-Undang No. 5 Tahun 2018. Tindak pidana terorisme diatur dalam Pasal 6 sampai dengan Pasal 16. Berikut jenis-jenis tindak pidana terorisme dalam Perppu tersebut yaitu:

Tabel 1
Rumusan Tindak Pidana Terorisme dalam UU No. 5 Tahun 2018

PASAL	RUMUSAN PASAL
6	Dengan sengaja menggunakan Kekerasan atau Ancaman Kekerasan yang menimbulkan suasana teror atau rasa takut terhadap orang secara meluas, menimbulkan korban yang bersifat massal dengan cara merampas kemerdekaan atau hilangnya nyawa dan harta benda orang lain, atau mengakibatkan kerusakan atau kehancuran terhadap Objek Vital yang Strategis, lingkungan hidup atau Fasilitas Publik atau fasilitas internasional.
7	Dengan sengaja menggunakan kekerasan atau ancaman kekerasan bermaksud untuk menimbulkan suasana teror atau rasa takut terhadap orang secara meluas atau menimbulkan korban yang bersifat massal, dengan cara merampas kemerdekaan atau hilangnya nyawa dan harta benda orang lain, atau mengakibatkan kerusakan atau kehancuran terhadap obyek-obyek vital yang strategis atau lingkungan hidup atau fasilitas publik atau fasilitas internasional.
8	Menghancurkan, membuat tidak dapat dipakai, menyebabkan hancurnya atau merusak bangunan untuk pengamanan lalu lintas udara atau menggagalkan usaha untuk pengamanan bangunan tersebut atau pesawat udara; menggunakan kekerasan atau ancaman kekerasan dalam pesawat udara atau di dalam pesawat melakukan perbuatan yang dapat membahayakan keamanan penerbangan.

Selain ketentuan tindak pidana terorisme dalam pasal-pasal di atas, terdapat beberapa pasal yang terkait dengan tindak pidana terorisme, yaitu:

Tabel 2

Rumusan Tindak Pidana Lainnya Terkait dengan Terorisme dalam UU No. 5 Tahun 2018

PASAL	RUMUSAN PASAL
9	Mengimpor, menguasai atau mengekspor senjata api untuk melakukan tindak pidana terorisme.
10	Menggunakan senjata kimia, senjata biologis, radiologi, mikroorganisme, radioaktif atau komponennya untuk menciptakan suasana teror.
10A	Produksi dan distribusi senjata kimia, senjata biologi, radiologi, mikroorganisme, nuklir, radioaktif atau komponennya.
11	Menyediakan atau menggumpulkan dana untuk melakukan tindak pidana terorisme.
12	Menyediakan atau menggumpulkan dana untuk melakukan tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10.
12A	Merencanakan, menggerakkan, atau mengorganisasikan tindak pidana terorisme.
12B	Menyelenggarakan, memfasilitasi atau mengikuti pelatihan militer dan pelatihan lainnya yang terkait dengan tindak pidana terorisme.
13	Memberikan bantuan atau kemudahan terhadap pelaku tindak pidana terorisme.
13A	Menghasut orang untuk melakukan kekerasan atau ancaman kekerasan yang dapat mengakibatkan tindak pidana terorisme.
14	Menggerakkan orang lain untuk melakukan tindak pidana terorisme.
15	Melakukan permufakatan jahat, percobaan atau pembantuan untuk melakukan tindak pidana terorisme.
16	Memberikan bantuan, kemudahan, sarana atau keterangan untuk terjadinya tindak pidana terorisme.

2.2 TINDAK PIDANA PENDANAAN TERORISME

Setiap aksi terorisme pada dasarnya membutuhkan dukungan, baik dalam bentuk persenjataan (senjata api, tajam dan peledak), tempat tinggal, kendaraan untuk mobilisasi, fasilitas perang dan penyediaan kebutuhan anggota yang kesemuanya dapat diartikan sebagai pendanaan terorisme. Uang atau dana diperuntukkan sebagai sarana untuk melakukan aksi dan bukan sebagai tujuan yang ingin dicari sehingga berbagai cara akan dilakukan oleh para pelaku untuk mendapatkan dana baik secara sah seperti jual beli pulsa, meminta sumbangan, berjualan alat-alat komputer, berjualan herbal, usaha warnet maupun dengan aksi-aksi kejahatan seperti perampokan, penipuan, sampai kepada peretasan situs investasi dalam jaringan (*online investment*). Dana yang terkumpul dipergunakan untuk mendapatkan persenjataan, membeli bahan-bahan peledak, membangun jaringan atau perekrutan anggota, pelatihan perang, mobilisasi anggota dari atau ke suatu tempat demi terlaksananya aksi teror.

2.2.1 Tindak Pidana Pendanaan Terorisme dalam Hukum Internasional

Tindak pidana pendanaan terorisme dalam hukum internasional terdapat dalam *International Convention for the Suppression of the Financing of Terrorism* (1999). Dalam konvensi tersebut yang dimaksud dengan tindak pidana pendanaan terorisme adalah perbuatan sebagaimana dimaksud pada Pasal 2 ayat 1. Selain perbuatan tersebut di atas, dalam konvensi tersebut juga dilarang keikutsertaan/partisipasi atau pembantuan dalam tindak pidana terorisme. Konvensi ini mengatur setiap negara peserta konvensi untuk mengkriminalisasikan tindak pidana-tindak pidana yang diatur dalam konvensi tersebut.

Ketentuan internasional terkait dengan pendanaan terorisme juga diterbitkan oleh FATF (Financial Action Task Force on Money Laundering) dalam *Special Recommendation 1* dan 2 (SR. 1 dan 2). Dalam SR 1, FATF mewajibkan kepada negara peserta untuk meratifikasi dan melaksanakan ketentuan *International Convention for the Suppression of the Financing of Terrorism* (1999) dan juga *United Nations Security Council Resolution 1373* (daftar terduga teroris dan organisasi teroris yang dikeluarkan oleh suatu negara). Dalam SR. 2, FATF mewajibkan kepada negara peserta untuk mengkriminalisasi pendanaan terhadap terorisme, kegiatan teroris dan organisasi teroris serta menjamin bahwa negara akan memberlakukan tindak pidana pendanaan terorisme sebagai tindak pidana asal pencucian uang.

Indonesia telah melakukan ratifikasi *International Convention for the Suppression of the Financing of Terrorism* (1999) melalui Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2006. Oleh karena itu, Indonesia berkewajiban untuk menguatkan pengaturan terhadap pemberantasan tindak pidana terorisme sesuai dengan amanat konvensi.

2.2.2 Tindak Pidana Pendanaan Terorisme dalam Hukum Indonesia

Pada awalnya tindak pidana pendanaan terorisme di Indonesia merupakan satu kesatuan dengan tindak pidana terorisme. Hal ini karena tindak pidana pendanaan terorisme diatur bersamaan dengan tindak pidana terorisme dalam Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2002 tentang Pemberantasan Tindak Pidana Terorisme sebagaimana telah diubah menjadi Undang-Undang berdasarkan Undang-Undang No. 15 Tahun 2003. Dalam Perpu tersebut, tindak pidana pendanaan terorisme terdapat pada Pasal 11 dan Pasal 13 huruf a dalam Pasal 11.

Pasal 11:

“Dipidana dengan pidana penjara paling singkat 3 (tiga) tahun dan paling lama 15 (lima belas) tahun, setiap orang yang dengan sengaja menyediakan atau mengumpulkan dana dengan tujuan akan digunakan atau patut diketahuinya akan digunakan sebagian atau seluruhnya untuk melakukan tindak pidana

terorisme sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6, Pasal 7, Pasal 8, Pasal 9, dan Pasal 10”.

Pasal 13 huruf a:

“Setiap orang yang dengan sengaja memberikan bantuan atau kemudahan terhadap pelaku tindak pidana terorisme, dengan memberikan atau meminjamkan uang atau barang atau harta kekayaan lainnya kepada pelaku tindak pidana terorisme dipidana dengan pidana penjara paling singkat 3 (tiga) tahun dan paling lama 15 (lima belas) tahun”.

Akan tetapi, saat ini kedua pasal tersebut di atas telah dicabut dan dinyatakan tidak berlaku lagi dengan adanya undang-undang tersendiri khusus untuk tindak pidana pendanaan terorisme, yaitu Undang-Undang No. 9 Tahun 2013 tentang Pencegahan dan Pemberantasan Tindak Pidana Pendanaan Terorisme. Pasal 48 Undang-Undang No. 9 Tahun 2013 mencabut keberlakuan Pasal 11 dan Pasal 13 Perppu No. 1 Tahun 2002.

Dalam Undang-Undang No. 9 Tahun 2013 terdapat definisi secara langsung mengenai tindak pidana pendanaan terorisme sebagaimana diuraikan pada Pasal 1 angka 1, yang menyebutkan bahwa:

Pasal 1 angka 1:

“Pendanaan Terorisme adalah segala perbuatan dalam rangka menyediakan, mengumpulkan, memberikan, atau meminjamkan Dana, baik langsung maupun tidak langsung, dengan maksud untuk digunakan dan/atau yang diketahui akan digunakan untuk melakukan kegiatan terorisme, organisasi teroris, atau teroris”.

Selain itu didalam UU tersebut juga disebutkan bahwa dana adalah semua aset atau benda bergerak atau tidak bergerak, baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud, yang diperoleh dengan cara apapun dan dalam bentuk apapun, termasuk dalam format digital atau elektronik, alat bukti kepemilikan atau keterkaitan dengan semua aset atau benda tersebut, termasuk tetapi tidak terbatas pada kredit bank, cek perjalanan, cek yang dikeluarkan oleh bank, perintah pengiriman uang, saham, sekuritas, obligasi, bank draft, dan surat pengakuan utang. Dengan adanya penjelasan di atas maka dapat dipahami bahwa pendanaan terorisme memiliki pengertian yang sangat luas yang dapat dibedakan dengan tindak pidana terorisme. Adapun rumusan lengkap tindak pidana pendanaan pencucian diuraikan pada Pasal 4.

Tabel 3
Rumusan Pasal 4 UU No. 9 Tahun 2013

PASAL	RUMUSAN PASAL
4	Setiap orang yang dengan sengaja menyediakan, mengumpulkan, memberikan, atau meminjamkan Dana, baik langsung maupun tidak langsung, dengan maksud digunakan seluruhnya atau sebagian untuk melakukan Tindak Pidana Terorisme, organisasi teroris, atau teroris dipidana karena melakukan tindak pidana

	pendanaan terorisme dengan pidana penjara paling lama 15 (lima belas) tahun dan pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
5	Setiap Orang yang melakukan permufakatan jahat, percobaan, atau pembantuan untuk melakukan tindak pidana pendanaan terorisme dipidana karena melakukan tindak pidana pendanaan terorisme dengan pidana yang sama sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4.
6	Setiap orang yang dengan sengaja merencanakan, mengorganisasikan, atau menggerakkan orang lain untuk melakukan tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 dipidana karena melakukan tindak pidana pendanaan terorisme dengan pidana penjara seumur hidup atau pidana penjara paling lama 20 (dua puluh) tahun.

Tindak pidana pendanaan terorisme juga terdapat dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Pemberantasan Tindak Pidana Pencucian Uang, yaitu dalam Pasal 2 ayat (2), yang berbunyi sebagai berikut:

Pasal 2 ayat (2):

“Harta Kekayaan yang diketahui atau patut diduga akan digunakan dan/atau digunakan secara langsung atau tidak langsung untuk kegiatan terorisme, organisasi teroris, atau teroris perseorangan disamakan sebagai hasil tindak pidana sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf n”.

Pasal 2 ayat (1) huruf n Undang-Undang No. 8 Tahun 2010 mengacu pada tindak pidana asal berupa tindak pidana terorisme. Oleh karena itu, dalam konteks pencucian uang, harta kekayaan terkait tindak pidana pendanaan terorisme dipersamakan dengan harta kekayaan dalam tindak pidana terorisme.

2.3 MEDIA SOSIAL

Sosial media merupakan inovasi terkini yang memungkinkan setiap orang untuk berbagi informasi, ide, pesan pribadi dan konten lainnya dengan orang lain di seluruh dunia. Kemunculan media sosial dimulai tidak lama setelah kehadiran internet dimana orang-orang mulai saling berbagi informasi dan berkomunikasi. Pada awalnya penggunaan internet dan media sosial membutuhkan keahlian tertentu sehingga jumlah penggunaanya terbatas. Setelah mengalami perkembangan teknologi, platform berkembang dimana pengguna awam pun, tanpa keahlian atau latar belakang teknologi, dapat menggunakan layanan tersebut. Perkembangan teknologi membuat internet tidak lagi bersifat eksklusif, setiap orang dapat membuat konten sendiri, membagikannya dengan pihak lain, dan memberi komentar.⁴

⁴ Varinder Taprial, Understanding Social Media, 2011, hlm. 6.

2.3.1 Definisi Media Sosial

Terdapat ratusan definisi untuk istilah “media sosial” dan definisi baru ditambahkan terus seiring perubahan dan perkembangan yang terjadi.⁵ Istilah “media sosial” merujuk pada seluruh layanan berbasis internet dan telepon seluler yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi pada pertukaran secara online, berkontribusi membuat konten, atau bergabung dalam komunitas online.⁶ Beberapa definisi “media sosial” diuraikan di bawah ini.

1. Merriam-Webster Dictionary online:

Forms of electronic communication (as Web sites for social networking and microblogging) through which users create online communities to share information, ideas, personal messages, and other content (as videos).

2. Wikinvest:

Social media describes websites that allow users to share content, media, etc. Common examples are the popular social networking sites like Friendster, Facebook, MySpace, etc. Social media also includes YouTube, Photobucket, Flickr, and other sites aimed at photo and video sharing. News aggregation and online reference sources, examples of which are Digg and Wikipedia, are also counted in the social media bucket. Microblogging sites such as twitter can also be included as social media.

3. Web Dictionary:

Websites and applications used for social networking.

Selain definisi di atas, Antony Mayfield dalam bukunya “What is Social Media”, memberikan definisi “media sosial” yaitu sebagai sebuah kelompok jenis media online, yang pada umumnya memiliki karakteristik sebagai berikut:⁷

- a. Partisipasi (*Participation*)

Media sosial mendorong kontribusi dan respon dari orang lain yang tertarik. Media sosial mengaburkan garis batas antara media dengan pengguna.

- b. Keterbukaan (*Openness*)

Hampir semua layanan media sosial bersifat terbuka terhadap respon dan partisipasi. Media sosial mendorong adanya voting, komentar dan berbagai informasi. Pada umumnya jarang terdapat pembatasan untuk mengakses dan membuat konten.

⁵ Varinder Taprial, Understanding Social Media, 2011, hlm. 8.

⁶ Michael Dewing, Social Media: an Introduction, 2012, hlm. 1.

⁷ Antony Mayfield, What is Social Media, 2008, hlm. 5.

c. Percakapan (*Conversation*)

Apabila media tradisional bersifat “broadcast” (konten dikirim dan didistribusikan kepada seorang pengamat), sedangkan media sosial lebih tepat dianggap sebagai sebuah percakapan dua arah.

d. Komunitas (*Community*)

Media sosial memungkinkan komunitas untuk membentuk komunikasi yang cepat dan efektif. Komunitas tertentu memiliki kepentingan yang sama, misalnya kelompok pecinta fotografi, isu politik atau acara TV tertentu.

e. Keterhubungan (*Connectedness*)

Hampir semua media sosial mengembangkan keterhubungan, membuat link yang mengarah ke situs, sumber dan pihak lain.

Dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia tidak ditemukan penggunaan istilah “media sosial”, sehingga tidak ada definisi resmi dari media sosial. Meskipun demikian, media sosial tercakup dalam ketentuan UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Pasal 1 angka 5 UU tersebut menguraikan bahwa Sistem Elektronik adalah serangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang berfungsi mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan, dan/atau menyebarkan Informasi Elektronik. Sementara Penyelenggara Sistem Elektronik adalah setiap Orang, penyelenggara negara, Badan Usaha, dan masyarakat yang menyediakan, mengelola, dan/atau mengoperasikan Sistem Elektronik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama kepada Pengguna Sistem Elektronik untuk keperluan dirinya dan/atau keperluan pihak lain.⁸

Dari definisi tersebut di atas, media sosial ditinjau dari sisi aplikasi, perangkat lunak dan perangkat kerasnya merupakan salah satu bentuk Sistem Elektronik disamping bentuk lainnya, misalnya: website, e-government, e-commerce, dan lain-lain. Sementara media sosial sebagai suatu badan usaha atau korporasi merupakan Penyelenggara Sistem Elektronik. Di Indonesia, pengaturan dan pengawasan media sosial menjadi kewenangan Kementerian Komunikasi dan Informatika, khususnya pada Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika.

⁸ Pasal 1 angka 4 Peraturan Pemerintah No. 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

2.3.2 Sejarah Media Sosial

Sejarah kemunculan media sosial tidak dapat dilepaskan dari sejarah internet. Hal ini karena media sosial merupakan bagian dari perkembangan teknologi internet itu sendiri, terutama terkait dengan teknologi jaringan internet. Peluncuran dan pertumbuhan beberapa jaringan yang berbeda-beda merupakan stimulus bagi perkembangan internet seperti sekarang ini, yang disebut jaringan *open architecture*. Dengan *open architecture*, setiap jaringan berkomunikasi dengan jaringan lain melalui sebuah kumpulan protokol. Upaya pertama mengembangkan jaringan *open architecture* dilakukan oleh Robert E. Kahn dan Vinton G. Cerf. Penelitian mereka akhirnya menghasilkan protokol TCP/IP. TCP (*Transmission Control Protocol*) mengubah pesan ke dalam sebuah pake data. IP atau *Internet Protokol* menangani untuk pembuatan alamat dan mengarahkan paket di antara node dan jaringan-jaringan yang berbeda. Dengan penggunaan TCP/IP yang semakin banyak, jaringan lain mulai saling terkoneksi dan jaringan dari jaringan akhirnya tercipta.⁹

Varinder Taprial dan Priya Kanwar dalam buku "*Understanding Social Media*" membagi sejarah perkembangan media sosial ke dalam 7 (tujuh) tahap, yaitu sebagai berikut:¹⁰

1. *The World Wide Web (WWW) – 1991*

Meskipun internet telah hadir sebagai sebuah jaringan sejak akhir 1960-an, WWW baru terbuka untuk umum sejak 6 Agustus 1991. Di awal 90-an akses internet hanya tersedia bagi mereka yang memiliki koneksi resmi dari universitas/pemerintah/militer. Kemudian pada pertengahan 90-an banyak *Internet Service Providers (ISP)* tersedia di area-area vital di Amerika Serikat, dimana memberikan kesempatan kepada jutaan komputer di rumah-rumah untuk menikmati layanan online.

2. *IRC, ICQ and Instant Messenger (1983 – 1996)*

Internet Relay Chat (IRC) dibuat pada Agustus 1983. Orang-orang kemudian mulai menggunakan tagar dan at-signs (@) dan mulai memposting status real time mereka. Orang-orang menggunakan IRC untuk berbagai link, file, dan untuk tetap terhubung dengan jaringan global. IRC merupakan asal usul dari konsep Instant Messaging System yang disebut ICQ yang dikembangkan pada tahun 1996. Melalui IM, orang-orang mulai mengembangkan emotional icons dengan Avatars yang merupakan gambar yang digunakan untuk merepresentasikan seseorang. Fitur IM kemudian digabungkan dengan beberapa klien email seperti MSN Hotmail, Yahoo, Gmail dll sehingga memudahkan untuk berkomunikasi dengan teman di daftar kontak secara real time.

⁹ Romualdo Pastor-Satorras, *Evolution and Structure of the Internet*, Cambridge: 2007, hlm. 5.

¹⁰ Varinder Taprial, *Understanding Social Media*, 2011, hlm. 13.

3. *Peer-To-Peer (P2P), BitTorrent – Social Media Sharing (1999)*

P2P dikembangkan oleh Napster tahun 1999. Aplikasi P2P memungkinkan pengguna secara cepat mengunduh musik mp3 yang dapat langsung dimasukkan ke sebuah CD. Napster kemudian diambil alih oleh aplikasi P2P lainnya seperti Limewire sampai BitTorrent yang menyediakan layanan P2P resmi dan tersentralisasi untuk berbagai file.

4. *Social Networking Sites (1997-2008)*

Pada awalnya terdapat beberapa situs social networking antara lain classmates.com dan SixDegress.com tetapi tidak terlalu sukses. Pada tahun 2002 muncul Friendster yang sukses di internet. Setahun kemudian pada tahun 2003, muncul situs social networking lainnya, yaitu LinkedIn, MySpace, dan Facebook.

5. *Social Bookmarking (1996 – 2003)*

Menurut Wikipedia, *social bookmarking* adalah sebuah metode bagi pengguna internet untuk mengatur, menyimpan, mengelola dan mencari bookmark sumber tertentu secara online. Tidak seperti file sharing, sumber itu sendiri tidak dibagikan, tetapi semata-mata ditandai.

6. *Blogs*

Blog merupakan media yang digunakan oleh pengguna untuk menuangkan tulisan atau artikel dan konten tertentu dengan tujuan untuk dapat dibaca oleh pengguna lain.

7. *Real Time and Location Based Social Networking (2008 -sekarang).*

Real time and location based social networking merupakan jejaring sosial yang kontennya dibagikan kepada pengguna secara langsung dan berbasis lokasi.

Perkembangan media sosial juga sering dikaitkan dengan perkembangan teknologi Web, dimana kehadiran media sosial kerap disamakan dengan lahirnya teknologi Web 2.0. Perkembangan teknologi Web sendiri dibagi dalam 4 (empat) babak, yaitu Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 dan Web 4.0. Berikut uraian keempat tahap tersebut.

▪ **Web 1.0**

Web 1.0 merupakan implementasi pertama dari web selama kurun waktu 1989 sampai 2005. Tim Berners-Lee menyebut web ini sebagai “*read-only*” web. Web ini menyediakan hanya sedikit interaksi dimana para pengguna dapat saling bertukar informasi, tetapi tidak mungkin berinteraksi dengan website. Peran web bersifat pasif. Generasi pertama dari web ini berisi halaman statis dan hanya bertujuan untuk menyampaikan konten tertentu. Dengan kata lain, web pada awalnya hanya memungkinkan pengguna untuk mencari dan membaca informasi.

▪ **Web 2.0**

Web 2.0 merupakan generasi kedua dari web dan dianggap sebagai “*read-write*” web. Dengan web 2.0, pengguna memiliki banyak interaksi dengan hanya sedikit kontrol. Generasi kedua

dari web memungkinkan kolaborasi dan sharing secara online antara para pengguna. Tema utama dari Web 2.0 antara lain: social networking, social bookmarking, media sharing, folksonomies, lightweight collaboration, mash-ups. Web 2.0 dapat dianggap sebagai sebuah pembaharuan atau versi kedua dari internet dimana pengguna berpartisipasi secara aktif dengan mengunggah konten baru. Aspek dasar lainnya adalah kolaborasi dan interaksi antara pengguna, sehingga disebut sebagai Social Web.¹¹

▪ **Web 3.0**

Web 3.0 pertama kali diperkenalkan oleh John Mark pada tahun 2006. Web 3.0 juga disebut sebagai *Executable Web*. Ide dasar dari web 3.0 adalah mendefinisikan struktur data dan menautkan data-data tersebut agar lebih efektif untuk dicari, diautomatisasi, diintegrasikan dan digunakan kembali pada berbagai macam aplikasi. Web 3.0 juga disebut *Semantic Web*. *Semantic Web* menyediakan kerangka umum yang memungkinkan data untuk dibagikan dan digunakan kembali lintas aplikasi. Semantic web merupakan sebuah sistem yang memungkinkan mesin untuk memahami dan merespon kebutuhan manusia yang kompleks. Web 3.0 adalah istilah untuk menggambarkan evolusi dari penggunaan dan interaksi web yang mencakup perubahan web menjadi sebuah database. Web 3.0 merupakan web dimana konsep dari *website* atau *webpage* menjadi kabur atau menghilang, dimana data tidak dimiliki tetapi dibagikan (*shared*).¹²

▪ **Web 4.0**

Web 4.0 masih berupa ide yang sedang dalam proses dan belum ada definisi yang jelas tentang akan seperti apa web 4.0. Web 4.0 juga disebut sebagai *symbiotic web*. *Symbiotic web* akan dirancang berupa interaksi antara manusia dan mesin secara simbiosis. Mesin akan pintar dalam membaca konten dari web, merespon dalam bentuk melaksanakan dan memutuskan apa yang harus dilakukan.¹³

Berikut disajikan tabel perbandingan antara Web 1.0, Web 2.0 dan Web 3.0.

Tabel 4
Perbandingan Antara Web 1.0, Web 2.0 dan Web 3.0¹⁴

ASPEK	WEB 1.0	WEB 2.0	WEB 3.0
Tahun	1996	2006	2016
Nama/istilah	The Web	The Social Web	The Semantic Web
Penemu	Tim Berners Lee	Tim O'Reilly	Tim Berners Lee

¹¹ Martinez Lopez, *Using the Social Web for Branding and Marketing*, Springer: 2016, hlm. 10.

¹² Umesha Naik, *Comparative Study of Web 1.0, Web 2.0 and Web 3.0*, 2014, hlm. 4.

¹³ Sareh Aghei, *Evolution of the World Wide Web: From Web 1.0 to Web 4.0*, 2012, hlm. 40.

¹⁴ Umesha Naik, *Comparative Study of Web 1.0, Web 2.0 and Web 3.0*, hlm. 6.

Sifat	Read only web (information sharing)	Read and write web (interaction)	Read, write and execute web (immersion)
Pengguna	Million of users	Billion of users	Trillion users
Karakteristik	Connect information	Connect people	Connect knowledge
Konten	Berupa konten statis, penyampaian konten hanya satu arah tanpa ada interaksi nyata antara pembaca dengan pemuat konten	Berupa komunikasi dua arah melalui jaringan sosial, bloggin, wikis, tagging, user generated content and video	AI dan web mempelajari apa yang pengguna inginkan dan memberikan pengalaman personalized web

2.3.3 Jenis-Jenis Media Sosial

Melalui media sosial, orang dapat bertukar foto dan video, berbagai berita, cerita, berbagai ide di blog dan berpartisipasi dalam diskusi online. Media sosial memungkinkan setiap orang, perusahaan, organisasi, pemerintah, dan legislatif untuk berinteraksi dengan banyak orang.¹⁵ Media sosial masih terus berkembang setiap hari. Cakupan dari media sosial sangat luas dan penggunaannya berkembang ke berbagai bidang, area dan demografi. Saat ini terdapat sangat banyak jenis media sosial dengan masing-masing fitur unggulannya. Oleh karena itu, semakin sulit untuk memahami kompleksitas dan untuk memahami karakteristik dari media sosial.¹⁶ Akan tetapi, beberapa literatur membuat klasifikasi media sosial dengan pendekatan masing-masing.

Kaplan dan Haenlein mengklasifikasikan media sosial ke dalam 6 kelompok berdasarkan aspek “social presence/media richness” dan aspek “self-presentation/self-disclosure”, yaitu sebagai berikut:¹⁷

Tabel 5
Klasifikasi Media Sosial Menurut Kaplan dan Haenlein

Classification of Social Media		Social Presence/Media Richness		
		Low	Medium	High
Self-Presentation/ Self-Disclosure	High	Blogs and Microblogs (e.g. Twitter)	Social Networking Sites (e.g. Facebook)	Virtual Social Worlds (e.g. Second Life)
	Low	Collaborative Projects (e.g. Wikipedia)	Content Communities (e.g.: YouTube)	Virtual Game Worlds (e.g. World of Warcraft)

¹⁵ Michael Dewing, *Social Media: an Introduction*, 2012, hlm. 1.

¹⁶ Varinder Taprial, *Understanding Social Media*, 2011, hlm. 31.

¹⁷ Andreas M. Kaplan, *Users of World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*, 2010, hlm. 62.

Selain pengklasifikasian di atas, Research Information Network (RIN) juga membuat klasifikasi media sosial yang berbeda dengan membagi media sosial ke dalam 3 (tiga) kategori, yaitu: media sosial berbasis komunikasi, media sosial berbasis kolaborasi, dan media sosial berbasis multimedia.¹⁸

1. *Communication*

- a. Blogging: Blogger, LiverJournal, TypePad, WordPress
- b. Microblogging: Twitter, Yammer, Google Buzz
- c. Location: Foursquare, Gowalla, Facebook Places
- d. Social Networking: Facebook, LinkedIn, MySpace
- e. Aggregators: Google Reader, Netvibes, Pageflakes, iGoogle

2. *Collaboration*

- a. Conferencing: Adobe Connect, GoToMeeting, Skype
- b. Wikis: Pbworks, Wetpaint, Wikia
- c. Social Bookmarking: Delicious, Diigo, BibSonomy
- d. Social Bibliography: CiteUlike, Mendeley
- e. Social News: Digg, Reddit, Newsvine
- f. Social Documents: Google Docs, Dropbox, Zoho
- g. Project Management: Bamboo, Basecamp, Huddle

3. *Multimedia*

- a. Photographs: Flickr, Picasa, SumgMug
- b. Video: Viddler, Vimeo, YouTube
- c. Live Streaming: Justin.tv, Livestream, Ustream
- d. Presentation Sharing: Scribd, SlideShare, Slidrocket
- e. Virtual Worlds: Opensim, Second Life, World of Warcraft.

Pengelompokkan media sosial juga dilakukan oleh Fred Cavazza, seorang konsultan website dari blogger asal Perancis, yaitu sebagai berikut:¹⁹

1. **Publish**, dengan platform blog (Wordpress, Typepad, Blogger, Overblog), microblog (twitter), social stream services (FriendFeed, Tumblr, Posterous) and wikis (Wikipedia, Wikia, WetPaint).
2. **Share**, dengan layanan yang memungkinkan pengguna untuk berbagai video (YouTube, Dailymotion, Vimeo), foto (Flickr, Picasa, Instagram), links (Delicious, Digg), music (Last, iLike, Spotify, Deezer) or documents (Slideshare, Scrib).
3. **Discuss**, dengan fitur buletin (PhpBB, bbPress, Phorum, 4Chan, Gravity), sistem manajemen komentar (IntenseDabate, Cocoment, Disqus, JS-Kit, Backtype) dan social search tools (Quora, Aardvark, Mahalo).

¹⁸ Alan Cann, *Social Media: A Guide for Researcher*, 2011, hlm. 2.

¹⁹ Varinder Taprial, *Understanding Social Media*, 2011, hlm. 33.

4. **Commerce**, dengan solusi revid pengguna (BazaarVoice, PowerReviews), collaborative feedback tools (UserVoice, GetSatisfaction), komunitas rekomendasi dan inspirasi (Polyvore, StyleHyve, Weardrobe, Hunch), localized coupons (Groupon, LivingSocial), purchase sharing tools (Blippy, Swipely), co-shopping tools (Look'n'Be) and Facebook-shopping tools (ShopTab, Boosket).
5. **Location**, dengan social location platform (Foursquare, Gowalla, MyTown, Facebook Places, Google Places), local social networks (Loopt, Whrrl), mobile social networks (Mig33, MocoSpace) and event sharing (Upcoming, Plancast, Zevents, Eventful, Socializr).
6. **Network**, dengan personal social networks (MyYearBook, MyLife, CopainsDavant, Badoo), professional social network (LinkedIn, Viadeo, Xing, Plaxo), social network (Facebook, MySpace, Orkut, Tagged, Hi5) and social networks creation tools (Ning, KickApps).
7. **Games**, casual gaming (Kongregate, Pogo, PopCap, Playfirst).

Selain dikelompokkan di atas, Hootsuite, sebuah situs layanan manajemen konten, membuat klasifikasi media sosial yang sederhana, dimana media sosial dibagi menjadi 2 (dua) klasifikasi, yaitu:

1. *Social Network*

Social network merupakan platform media sosial yang dominan berfokus pada penyampaian pesan/konten tertentu kepada pengguna lain secara umum atau tidak spesifik ditujukan ke orang tertentu. Contohnya: Facebook, Youtube, Instagram, Twitter.

2. *Messenger/Chatapp/Voip*

Messenger/Chatapp/Voip merupakan platform media sosial yang dominan berfokus pada penyampaian pesan/konten tertentu kepada pengguna lain yang spesifik. Meskipun demikian, platform ini mengalami perkembangan sehingga memiliki fitur yang memungkinkan dilakukannya penyampaian pesan/konten tertentu kepada pihak lain secara umum, misalnya melalui fitur "status" dan "grup". Contohnya: Whatsapp, Line, Telegram.

Di antara ratusan jenis media sosial yang ada saat ini, terdapat beberapa media sosial yang sangat populer di seluruh dunia dengan pengguna mencapai jutaan orang. Berikut diuraikan beberapa media sosial yang populer di masyarakat, terutama di Indonesia.

1. **Facebook**

Facebook adalah sebuah layanan media sosial yang diciptakan oleh mahasiswa Universitas Harvard, Mark Zuckerberg pada tahun 2004 bersama dengan rekan-rekannya Eduardo Saverin dan Andrew McCollum, Dustin Moskovitz dan Chris Hughes. Pada awalnya, keanggotaan Facebook terbatas untuk mahasiswa Harvard saja, tetapi kemudian diperluas sehingga



dapat digunakan pula oleh masyarakat umum. Facebook dapat diakses secara gratis oleh siapa saja, meskipun demikian Facebook membatasi usia pengguna minimal 13 tahun.

Pengguna Facebook dapat membuat profil dilengkapi foto, daftar ketertarikan pribadi, informasi kontak dan informasi pribadi lainnya. Facebook mengizinkan pengguna untuk mengatur privasi dan memilih siapa saja yang dapat melihat bagian-bagian tertentu dari profil mereka. Pengguna juga dapat membagikan informasi atau konten kepada pengguna lain, baik berupa teks, foto, musik, video dan lain-lain melalui *wall* masing-masing. Terhadap informasi atau konten yang dibagikan tersebut, pengguna lain dapat memberikan komentar atau respon lainnya, misalnya “menyukai (*like*)” atau “tidak menyukai (*dislike*)”.

Pengguna Facebook dapat berkomunikasi dengan pengguna lainnya secara privat menggunakan fitur pesan pribadi. Selain itu, komunikasi dapat pula dilakukan untuk komunitas terbatas melalui forum atau grup atau halaman kesukaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hootsuite pada Januari 2018, Facebook merupakan media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak di dunia, yaitu mencapai 2,1 miliar pengguna. Di Indonesia sendiri, Facebook merupakan media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak kedua dengan total 130 juta pengguna.²⁰

2. YouTube

YouTube merupakan situs web berbagai video yang didirikan oleh Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim pada tahun 2005. Pengguna dapat mengakses YouTube secara gratis dan dapat mengunggah video untuk dibagikan kepada seluruh pengguna lain. YouTube menerima video dalam berbagai macam format, seperti AVI, MKV, MP4, FLV, MPEG-4, dan lain-lain. YouTube menyediakan kolom respon dan komentar untuk setiap video yang ditampilkan sehingga para pengguna dapat saling berinteraksi. Selain itu, terdapat pula fitur terjemahan otomatis untuk video-video tertentu sehingga dapat dinikmati oleh pengguna dari negara lain.



YouTube tidak memperkenankan konten video yang dibagikan untuk diunduh (*download*) oleh pengguna lain sehingga hanya untuk ditonton saja. Meskipun demikian, banyak pengembang aplikasi yang menyediakan fitur unduh video di YouTube. Selain itu, YouTube juga menyediakan fitur siaran langsung (*livestreaming*) yang memungkinkan pengguna melakukan siaran langsung dan pengguna lain menonton video tersebut secara langsung (*live*).

²⁰ Hootsuite, Digital in 2017 Global Overview, 2017.

Pada tahun 2006, YouTube dibeli oleh Google dan resmi beroperasi sebagai anak perusahaan Google. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hootsuite pada Januari 2018, YouTube merupakan media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak kedua di dunia setelah Facebook, yaitu mencapai 1,5 miliar pengguna. Di Indonesia sendiri, YouTube merupakan media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak dengan total 136 juta pengguna.²¹

3. Whatsapp Messenger

Whatsapp Messenger merupakan aplikasi pesan yang menggunakan paket data internet sehingga tanpa biaya SMS. Whatsapp diciptakan oleh Brian Acton dan Jan Koum pada tahun 2009. Dengan aplikasi ini, pengguna dapat bertukar pesan/konten, baik berupa pesan teks, foto, video, dokumen, lokasi, maupun informasi kontak. Dalam perkembangannya Whatsapp juga dapat digunakan untuk melakukan panggilan suara maupun panggilan video dengan menggunakan paket internet.



Komunikasi Whatsapp juga dapat dilakukan melalui fitur “grup”, dimana pesan hanya dapat dibaca oleh anggota grup tertentu saja sehingga sifatnya tidak lagi privat antara dua orang pengguna. Selain itu, pengguna Whatsapp dapat membagikan “status” kepada seluruh pengguna lainnya layaknya “status” pada aplikasi Facebook.

Aplikasi ini dapat digunakan di berbagai macam sistem operasi, misalnya Android, Blackberry, Symbian, Windows Phone dan juga web-based. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hootsuite pada Januari 2018, Whatsapp merupakan media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak ketiga di dunia setelah Facebook dan Youtube, yaitu mencapai 1,3 miliar pengguna. Di Indonesia sendiri, Whatsapp merupakan media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak ketiga dengan total 126 juta pengguna.²²

4. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial. Instagram dibuat oleh perusahaan Burbn pada tahun 2010. Aplikasi ini dapat diakses secara gratis oleh pengguna setelah melakukan pendaftaran (*sign up*). Setiap pengguna dapat menjadi pengikut dari pengguna lainnya, yang berarti apabila orang



²¹ Hootsuite, Digital in 2017 Global Overview.

²² Hootsuite, Digital in 2017 Global Overview.

tersebut membagikan konten, maka pengikut akan dapat melihat konten tersebut. Para pengguna dapat berinteraksi dengan memberikan respon dan komentar atas konten yang dibagikan oleh pengguna lain.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hootsuite pada Januari 2018, Instagram merupakan media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak ketujuh di dunia setelah Facebook, Youtube, Whatsapp, FB Messenger, WeChat dan QQ, yaitu mencapai 800 juta pengguna. Di Indonesia sendiri, Instagram merupakan sosial media jumlah pengguna terbanyak keempat dengan total 120 juta pengguna.²³

5. Twitter

Twitter adalah layanan jejaring sosial dan microblog daring yang memungkinkan penggunanya untuk membagikan pesan atau konten foto dan multimedia lainnya. Twitter didirikan oleh Jack Dorsey pada tahun 2006. Melalui Twitter, pengguna dapat “berkicau” (*tweet*) tentang sesuatu dan membagikannya kepada seluruh pengguna lain. Akan tetapi, pengguna juga dapat membatasi pengiriman kicauan hanya dapat dilihat oleh orang-orang tertentu saja.



Salah satu hal yang unik dari Twitter yang tidak dimiliki oleh media sosial lain adalah penggunaan tanda pagar (*hashtag*) yang digunakan untuk menandai topik tertentu. Dengan menggunakan tanda pagar, Twitter dapat memunculkan topik yang paling banyak dibahas oleh pengguna atau yang disebut sebagai *trending topic*. Selain itu, Twitter juga memiliki fitur perpesanan pribadi sehingga satu pengguna dapat berkomunikasi secara pribadi dengan pengguna lainnya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hootsuite pada Januari 2018, Twitter merupakan media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak kesebelas di dunia, yaitu dengan total sekitar 330 juta pengguna. Di Indonesia sendiri, Twitter merupakan sosial media jumlah pengguna terbanyak ketujuh dengan total 85 juta pengguna.²⁴

²³ Hootsuite, Digital in 2017 Global Overview.

²⁴ Hootsuite, Digital in 2017 Global Overview.

6. Telegram Messenger

Telegram Messenger dikembangkan oleh Telegram Messenger LLP dan merupakan sebuah aplikasi layanan pengiriman pesan instan multiplatform berbasis awan (*cloud*) yang bersifat gratis dan nirlaba. Pengguna telegram dapat berbagi foto, video dan file bahkan dalam ukuran yang sangat besar mencapai 1.5 GB per file. Dikarenakan berbasis *cloud*, proses sinkronisasi pada aplikasi Telegram terjadi dengan mulus. Telegram dapat diakses dari berbagai perangkat, termasuk handphone, komputer, laptop atau perangkat lain secara bersamaan.



Selain fitur perpesanan pribadi, Telegram juga memiliki fitur Group dengan kapasitas 200 orang dan dapat diupdate menjadi *Supergroups* dengan kapasitas sampai 1000 orang. Selain itu, Telegram juga mempunyai fitur Channel yang dapat menampung jumlah anggota tak terbatas. Fitur ini digunakan layaknya *broadcasting* atau menyiarkan informasi kepada seluruh anggota channelnya. Telegram dianggap sebagai salah satu aplikasi dengan tingkat keamanan yang tinggi karena telah menerapkan skema enkripsi simetrik.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hootsuite pada Januari 2018, Telegram merupakan media sosial dengan jumlah pengguna sekitar 100 juta pengguna. Di Indonesia sendiri, Telegram belum banyak digunakan oleh masyarakat.²⁵

7. Blogger

Blogger adalah sebuah layanan publikasi blog yang dibuat oleh Pyra Labs pada tahun 1999 dan diakuisisi Google pada tahun 2003. Dengan menggunakan blogger, setiap pengguna dapat membuat akun sendiri dan mem-posting tulisan tentang berbagai topik yang diinginkan. Tulisan pada blogger dapat ditambahkan pula dengan konten lain seperti foto, music atau video. Setiap pengguna internet dapat membaca tulisan dibuat oleh penulis blog tersebut. Tersedia juga kolom respon dan komentar atas setiap tulisan yang diposting sehingga penulis dan pembaca dapat saling berinteraksi. Jumlah pengguna blogger di seluruh dunia diperkirakan mencapai 200 juta pengguna. Sementara di Indonesia, jumlah pengguna blogger diperkirakan berjumlah sekitar 3 juta pengguna.



²⁵ Hootsuite, Digital in 2017 Global Overview.

3

BAB 3

HASIL KAJIAN

3.1 ANCAMAN PENYALAHGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM TINDAK PIDANA TERORISME DAN PENDANAAN TERORISME

Penggunaan media sosial untuk kegiatan terorisme telah menjadi perhatian global mengingat semakin banyak muncul akun-akun dan konten-konten yang dapat memicu aksi-aksi terorisme. Teroris dan organisasi teroris telah memanfaatkan perkembangan teknologi untuk mencapai tujuannya. Bahkan beberapa pihak menganggap bahwa penggunaan media sosial oleh teroris merupakan hal yang tidak bisa dihindari. Interaksi sosial sudah berlangsung dari zaman dulu dimana tempat terjadinya masih bersifat tradisional, seperti sekolah, pasar, rumah ibadah. Perkembangan teknologi kemudian merubah interaksi yang bersifat tatap muka menjadi interaksi dalam dunia maya.²⁶

Pada tahun 1998, hanya terdapat sedikit website yang terkait dengan aktivitas terorisme. Jumlah tersebut kemudian meningkat tajam dalam satu dekade dimana terdapat lebih dari 6.000 website di luar media sosial yang memuat konten terorisme.²⁷ Penggunaan internet tersebut kemudian berdampak pula pada peningkatan penggunaan media sosial oleh para teroris dan simpatisan. Saat ini media sosial telah menjadi sarana utama penyebaran propaganda dan perekrutan anggota kelompok teroris. Bahkan dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Gabriel Weimann, teridentifikasi bahwa 90% terorisme di internet terjadi di media sosial.

Hasil kajian FATF dalam dokumen berjudul *Emerging Terrorist Financing Risks* mengidentifikasi adanya pemanfaatan media sosial untuk tujuan perekrutan dan propaganda terorisme. Internet dan media sosial telah menjadi sarana bagi teroris dan organisasi teroris untuk menyebarkan ideologi dan konten propaganda tanpa memerlukan biaya yang mahal, termasuk perekrutan *Foreign Terrorist Fighters* (FTF) dan menyebabkan lahirnya *home-grown terrorist activities*.²⁸

Terdapat beberapa kelebihan yang dimiliki oleh media sosial yang menjadi faktor pendorong penyalahgunaan media sosial oleh teroris atau simpatisan, yaitu:²⁹

²⁶ Joshua Close, *Social Media and Extremism*, 2014, hlm. 1.

²⁷ Freeman and Simmons eds., *Special Issue: Social Media in Jihad and Counterterrorism*, hlm. 23.

²⁸ FATF, *FATF Report: Financing of Recruitment for Terrorist Purposes*, 2018, hlm. 7.

²⁹ Varinder Taprial, *Understanding Social Media*, 2011, hlm. 28.

1. Aksesibilitas (*Accessibility*)

Sosial media mudah untuk diakses dan hanya membutuhkan sedikit atau bahkan tanpa biaya. Media sosial mudah digunakan dan tidak membutuhkan keahlian atau pengetahuan tertentu untuk penggunaannya.

2. Kecepatan (*Speed*)

Konten yang dibuat di media sosial tersedia untuk siapa saja yang tergabung dalam jaringan sesaat setelah konten tersebut dibuat. Setiap orang dapat langsung berkomunikasi dengan pengguna lain tanpa faktor eksternal yang mempengaruhi proses penyampaian informasi.

3. Interaktif (*Interactivity*)

Media sosial berupa kanal komunikasi dua arah atau lebih. Pengguna dapat berinteraksi dengan orang lain, bertanya, berdiskusi atau berbagai pendapat tentang apapun.

4. Jangka Waktu Ketersediaan Konten (*Longevity/Volatility*)

Konten media sosial tetap dapat diakses dalam jangka waktu yang lama, mungkin selamanya karena karakteristik medianya. Konten juga dapat diubah atau diperbaharui kapan saja.

5. Konten yang Tidak Terbatas (*Reach*)

Internet menawarkan penyampaian jenis konten yang tidak terbatas. Setiap orang dapat membuat konten sendiri dengan menggunakan berbagai fitur multimedia.

6. Anonim

Media sosial pada umumnya tidak memerlukan adanya verifikasi identitas pengguna layanan, sehingga setiap orang dapat membuat akun dengan menggunakan nama lain.

7. Ekstrajurisdiksi

Media sosial tidak lagi mengenal batas-batas yurisdiksi. Setiap pengguna dapat berkomunikasi dan berbagai dengan setiap orang di negara manapun selama terhubung dengan jaringan internet.

8. Kerahasiaan

Beberapa media sosial menerapkan fitur kerahasiaan yang tinggi, misalnya penggunaan enkripsi yang dinyatakan sebagai cara paling aman untuk mentransmisikan konten dan tidak dapat disadap oleh pihak lainnya.

Dengan peningkatan penggunaan media sosial, orang-orang yang tidak bertanggungjawab memanfaatkan kebebasan media sosial untuk menipu, memanipulasi, menyerang dan menyakiti orang lain dengan berbagai cara. Banyak pelaku kejahatan memanfaatkan media sosial untuk menyembunyikan identitas mereka dan melakukan berbagai kejahatan seperti *cyber bullying*, *cyber terrorism*, perdagangan manusia, perdagangan narkoba, dan lain-lain.³⁰

³⁰ Jacob Amedie, *The Impact of Social Media on Society*, 2015, hlm. 6.

Penggunaan media sosial oleh organisasi teroris dapat dilihat pada beberapa contoh berikut ini:³¹

1. Al-Qaeda

Al-Qaeda diketahui sebagai salah satu organisasi teroris yang menggunakan media sosial secara masif. Global Islamic Media Front, media terafiliasi dengan Al-Qaeda, memuat materi pelatihan militer serta panduan pembuatan bahan peledak. Konten tersebut disebar melalui berbagai situs dan media sosial.

2. Taliban

Sejak tahun 2011, Taliban diketahui aktif menggunakan Twitter dengan lebih dari 7.000 pengikut (*follower*). Menggunakan akun @alemarahweb, Taliban aktif membagikan informasi, peristiwa, propaganda dan konten lain yang terkait dengan kegiatan yang mereka lakukan.

3. Al-Shabab

Al-Shabab, organisasi teroris yang berbasis di Somalia, menggunakan akun Twitter @HSMPressxxx yang sejak dibuat tahun 2011 aktif digunakan untuk membagi informasi kepada pengikutnya yang berjumlah lebih dari puluhan ribu orang.

4. Boko Haram

Tidak lama setelah melakukan peledakan di Kono, Nigeria pada tahun 2011, Boko Haram, organisasi teroris yang berbasis di Nigeria, merilis sebuah video pernyataan pertanggungjawaban atas peledakan tersebut melalui YouTube.

5. ISIS

Pusat media sosial milik ISIS adalah Al Hayat Media Centre yang telah memuat dan membagikan konten propaganda terorisme kepada simpatisan. ISIS juga pernah merilis sebuah aplikasi gratis yang berisi tentang informasi aktivitas mereka yang dibagikan kepada pengguna aplikasi. ISIS juga menggunakan banyak akun Twitter untuk mempromosikan nama ISIS di seluruh dunia, misalnya @Minbar_s, @hashtag_isis, @mghol1122, @Nnewsi, @alfurqan2013, @raqqa98, @w_raqqa dan @ShamiWitnessaccounts.

Aktivitas organisasi teroris di media sosial dapat dikategorikan ke dalam 2 (dua) kategori, yaitu:³²

1. *Communication Benefit*

Meliputi rekrutmen orang-orang yang berpotensi radikal, membuat forum kelompok, bekerjasama dengan pihak yang terkait dengan teroris, memfasilitasi pelatihan digital, mengkoordinasikan aktivitas organisasi dan melakukan propaganda materi terkait terorisme.

³¹ Stephen Osaherumwen Idahosa, *International Terrorism: The Influence of Social Media in Perspective*, 2017, hlm. 87.

³² Luke Bertram, *Terrorism: the Internet and the Social Media Advantage*, 2016, hlm. 226.

2. *Operational Digital Action*

Meliputi aktivitas digital dari organisasi teroris yang bertujuan untuk menyebarkan teror, misalnya melakukan sabotase bangunan atau infrastruktur secara siber.

Istilah “terorisme siber” (*cyber-terrorism*) dan “penggunaan media sosial dalam kejahatan terorisme” (*the use of social media by terrorist*) merupakan dua hal yang hampir sama karena keduanya sama-sama menggunakan internet untuk tujuan ilegal. Akan tetapi, terdapat perbedaan fundamental di antara keduanya. Terorisme siber dapat terjadi misalnya ketika seseorang membajak (*hacks*) atau menyerang (*threatens*) komputer atau jaringan internet atau teknologi informasi. Sementara penggunaan media sosial dalam kejahatan terorisme tidak bertujuan untuk merusak atau menyerang komputer dan jaringan, melainkan untuk propaganda, perekrutan anggota dan simpatisan, penggalangan dana dan lain-lain.³³ Dalam konteks ini, pemanfaatan media sosial untuk pendanaan terorisme tidak termasuk dalam *cyberterrorism*. Dikaitkan dengan kategori aktivitas organisasi terorisme di media sosial, maka pendanaan terorisme melalui media sosial termasuk dalam kategori *communication benefit*.

3.1.1 Ancaman Penyalahgunaan Media Sosial dalam Tindak Pidana Terorisme

Teroris, organisasi teroris atau simpatisan memanfaatkan media sosial untuk tujuan-tujuan sebagai berikut:³⁴

1. Radikalisasi (*Radicalization*)

Salah satu tujuan penggunaan media sosial oleh teroris dan organisasinya adalah untuk menanamkan paham radikalisme kepada pengguna lainnya. Radikalisasi merupakan proses indoktrinasi yang biasanya disertai dengan perubahan orang yang teradikalisasi menjadi memiliki kehendak untuk berbuat kekerasan berdasarkan ideologi ekstrimisme.³⁵ Melalui media sosial, teroris dan organisasinya membagikan konten terkait ideologi kekerasan/terorisme supaya pengguna media sosial menjadi sepaham dan sealaran dengan mereka. Dengan ideologi yang sama, pengguna yang telah terkena paham radikalisme akan memiliki kecenderungan untuk melakukan kekerasan atau aksi terorisme, bahkan dapat memunculkan *home-grown terrorist activities* dan *lone-wolf*.

³³ Paulina Wu, *Impossible to Regulate: Social Media, Terrorists, and the Role for the UN*, 2015, hlm. 299.

³⁴ Veerasamay and Grobler "Terrorist use of the Internet, hlm. 261.

³⁵ UNODC, *The Use of the Internet for Terrorist Purposes*, hlm. 6.

Gambar 5

Cuplikan Berita Kasus Terorisme Roshonora Choudhry

Roshonara Choudhry jailed for life over MP attack

Radicalised student Roshonara Choudhry jailed for attempting to stab to death Stephen Timms for supporting the Iraq war



▲ CCTV images of Roshonara Choudhry stabbing Stephen Timms MP at his constituency surgery in Beckton.
Photograph: Metropolitan Police

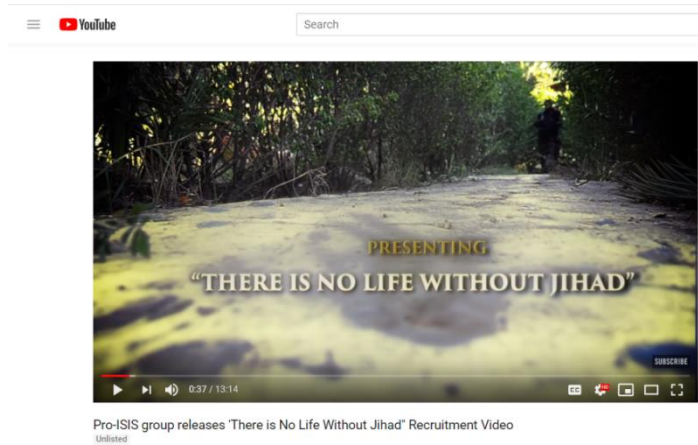
Sumber: *The Guardian*³⁶

Salah satu kasus *self-radicalization* dari YouTube adalah Roshonara Choudhry, seorang perempuan berkewarganegaraan Inggris, yang melakukan penusukan terhadap seorang anggota parlemen. Pada proses pemeriksaan, didapatkan keterangan dari pelaku bahwa perbuatannya tersebut dilakukan setelah menonton video-video radikal di YouTube, yaitu video dari tokoh agama, Anwar al-Awlaki. Kasus lainnya adalah penyerangan di Boston Marathon oleh MAJ Nidal Hassan.

2. Rekrutmen (*Recruitment*)

Selain untuk menanamkan paham radikalisme, teroris dan organisasinya juga memanfaatkan media sosial untuk merekrut pengguna lain, baik untuk menjadi anggota organisasi maupun sebagai calon pelaku serangan. Salah satu contoh perekrutan melalui media sosial adalah perekrutan online yang dilakukan ISIS melalui video yang berjudul: “There’s No Life Without Jihad” yang menampilkan 3 (tiga) orang pejuang Inggris sedang mengajak orang lain untuk datang dan berjuang bersama ISIS. Selain itu, melalui video YouTube, pemimpin ISIS, Abu Bakr Al-Baghdadi mengajak pemuda untuk berjuang bersama ISIS serta bergabung untuk mendirikan negara Islam.

³⁶ <https://www.theguardian.com/uk/2010/nov/03/roshonara-choudhry-jailed-life-attack> (diakses pada tanggal 20 November 2018).

**Gambar 6**

Tampilan Video Rekrutmen ISIS “There is No Life Without Jihad”

Gambar 7
Tampilan Video
Rekrutmen ISIS “Join the
Ranks”



"Join the Ranks" from The Islamic State

Salah satu pejuang ISIS dari Indonesia, Bachrumsyah alias Abuya alias Abu Muhammad, juga pernah membuat video berjudul “Join the Ranks” atau “Bergabung Dalam Barisan” untuk mengajak simpatisan berjuang bersama ISIS di Suriah. Video berdurasi 8 menit 27 detik tersebut diunggah melalui media sosial YouTube dan beberapa situs lainnya.

3. Pelatihan (*Training*)

Dalam beberapa tahun terakhir, organisasi teroris memanfaatkan internet sebagai wadah alternatif untuk pelatihan bagi anggotanya. Terdapat banyak manual yang tersedia secara online, baik berupa teks, audio, video dan informasi lainnya terkait dengan pembuatan bahan peledak, penggunaan senjata serta strategi dan teknik penyerangan. Bahan-bahan tersebut sangat mudah dibagikan melalui media sosial.

Salah satu contoh pemanfaatan media sosial untuk pelatihan adalah penggunaan media Global Islamic Media Front oleh Al-Qaeda dengan cara menyebarkan pedoman pelatihan terorisme termasuk teknik pembuatan bom. Pedoman tersebut awalnya berasal dari bahan ajar milik Abu Khabbab al Misri, yang terkenal sebagai ahli pembuat bom dalam komunitas Explosive Ordnance Disposal (EOD). Pedoman tersebut juga memuat cara menggunakan kendaraan roda empat untuk melakukan serangan di area publik, cara menembak dari atas gedung, cara melakukan *hacking*, penggunaan ekspresi pada alat komunikasi, dan lain-lain.³⁷

Gambar 8
Media Milik ISIS Berisi Teknik Pemanfaatan Media Sosial

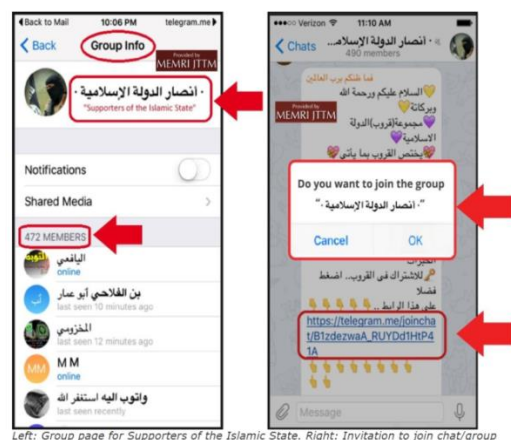


ISIS juga banyak membuat dan menyebarkan pedoman pelatihan bagi para militannya. Salah satunya adalah pedoman hacking dan pemanfaatan platform media sosial untuk mendukung kegiatan-kegiatan mereka.

4. Komunikasi (*Communication*)

Fungsi lain penggunaan media sosial oleh teroris dan organisasinya adalah sebagai sarana komunikasi dalam mempertahankan hubungan yang telah terbentuk antara para anggota. Komunikasi ini diperlukan untuk berbagai tujuan termasuk untuk saling berbagi informasi mengenai ideologi mereka dan rencana aksi-aksi yang akan dilakukan sehingga eksistensi jaringan tetap terjaga dan semakin kuat.

Gambar 9
Media Milik ISIS Berisi Teknik Pemanfaatan Media Sosial



³⁷ UNODC, The Use of the Internet for Terrorist Purposes, hlm.8.

5. Operasi (*Operation*)

Penggunaan media sosial oleh teroris dan organisasinya untuk tujuan operasi adalah dalam rangka pelaksanaan/eksekusi serangan atau aksi terorisme. Dalam melakukan aksi terorisme, para pelaku membutuhkan sumber daya. Selain merekrut orang, media sosial juga digunakan untuk memenuhi kebutuhan peralatan dan persenjataan untuk aksi teror. Salah satu contohnya adalah penggunaan Facebook oleh kelompok teroris di Suriah untuk membeli dan amunisi serta untuk membeli anti-aircraft rocket launcher yang mampu meluncurkan jet berpenumpang ke udara³⁸.

Gambar 10

Cuplikan Berita Peledakan Mumbai 2008

Did Terrorists Use Twitter to Increase Situational Awareness?

Posted on February 14, 2013 | 13 Comments

Those who are still skeptical about the value of Twitter for real-time situational awareness during a crisis ought to ask why terrorists likely think otherwise. In 2008, terrorists carried out [multiple attacks on Mumbai](#) in what many refer to as the worst terrorist incident in Indian history. [This study](#), summarized below, explains how the terrorists in question *could* have used social media for coordination and decision-making purposes.



Contoh lain penggunaan media sosial untuk misi operasional adalah penggunaan Twitter oleh organisasi teroris yang berbasis di Pakistan, Lashkar-e-Taiba, yang melakukan penyerangan di Mumbai tahun 2008. Informasi peristiwa terkini yang disampaikan melalui media sosial dan Twitter berkontribusi pada proses pengambilan keputusan oleh teroris ketika sedang melakukan penyerangan. Penyerangan di Mumbai tersebut dilakukan secara bersamaan di 5 (lima) lokasi berbeda masing-masing oleh 2 (dua) anggota teroris. Dalam melakukan penyerangan dan penahanan sandera, para pelaku lapangan yang

berada di lokasi yang berbeda-beda tersebut diarahkan oleh 3 (tiga) orang anggota mereka yang berada di Pakistan melalui telepon satelit. Perintah penyerangan dan arahan situasional lainnya diberikan oleh 3 (tiga) orang tersebut berdasarkan pemantauan situasi yang mereka lakukan melalui live tweet di Twitter. Hal ini karena sesaat setelah peledakan terjadi, Twitter dipenuhi dengan tweet masyarakat yang melaporkan kejadian tersebut secara langsung. Efek dari aksi peledakan terstruktur ini menelan korban jiwa sebanyak 164 orang.³⁹

6. Propaganda

Salah satu tujuan utama penggunaan internet dan sosial media oleh teroris dan organisasinya adalah untuk penyebarluasan propaganda. Secara umum propaganda dapat berupa berbagai macam komunikasi multimedia yang menyediakan instruksi, penjelasan, justifikasi dan promosi aksi terorisme.⁴⁰ Propaganda oleh teroris dan organisasi teroris juga bertujuan untuk

³⁸ Stephen Osaherumwen Idahosa, *International Terrorism: The Influence of Social Media in Perspective*, hlm. 87.

³⁹ Joshua Close, *Social Media and Extremism*, 2014.

⁴⁰ UNODC, *Use of Internet for Terrorist Purposes*, 2012, hlm. 3.

menunjukkan kepada pihak lain bahwa organisasi teroris tersebut masih eksis, kuat, dan siap melakukan perlawanan.

Gambar 11

Video Propaganda ISIS yang Diunggah Melalui YouTube



Sumber: *The Washington Post*⁴¹

Sebagai contoh, ISIS menggunakan Twitter untuk menyebarkan video pemotongan tangan seorang tahanan. Selama proses tersebut, akun Twitter @reyadiraq membagikan foto sebelum, pada saat, dan setelah aksi itu dilakukan. Twitter telah memblokir akun tersebut yang pada saat itu memiliki sekitar 96.000 pengikut (*follower*) dan telah menyampaikan tweet lebih dari 20.000 kali.⁴²

Propaganda organisasi teroris juga dilakukan untuk mempengaruhi pihak lain bahwa organisasi memiliki tujuan yang baik dan melindungi masyarakat. Sebagai contoh, ISIS melalui Al Hayat Media Centre menyebarkan video yang menggambarkan bagaimana para pejuang ISIS membantu para penduduk, menjenguk korban perang di rumah sakit serta menunjukkan perlakuan baik mereka kepada anak-anak.⁴³

7. Pendanaan (*Funding*)

Tujuan lain penggunaan media sosial oleh teroris dan organisasi teroris adalah untuk pendanaan atau penggalangan dana. Pendanaan merupakan salah satu faktor yang penting dalam melakukan aksi terorisme. Pendanaan terorisme berperan penting dalam pembelian senjata dan bahan peledak, pelatihan anggota serta penguatan jaringan organisasi teroris. Tidak hanya secara konvensional, teroris dan organisasi teroris juga menggalang dana melalui

⁴¹ https://www.washingtonpost.com/world/national-security/obama-administration-plans-shake-up-in-propaganda-war-against-the-islamic-state/2016/01/08/d482255c-b585-11e5-a842-0feb51d1d124_story.html?noredirect=on&utm_term=.51c20b0a0550 (diakses pada tanggal 20 November 2018).

⁴² Joshua Close, *Social Media and Extremism*, 2014, hlm. 1.

⁴³ Imran Awan, *Cyber-Extremism: Isis and the Power of Social Media*, 2017, hlm. 139.

akun-akun media sosial yang mereka kelola. Pembahasan lebih rinci mengenai pendanaan terorisme melalui media sosial tercantum dalam subbab berikut ini.

3.1.2 Ancaman Penyalahgunaan Media Sosial dalam Tindak Pidana Pendanaan Terorisme

Pendanaan terorisme merupakan suatu kejahatan yang diatur dalam undang-undang tersendiri yaitu Undang-Undang No. 9 Tahun 2013 tentang Pencegahan dan Pemberantasan Tindak Pidana Pendanaan Terorisme. Lahirnya undang-undang ini didasari oleh kesadaran bahwa unsur pendanaan (*funding*) merupakan salah satu faktor utama dalam setiap aksi terorisme. Pendanaan dilakukan untuk membiayai kegiatan-kegiatan yang mendukung aksi-aksi terorisme, baik untuk kebutuhan operasional maupun untuk kebutuhan organisasional. Kebutuhan operasional misalnya pembelian senjata dan bahan peledak, pelatihan anggota maupun pembiayaan keberangkatan teroris ke suatu tempat. Kebutuhan organisasional misalnya untuk membiayai kegiatan propaganda, radikalisasi, pertemuan, gaji para anggota, serta santunan bagi janda-janda teroris.⁴⁴

Salah satu sumber penggalangan dana untuk kegiatan terorisme adalah melalui sosial media, selain pendanaan mandiri dari sumber yang sah, pendanaan dari organisasi nirlaba (*Non-Profit Organization/NPO*), serta pendanaan dari hasil aktivitas kriminal. Pada tahun 2015 FATF menggolongkan pendanaan terorisme melalui media sosial sebagai *emerging terrorism risk* (risiko ancaman yang akan muncul dalam waktu dekat). Sementara itu kajian regional Asia Tenggara dan Australia terhadap risiko pendanaan terorisme (*Regional Risk Assessment on Terrorist Financing*) 2016 mengidentifikasi bahwa modus tersebut memiliki risiko “Menengah”. Di Indonesia sendiri, Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial untuk pendanaan terorisme perlu menjadi perhatian bagi negara-negara di kawasan Asia Tenggara dan Australia, termasuk bagi Indonesia. Sedangkan di Indonesia sendiri, pendanaan terorisme yang paling berisiko merupakan pendanaan dari domestik yang bersumber dari donasi/sumbangan (termasuk sumbangan melalui media sosial).⁴⁵

Terdapat 2 (dua) kemungkinan metode penggunaan media sosial oleh teroris atau organisasi teroris untuk mengumpulkan dana dari masyarakat, yaitu sebagai berikut:

a. Permintaan Donasi Melalui Media Sosial

Penggunaan media sosial untuk pendanaan terorisme dapat berupa penyampaian permintaan sejumlah donasi atau sumbangan oleh teroris atau organisasi teroris kepada para pengguna

⁴⁴ Regional Risk Assessment on Terrorist Financing, 2016, hlm. 35.

⁴⁵ National Risk Assessment on Terrorist Financing, 2015.

media sosial lainnya (*followers*). Dalam metode ini media sosial digunakan hanya sebagai sarana penyampaian permohonan dana secara online saja, sementara aliran dana tetap menggunakan transaksi pada lembaga keuangan secara umum, misalnya transfer ATM, transfer internet banking, dan lain-lain. Permintaan donasi melalui media sosial pada umumnya disertai dengan informasi nomor rekening tempat donatur akan mengirimkan dananya.

b. Penggunaan Metode Pembayaran Platform Media Sosial.

Penggunaan media sosial untuk pendanaan terorisme juga dapat dilakukan dengan memanfaatkan platform media sosial itu sendiri untuk melakukan transaksi keuangan atau transfer dana dari pihak lain kepada teroris atau organisasi teroris. Metode ini dapat dilakukan apabila platform media sosial memiliki layanan transfer dana atau transfer nilai yang dapat diuangkan. Dalam hal ini media sosial tidak hanya digunakan untuk membangun jejaring pertemanan dan berkomunikasi, tetapi juga untuk melakukan transaksi keuangan. Metode ini hanya dapat digunakan apabila media sosial menyediakan layanan transfer dana atau transfer nilai yang dapat diuangkan. Platform seperti ini dinamakan “*social-financial companies*”.⁴⁶

Penggunaan media sosial oleh pelaku pendanaan terorisme sering terabaikan. Perhatian publik terhadap penggunaan media sosial seringkali hanya terfokus pada masalah radikalisasi dan rekrutmen. Pelaku pendanaan terorisme melalui media sosial tidak mengajak simpatisan untuk mengangkat senjata, melainkan mempromosikan kegiatan jihad keuangan (*financial jihad*) dengan cara mengajak simpatisan untuk memberikan sumbangan dana untuk membiayai kegiatan terorisme. Berikut beberapa kasus-kasus pendanaan terorisme dengan menggunakan media sosial.

1. Hajjaj Fahd al-Ajmi⁴⁷

Hajjaj Fahd al-Ajmi merupakan seorang pelaku pendanaan terorisme untuk Al-Qaeda. Pada tahun 2012, Hajjaj Fahd al-Ajmi membentuk sebuah organisasi penggalangan dana yang dinamakan “Popular Commission in Support of the Suriahn Revolution”. Komisi ini menggalang dana dengan menggunakan akun Twitter milik Hajjaj Fahd al-Ajmi. Selama setahun beroperasi, komisi ini berhasil mengumpulkan dana mencapai ratusan ribu dollar. Dana yang dikumpulkan digunakan untuk membeli senjata dan amunisi untuk mendukung kelompok separatis Suriah. Pertengahan tahun 2013, Hajjaj Fahd al-Ajmi membentuk “Mobilization of the People of Qatar Campaign for the Levant” untuk menggalang dana bagi para pejuang di Suriah. Penggalangan dana ini juga dilakukan dengan menggunakan akun Twitter miliknya. Melalui akun Twitter, Hajjaj Fahd al-Ajmi, meminta donasi dari pengikut

⁴⁶ ACAMS, *Disrupting Terrorist Financing on Social Network and Video Game Platforms*, hlm. 1.

⁴⁷ The Camstoll Group, *Use of Social Media by Terrorist Fundraisers and Financiers*, 2006, hlm. 6.

akunnya dan juga membagikan video yang berisi ucapan terimakasih dari para pejuang Suriah atas donasi yang telah disampaikan melalui Hajjaj Fahd al-Ajmi.

Gambar 12

Poster kampanye Popular Commission to Save the Suriahn People



Pada tahun 2014, akun Twitter milik Hajjaj Fahd al-Ajmi diblokir setelah namanya masuk ke dalam Al-Qaida Sactions List. Meskipun demikian selang beberapa jam kemudian, Hajjaj Fahd al-Ajmi berhasil membuat akun baru dengan nama dan gambar dirinya.

2. Abd al-Rahman Khalaf al-Anizi⁴⁸

Abd al-Rahman Khalaf al-Anizi merupakan pelaku pendanaan terorisme untuk ISIS. Abd al-Rahman Khalaf al-Anizi menerima dana dari kampanye penggalangan dana di media sosial yang dilakukannya yaitu Al-Khair Fundraising Campaign. Dari kegiatan penggalangan dana tersebut, Abd al-Rahman Khalaf al-Anizi telah menerima lebih dari 50.000 euro untuk mendanai kegiatan ISIS. Penggalangan dana tersebut dilakukan dengan menggunakan dalih bantuan untuk pengungsi (bantuan kemanusiaan).

Gambar 13

Akun Twitter "Al-Khair Campaign for Al-Sham"



⁴⁸ The Camstoll Group, Use of Social Media by Terrorist Fundraisers and Financiers, 2006, hlm 8.

3. Al Rahma Walfare Organization⁴⁹

Al Rahma Walfare Organization terlibat dalam pendanaan terorisme untuk Al-Qaida, Taliban dan Lashkar-e-Taibah. Organisasi yang berbasis di Pakistan ini menggunakan media sosial dalam melakukan penggalangan dana. Melalui akun Facebook dan Twitter, organisasi ini menyampaikan petunjuk mengirimkan donasi ke rekening bank milik organisasi yang ada di Pakistan dan juga di Inggris.

Gambar 14
Akun Facebook RWO untuk Menggalang Donasi



4. Khalifa al-Subaiy⁵⁰

Khalifa al-Subaiy merupakan pelaku pendanaan terorisme untuk Al-Qaida. Khalifa al-Subaiy aktif menggunakan media sosialnya, baik Twitter, Facebook dan Instagram, untuk berkomunikasi dengan pengikutnya dan meminta donasi untuk membiayai kegiatan mereka. Pada tahun 2013, Khalifa al-Subaiy berhasil mengumpulkan donasi untuk para pejuang Suriah. Khalifa al-Subaiy juga terlihat dalam sebuah video penggalangan dana yang diunggah melalui YouTube dan dibagikan melalui Twitter dan Facebook.

Gambar 15
Akun Facebook Khalifa al-Subaiy



⁴⁹ The Camstoll Group, Use of Social Media by Terrorist Fundraisers and Financiers, 2006. hlm. 9.

⁵⁰ The Camstoll Group, Use of Social Media by Terrorist Fundraisers and Financiers, 2006, hlm. 9.

5. Omar Husain⁵¹

Pada bulan Desember tahun 2015, Omar Hussain seorang militan ISIS, membagikan sebuah pesan lewat akun Telegramnya untuk meminta donasi dalam rangka membantuk tentara ISIS menghadapi musim dingin. Dalam postingannya tersebut Omar Hussain menulis: “Sebagaimana kita tahu bahwa musim dingin akan datang dan situasi akan sangat berat di Suriah. Kami hanya memiliki 3 buah selimut dan belum cukup untuk anggota yang lain. Jika ada yang mau membantu menyumbangkan uang, mohon hubungi saya melalui Telegram @Repunzel dan saya akan mengatur agar uang tersebut dapat sampai dengan aman di Suriah. Postingan Omar Hussain untuk meminta donasi ini bukanlah yang pertama. Sebulan sebelumnya, melalui akun Tumblr-nya, Hussain meminta sumbangan dana untuk membeli perlengkapan militer dan untuk mendanai berbagai proyek seperti pembuatan drone.

Gambar 16

Akun Facebook Abu Sa’eed Al-Britani yang Digunakan oleh Omar Husain



6. Al Sadaqah⁵²

Al Sadaqah menyatakan dirinya sebagai organisasi kemanusiaan. Al Sadaqah melakukan kampanye penggalangan dana secara publik melalui sosial media Twitter dan Telegram untuk membiayai kegiatan para pejuang teroris di Suriah. Melalui akun media sosialnya, Al Sadaqah meminta simpatisan untuk melakukan sumbangan dana menggunakan mata uang virtual (misalnya: Bitcoin dan Monero) agar tetap aman dan tidak terdeteksi.

⁵¹ MEMRI Research Documents Jihadi Use of Telegram, <https://www.memri.org/reports/encryption-technology-embraced-isis-al-qaeda-other-jihadis-part-v-%E2%80%9393-september-2015-0> (diakses pada tanggal 20 November 2018).

⁵² Policy Departement for Citizens' Rights and Constitutional Affairs, Virtual Currencies and Terrorist Financing: Assessing the Risks and Evaluating Responses, 2018, hlm. 34.

Gambar 17

Akun Twitter Al Sadaqah: Menggalan Donasi Dalam Bentuk Uang Virtual



Source: Twitter

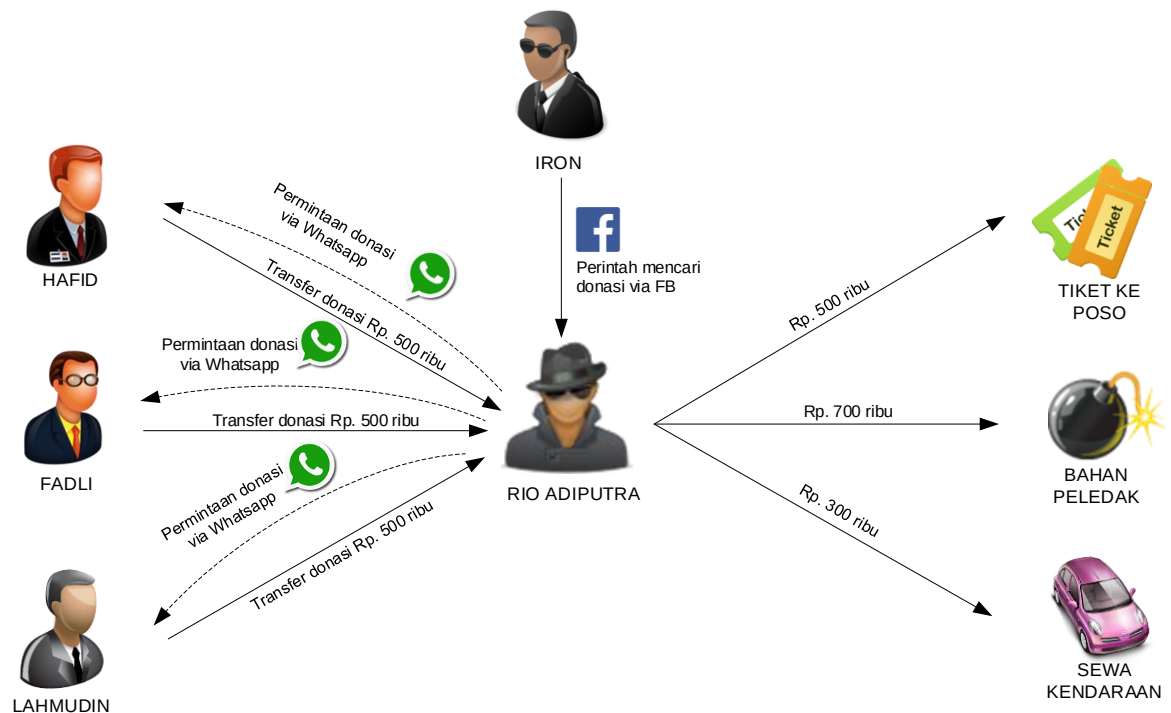
Contoh lainnya, pada tahun 2014, Sheik “Abdalllah Al-Muhaisni”, seorang pemuka agama yang bergabung dengan mujahidin di Suriah membuat akun Twitter untuk penggalangan dana (@Jahd_bmalk) untuk membeli amunisi. Melalui akun tersebut, dibuat kampanye berjudul “Participate in Jihad with Your Money”. Berdasarkan informasi dari tweet dari akun tersebut, lebih dari Riyal 26.000 telah terkumpul, termasuk foto donasi dalam bentuk logam mulia dan mobil mewah serta foto-foto senjata yang dibeli dari donasi tersebut.

7. Rio Adiputra

Kasus ini berdasarkan Putusan Pengadilan No: 776/Pid.Sus/2015/PN.Jkt.Tim atas nama Terdakwa Rio Adiputra alias Rio alias Abu Ridho alias Wewe bin Yamin. Terdakwa terbukti menggunakan media sosial untuk mengumpulkan dana yang akan digunakan dalam kegiatan terorisme. Awalnya terdakwa berkenalan dengan Iron melalui Facebook, dimana Terdakwa menggunakan akunnya sendiri “Sang Singa” dan Iron dengan akunnya “Rido Alburini”. Iron meminta Terdakwa mencari orang yang mau membantu menyumbang dana untuk para umahat yang ditinggalkan oleh suaminya. Terdakwa kemudian menghubungi beberapa orang melalui Whatsapp untuk meminta infaq guna disalurkan kepada para umahat. Dari pengumpulan dana tersebut, Terdakwa menerima total Rp. 1,5 juta masing-masing Rp. 500 ribu diterima dari Hafid, Fadli dan Lahmudin.

Gambar 18

Penggalangan Dana Terorisme Melalui Media Sosial oleh Rio Adiputra



Dana yang dikumpulkan tersebut digunakan untuk membeli tiket keberangkatan anggota ke Poso sebesar Rp. 500 ribu, pembelian bahan peledak sebesar Rp. 700 ribu dan biaya sewa kendaraan sebesar Rp. 300 ribu. Meskipun dalam kasus ini terdapat unsur pendanaan, akan tetapi dakwaan tidak mencantumkan ketentuan UU No. 9 Tahun 2013 tentang Pencegahan dan Pemberantasan Tindak Pidana Pendanaan Terorisme.

Transaksi keuangan yang terkait dengan penggalangan dana terorisme di media sosial tidak mudah untuk diidentifikasi sama seperti sulitnya mendeteksi transaksi keuangan terorisme pada umumnya. Hal ini karena pendanaan terorisme pada umumnya melibatkan dana dalam jumlah kecil sehingga sangat sulit teridentifikasi. Untuk penggalangan dana terorisme di media sosial, para pelaku juga kemungkinan besar tidak akan menyebutkan hal-hal yang terkait dengan media sosial di dalam berita transaksi. Dengan demikian, mengidentifikasi transaksi keuangan mencurigakan yang terkait dengan penggalangan dana terorisme di media sosial bukanlah hal yang mudah.

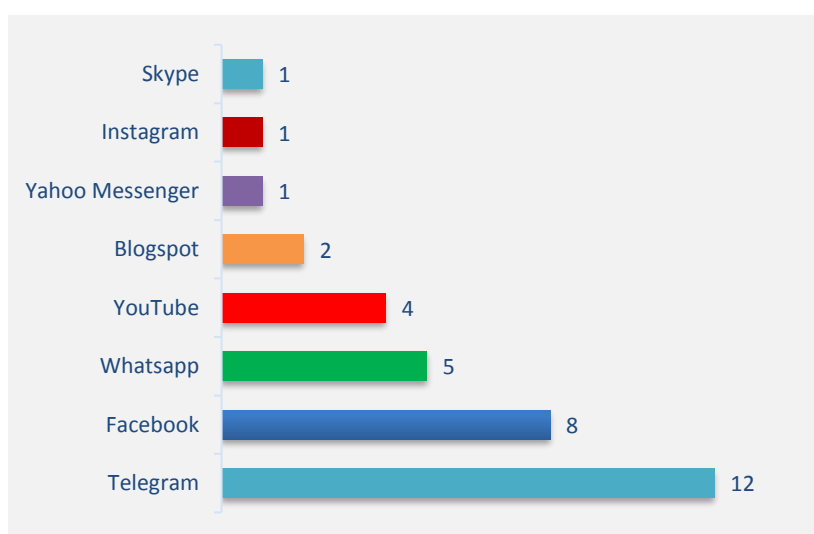
Sebagai gambaran dari total 1632 Laporan Transaksi Keuangan Mencurigakan (LTKM) terkait dengan terorisme yang diterima oleh PPATK dari tahun 2015-2017, tidak terdapat LTKM yang alasan pelaporannya dikarenakan keterkaitan dengan penggalangan dana terorisme melalui media sosial. Begitu juga dengan Hasil Analisis (HA) terkait dengan terorisme selama tahun 2015-2017 yang berjumlah total 55 dimana tidak terdapat HA yang memuat keterkaitan dengan media sosial. Hal ini mungkin saja karena dalam proses penelusuran aliran dana adanya penggalangan

dana melalui media sosial tidak menjadi fokus karena transaksi keuangan tidak terjadi di platform media sosial melainkan melalui lembaga penyedia jasa keuangan.

Ditinjau dari putusan pengadilan terkait dengan kasus terorisme selama tahun 2015-2017 terdapat 16 putusan yang terkait dengan penggunaan media sosial. Tidak hanya dalam putusan tindak pidana pendanaan terorisme tetapi dalam putusan tindak pidana terorisme juga teridentifikasi adanya penggunaan media sosial. Penggunaan media sosial dalam putusan-putusan tersebut berbeda-beda, misalnya sebagai sarana komunikasi, rekrutmen, propaganda atau untuk menggalang dana atau donasi dari simpatisan. Di dalam satu putusan bisa terdapat lebih dari satu jenis penggunaan media sosial.

Gambar 19

Keterkaitan Media Sosial dalam Putusan Pengadilan pada Kasus Terorisme/Pendanaan Terorisme

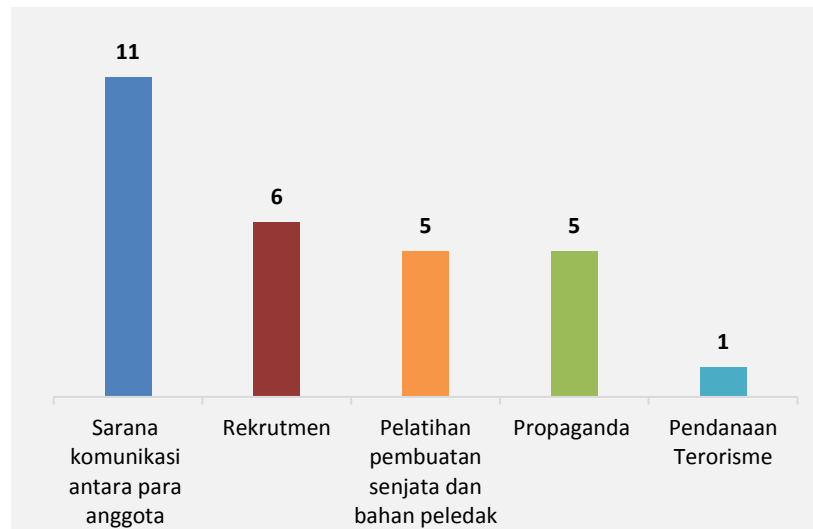


Dari grafik di atas terlihat dari total 16 putusan pengadilan dalam kasus terorisme terdapat 8 (delapan) jenis media sosial yang teridentifikasi, yaitu: Telegram, Facebook, Whatsapp, YouTube, Blogspot, YahooMessenger, Instagram, dan Skype. Media sosial yang paling banyak terkait adalah Telegram, yaitu terdapat pada 12 putusan dari total 16 putusan. Kemudian diikuti oleh Facebook yang terdapat dalam 8 putusan dari 16 putusan, selanjutnya Whatsapp yang terdapat pada 5 putusan dari 16 putusan.

Adapun tujuan penggunaan media sosial dalam putusan pengadilan tersebut adalah sebagaimana grafik berikut.

Gambar 20

Tujuan Penggunaan Media Sosial Dalam Kasus Terorisme Berdasarkan Putusan Pengadilan



Dari grafik di atas, terlihat bahwa terdapat 5 (lima) tujuan penggunaan media sosial dalam kasus terorisme berdasarkan putusan pengadilan, yaitu: sarana komunikasi antara para anggota, rekrutmen, propaganda, dan pendanaan terorisme. Penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi antara para anggota adalah yang paling banyak terkait dengan putusan, yaitu sebanyak 11 putusan dari 16 putusan. Selanjutnya, rekrutmen merupakan tujuan penggunaan media sosial terbanyak kedua, dimana terdapat dalam 6 putusan dari 16 putusan. Sedangkan penggunaan media sosial untuk tujuan pendanaan terorisme hanya teridentifikasi pada 1 putusan. Putusan tersebut pun tidak berupa pemidanaan atas tindak pidana pendanaan terorisme karena memang tidak tercantum dakwaan pendanaan terorisme, melainkan diputus atas tindak pidana terorisme. Dengan adanya penggunaan media sosial untuk penggalangan dana terorisme seharusnya menjadi pertimbangan bagi aparat penegak hukum untuk menerapkan ketentuan tindak pidana pendanaan terorisme.

3.2 KERENTANAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PENDANAAN TERORISME

Penggunaan media sosial oleh teroris dan organisasi teroris perlu dimitigasi dengan baik untuk mencegah dan memberantas tersebarnya radikalisme di dunia maya. Mitigasi dapat dilakukan dengan terlebih dahulu memahami kerentanan (*vulnerability*) media sosial yang dapat dieksploitasi oleh teroris. Berdasarkan pedoman FATF dalam melakukan Penilaian Risiko Pencucian Uang dan Pendanaan Terorisme, kerentanan merupakan salah satu faktor pembentuk risiko. Kerentanan didefinisikan sebagai segala sesuatu yang dapat

dimanfaatkan oleh faktor ancaman (misalnya: pelaku kejahatan) atau hal-hal yang dapat memudahkan atau memfasilitasi aktivitas para pelaku kejahatan.⁵³ Untuk menilai kerentanan media sosial terhadap terorisme/pendanaan terorisme, kajian ini menggunakan beberapa faktor kerentanan yaitu: perizinan media sosial di Indonesia, pembuatan akun media sosial, pengendalian konten media sosial, fitur kerahasiaan dan keamanan media sosial, dan fitur layanan transaksi keuangan pada media sosial.

3.2.1 Perizinan Media Sosial di Indonesia

Media sosial merupakan salah satu bentuk dari Transaksi Elektronik sehingga pengaturannya tercakup di dalam UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Dalam ketentuan tersebut, media sosial tergolong dalam salah satu bentuk Sistem Elektronik, yaitu: serangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang berfungsi mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan, dan/atau menyebarkan Informasi Elektronik. Ketentuan mengenai Sistem Elektronik kemudian diatur lebih lanjut melalui PP No. 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Dalam Pasal 1 angka 4 PP tersebut menyatakan bahwa Penyelenggara Sistem Elektronik adalah setiap Orang, penyelenggara negara, Badan Usaha, dan masyarakat yang menyediakan, mengelola, dan/atau mengoperasikan Sistem Elektronik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama kepada Pengguna Sistem Elektronik untuk keperluan dirinya dan/atau keperluan pihak lain. Oleh karena itu, ditinjau dari sisi kelembagaan/organisasi, media sosial seperti Facebook, YouTube, Twitter, Telegram dan sebagainya disebut sebagai Penyelenggara Sistem Elektronik.

Berdasarkan ketentuan PP 82/2012, Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) dibagi menjadi 2 (dua) klasifikasi, yaitu: (i) PSE untuk Pelayanan Publik; dan (ii) PSE untuk non pelayanan publik. PSE untuk pelayanan publik meliputi:⁵⁴

- a. institusi penyelenggara negara yang terdiri dari lembaga negaradan/atau lembaga pemerintahan dan/atau Satuan Kerja Penyelenggara di lingkungannya;
- b. korporasi berupa Badan Usaha Milik Negara dan/atau Badan Usaha Milik Daerah dan/atau Satuan Kerja Penyelenggara di lingkungannya;
- c. lembaga independen yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang dan/atau Satuan Kerja Penyelenggara di lingkungannya; atau

⁵³ FATF, FATF Guidance: National Money Laundering and Terrorist Financing Risk Assessment, 2013, hlm. 7.

⁵⁴ Pasal 4 ayat (1) Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 36 Tahun 2014 tentang Tata Cara Pendaftaran Sistem Elektronik.

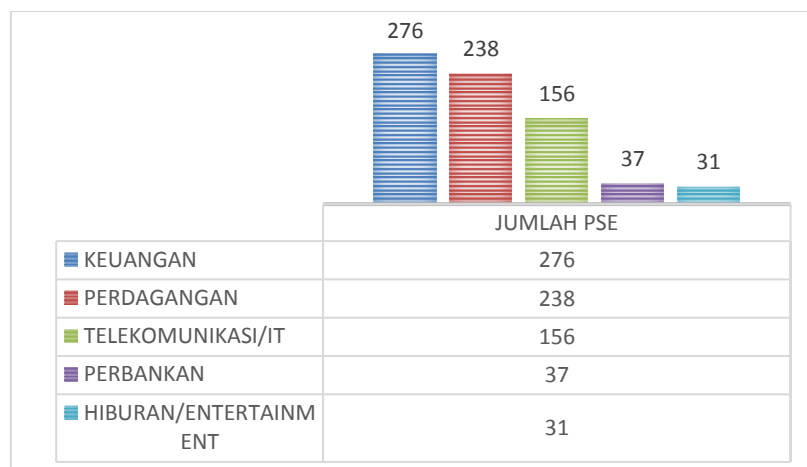
- d. badan hukum lain yang menyelenggarakan Pelayanan Publik dalam rangka pelaksanaan Misi Negara.

Dari klasifikasi tersebut di atas, media sosial termasuk di dalam klasifikasi PSE untuk nonpelayanan publik. Pengklasifikasikan media sosial sebagai PSE nonpelayanan publik memiliki konsekuensi yang berbeda terutama terkait dengan kewajiban pendaftaran. Sebagaimana tercantum dalam PP 82/2012 Pasal 5 ayat (1) dan (2), PSE untuk pelayanan publik wajib melakukan pendaftaran, sementara PSE untuk nonpelayanan publik dapat melakukan pendaftaran. Dengan demikian media sosial di Indonesia dapat menjalankan layanannya tanpa ada kewajiban pendaftaran ke Kemenkominfo.

PSE yang telah melakukan pendaftaran di Kemenkominfo dapat diakses di <https://pse.kominfo.go.id/pse-terdaftar>. Berdasarkan website tersebut, terdapat 943 PSE yang telah terdaftar dan 1090 Sistem Elektronik (1 PSE dapat mendaftarkan lebih dari 1 SE).⁵⁵ Dari PSE yang telah terdaftar tidak ditemukan platform media sosial yang telah mendaftar. PSE yang melakukan pendaftaran paling banyak adalah PSE dengan layanan SE keuangan, perdagangan, dan komunikasi, perbankan dan hiburan/entertainment dengan jumlah PSE sebagaimana ditunjukkan pada grafik pada selanjutnya.

Selain tidak diwajibkan untuk mendaftar di Kemenkominfo, PSE juga tidak wajib berbentuk badan hukum (mendaftar di Kementerian Hukum dan HAM). Tidak terdapat ketentuan kewajiban tersebut, baik dalam UU No. UU No. 19 Tahun 2016 maupun dalam PP No. 82 Tahun 2012. Dengan demikian, PSE yang berkedudukan di luar negeri tetap dapat menjalankan kegiatan layanannya tanpa harus mendirikan entitas baru di Indonesia. Berdasarkan data Sistem Administrasi Badan Hukum, media sosial yang sudah terdaftar sebagai badan hukum hanya Facebook Indonesia dan Google Indonesia.

Gambar 21
Penyelenggara Sistem Elektronik yang Telah Mendaftar di Kemenkominfo



⁵⁵ Website diakses pada tanggal 6 November 2018 pukul 17:00 WIB.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari narasumber dari Kemenkominfo, untuk berkomunikasi dengan penyelenggara media sosial, Kemenkominfo melakukan kontak dengan penghubung (*Person In Charge/PIC*) media sosial yang ada di Indonesia. Hal ini karena kebijakan dan keputusan tetap berada di kantor pusat masing-masing media sosial di luar negeri.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa media sosial dapat beroperasi di Indonesia tanpa ada syarat pendaftaran atau perizinan terlebih dahulu. Dengan tidak adanya syarat tersebut, maka tidak terdapat pula kewajiban-kewajiban awal yang harus dipenuhi oleh media sosial. Dalam hal ini pengendalian media sosial tidak dilakukan pada awal beroperasinya media sosial tetapi pada tahap selanjutnya ketika ditemukan konten atau fitur yang dianggap bertentangan dengan hukum di Indonesia. Dengan demikian seluruh jenis media sosial yang beroperasi di Indonesia memiliki tingkat kerentanan yang sama dalam konteks tidak adanya kewajiban pendaftaran dan perizinan media sosial.

3.2.2 Pembuatan Akun Media Sosial

Salah satu alasan pemanfaatan yang ekstensif terhadap media sosial oleh teroris dan organisasinya adalah karena proses pembuatan dan penghapusan akun media sosial yang sangat mudah. Apabila suatu akun dihapus oleh pihak yang berwenang, para pelaku akan dengan mudah membuat akun baru dalam jumlah yang banyak. Berikut uraian proses pembuatan dan penghapusan akun beberapa media sosial.

1. Facebook

Calon pengguna dapat membuat akun Facebook dengan cara mengunjungi halaman pendaftaran Facebook, memasukkan nomor ponsel atau email, membuat kata sandi, menentukan tanggal lahir dan jenis kelamin. Untuk menyelesaikan pembuatan akun, calon pengguna harus melakukan konfirmasi email atau nomor ponsel yang didaftarkan. Facebook membatasi usia pengguna yaitu paling tidak 13 tahun.

2. Instagram

Calon pengguna dapat membuat akun Instagram dengan mendaftarkan email atau nomor telepon. Calon pengguna akan melengkapi nama pengguna dan kata sandi. Untuk mengaktifkan akun, calon pengguna perlu melakukan konfirmasi melalui email atau nomor telepon yang telah didaftarkan.

3. Twitter

Calon pengguna dapat membuat akun Twitter dengan mendaftarkan nama pengguna dan alamat email atau nomor telepon yang akan digunakan sebagai sarana konfirmasi.

4. YouTube

Untuk menikmati konten YouTube, seseorang tidak wajib untuk memiliki akun YouTube, melainkan cukup mengunjungi situs YouTube dan memutar video yang diinginkan. Akan tetapi untuk dapat membuat konten YouTube, pengguna perlu mendaftarkan akun terlebih dahulu. Untuk membuat akun, YouTube mewajibkan penggunaan nomor telepon untuk kemudian digunakan sebagai sarana konfirmasi.

5. Whatsapp Messenger

Untuk membuat akun whatsapp, calon pengguna akan diminta nomor telepon untuk kemudian dikirimkan kode tertentu sebagai kode verifikasi. Selanjutnya pengguna dapat mengunggah foto profilnya dan mulai menggunakan fitur percakapan.

6. Telegram Messenger

Serupa dengan whatsapp messenger, untuk membuat akun Telegram, calon pengguna akan diminta nomor telepon untuk kemudian dikirimkan kode tertentu sebagai kode verifikasi. Selanjutnya pengguna dapat mengunggah foto profilnya dan mulai menggunakan fitur percakapan.

7. Blogger

Untuk membuat akun blogger, calon pengguna hanya perlu mendaftarkan akun email google yang sudah dimiliki dan menulis nama blog yang akan digunakan. Apabila belum memiliki email google, maka pengguna akan diminta untuk membuat akun yang baru. Setelah itu, pengguna sudah bisa membagikan konten pada blogger.

Dari uraian di atas, terlihat bahwa pembuatan akun media sosial sangat mudah dan sederhana tanpa perlu adanya verifikasi identitas asli pengguna layanan. Setiap akun dapat dibuat hanya dalam waktu beberapa menit saja. Media sosial-media sosial di atas menggunakan syarat pencantuman nomor telepon seluler atau alamat email sebagai konfirmasi pada saat pembuatan akun. Pencatuman nomor telepon seluler sebagai sarana konfirmasi dapat dianggap sebagai verifikasi secara tidak langsung karena pada saat ini nomor telepon selular sudah terhubung dengan sistem administrasi kependudukan. Demikian pula halnya dengan penggunaan alamat email sebagai sarana konfirmasi karena pada saat pembuatan email pengguna diminta mencantumkan nomor telepon seluler untuk konfirmasi. Meskipun demikian, nomor telepon seluler yang digunakan oleh seseorang bisa saja merupakan nomor yang didaftarkan atas nama pihak lain tetapi digunakan oleh orang tersebut. Dalam hal ini, antara identitas pembuat akun media sosial dengan data kependudukan tidak sama. Oleh karena itu, nomor telepon selular menjadi titik paling krusial dalam proses identifikasi pengguna media sosial.

Kemudahan pembuatan akun media sosial memang penting untuk kenyamanan pengguna. Akan tetapi, kemudahan pembuatan akun media sosial ini juga memiliki implikasi negatif yang dimanfaatkan oleh teroris dan organisasi teroris. Para pelaku terorisme dapat dengan mudah

membuat akun media sosial baru setelah akunnya diblokir, bahkan dengan nama dan foto yang identik dengan akun sebelumnya. Selain itu, para pelaku dapat memanfaatkan platform media sosial lainnya apabila akunnya diblokir di salah satu media sosial. Oleh karena itu, dibutuhkan kerjasama di antara penyelenggara media sosial untuk saling bertukar informasi mengenai pemblokiran suatu akun yang terkait dengan terorisme sehingga dapat menutup celah pembukaan akun baru pada media sosial lainnya.

3.2.3 Pengendalian Konten Media Sosial

Pengendalian konten media sosial bertujuan untuk menjaga konten internet agar tetap positif, sesuai dengan nilai-nilai moral dan tidak bertentangan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Pengendalian konten media sosial dapat dilihat dari 2 (dua) sisi, yaitu pengendalian yang dilakukan oleh penyelenggara media sosial dan pengendalian yang dilakukan oleh pemerintah.

1. Pengendalian Konten oleh Penyelenggara Media Sosial

Pengendalian konten oleh penyelenggara media sosial dapat dilakukan melalui 2 (dua) tahap, yaitu pada saat pengguna akan mendaftar/membuat akun media sosial (Pra Pembuatan Akun) dan pada saat setelah pengguna menggunakan akun media sosial (Pasca Pembuatan Akun).

a. Pengendalian Pra Pembuatan Akun

Pengendalian Pra Pembuatan Akun dilakukan oleh media sosial dengan pembuatan Syarat dan Ketentuan (*Terms and Condition*). Syarat dan ketentuan memuat ketentuan dasar penggunaan layanan media sosial, misalnya batasan umur pengguna serta pengaturan konten yang dapat diperbolehkan dan yang dilarang. Beberapa media sosial memuat pelarangan konten yang bersifat radikal atau terkait dengan terorisme. Pemahaman calon pengguna terhadap syarat dan ketentuan pada umumnya menjadi prasyarat untuk pembuatan akun media sosial dimana terdapat tanda checklist menyatakan bahwa calon pengguna telah membaca syarat dan ketentuan yang ditentukan oleh media sosial. Berikut uraian syarat dan ketentuan beberapa media sosial:

1) Facebook

Syarat dan Ketentuan penggunaan layanan Facebook salah satunya berisi tentang pelarangan membuat dan membagikan konten-konten terkait tindak kekerasan, pelarangan penggunaan layanan oleh individu dan organisasi berbahaya, serta pelarangan konten berisi ujaran kebencian.

Terkait dengan pelarangan konten yang berhubungan dengan kekerasan, Facebook melarang pengguna untuk membuat dan menyampaikan hal-hal berikut:

- Pernyataan untuk melakukan kekerasan terhadap seseorang atau sekelompok orang atau suatu tempat.
- Konten yang menunjukkan penyiksaan, pemotongan bagian tubuh, dan konten sadis lainnya.
- Instruksi tentang cara membuat atau menggunakan senjata dan bahan peledak jika tujuannya adalah untuk melakukan kekerasan atau untuk membunuh orang.
- Informasi palsu yang berpotensi menimbulkan kekerasan atau membahayakan fisik.

Terkait dengan pelarangan penggunaan layanan oleh individu dan organisasi berbahaya, Facebook tidak mengizinkan pihak-pihak berikut untuk menggunakan layanannya (misalnya memiliki Akun, Halaman, Grup):

- Organisasi teroris. Organisasi teroris didefinisikan sebagai organisasi non-pemerintah yang melakukan tindakan kekerasan berencana terhadap orang atau barang untuk mengintimidasi masyarakat sipil, pemerintah, atau organisasi internasional untuk mencapai tujuan politik, agama, atau ideologis.
- Anggota organisasi teroris atau orang yang melakukan tindakan terorisme.
- Organisasi kebencian dan pemimpin serta anggota utamanya. Organisasi kebencian didefinisikan sebagai asosiasi yang terdiri dari tiga atau beberapa orang yang terorganisir di bawah sebuah nama, tanda, atau simbol dan yang memiliki ideologi, pernyataan, atau tindakan fisik yang menyerang orang berdasarkan karakteristik tertentu, termasuk ras, keyakinan agama, kewarganegaraan, suku, gender, jenis kelamin, orientasi seksual, penyakit berat, atau disabilitas.
- Pelaku pembunuhan massal dan berantai.
- Kelompok perdagangan manusia dan pemimpinnya.
- Organisasi kriminal lainnya.

Terkait dengan pelarangan konten ujaran kebencian, Facebook melarang setiap pengguna menyampaikan konten yang menyerang seseorang berdasarkan ras, etnis, kewarganegaraan, agama, orientasi seksual, jenis kelamin, atau identitas gender, dan disabilitas maupun penyakit berat.

2) Instagram

Pada bagian Syarat dan Ketentuan penggunaan, Instagram melarang pengguna menggunakan instagram untuk melakukan pelanggaran hukum, perbuatan yang menyesatkan, menipu, maupun perbuatan untuk tujuan ilegal dan dilarang. Instagram memuat pernyataan bahwa Instagram bukan tempat untuk mendukung atau

mengagungkan terorisme, kejahatan terorganisir, atau grup penyebar kebencian. Selain itu Instagram melarang platformnya digunakan untuk menawarkan layanan seksual, jual beli senjata api dan jual beli obat-obatan terlarang.

3) Twitter

Pada bagian “Twitter Rules”, Twitter memuat tentang larangan pembuatan dan penyampaian konten kekerasan dan serangan fisik, termasuk dan tidak terbatas pada kegiatan terorisme atau mendukung aksi terorisme. Hal tersebut tidak hanya berlaku bagi mereka yang terafiliasi, tetapi juga berlaku pada siapa saja meskipun tidak terafiliasi dengan teroris atau organisasi teroris. Twitter juga melarang konten bunuh diri atau penyiksaan diri sendiri dengan tujuan apapun. Selain itu, Twitter juga melarang adanya serangan atau ujaran kebencian kepada orang lain berdasarkan ras, etnis, kewarganegaraan, orientasi seksual, gender, agama, usia, disabilitas dan penyakit berat.

4) YouTube

Pada bagian Syarat dan Ketentuan, YouTube memuat pernyataan khusus terkait dengan ujaran kebencian, kebijakan tentang senjata dan terorisme. YouTube menyatakan bahwa pengguna dilarang untuk menyampaikan ujaran kebencian berdasarkan ras, etnis, agama, disabilitas, gender, usia dan orientasi seksual. Terkait dengan senjata, YouTube menyatakan larangan untuk menjual, menyediakan instruksi pembuatan dan penggunaan senjata untuk tujuan ilegal. Sedangkan terkait dengan terorisme, YouTube tidak mengizinkan organisasi teroris untuk menggunakan YouTube dengan tujuan apapun, termasuk untuk rekrutmen. YouTube juga melarang adanya konten terkait dengan terorisme, seperti konten yang mempromosikan aksi terorisme, pernyataan kekerasan serta pengagungan serangan-serangan terorisme.

5) Whatsapp Messenger

Pada bagian Syarat dan Ketentuan, Whatsapp tidak secara langsung mengaitkan pelanggaran konten terkait dengan terorisme. Akan tetapi, Whatsapp menyatakan bahwa pengguna dilarang menggunakan layanan Whatsaap untuk perbuatan-perbuatan ilegal, cabul, fitnah, ancaman, intimidasi, pelecehan, ujaran kebencian secara ras atau etnis, atau menghasut atau mendorong perbuatan ilegal, tidak pantas, termasuk mempromosikan kekerasan.

6) Telegram Messenger

Syarat dan Ketentuan Telegram dibuat dalam bentuk yang sangat singkat. Pada halaman pembuatan akun, Telegram menyatakan bahwa pengguna dilarang untuk:

- Menggunakan layanan Telegram untuk menipu atau mengelabui.

- Menyampaikan konten kekerasan pada channels, bots, dan lain-lain.
- Menyampaikan konten pornografi pada channels, bots, dan lain-lain.

Telegram tidak secara langsung langsung mengaitkan pelarangan konten terkait dengan terorisme.

7) Blogger

Dalam Syarat dan Ketentuan Konten, Blogger memberikan batasan konten yang dapat dibuat dan dibagikan dalam blog. Blogger melarang konten dewasa, konten kasar, kekerasan, konten terorisme, pelecehan dan ancaman, penipuan, dan aktivitas ilegal lainnya.

Dari uraian di atas, terlihat bahwa media sosial-media sosial memiliki ketentuan penggunaan layanan yang melarang adanya konten atau aktivitas yang melanggar hukum di layanan mereka. Bahkan beberapa media sosial mencantumkan khusus tentang ketentuan larangan konten terkait dengan kekerasan dan terorisme. Meskipun demikian, larangan-larangan yang tercantum dalam ketentuan penggunaan layanan media sosial hanya bersifat pedoman saja sehingga dibutuhkan kepatuhan dari pengguna layanan terhadap ketentuan tersebut.

b. Pengendalian Pasca Pembuatan Akun

Pengendalian pasca pembuatan akun dilakukan oleh media sosial dengan cara memantau konten-konten yang dibagikan oleh para pengguna untuk mendeteksi konten negatif, termasuk konten yang terkait dengan kekerasan dan terorisme. Pengendalian dapat dilakukan secara mandiri oleh media sosial dengan menggunakan mekanisme deteksi internal (misalnya penggunaan mesin *crawling*) atau dilakukan dengan cara menerima laporan dari pengguna lain terhadap konten tertentu. Untuk mekanisme deteksi internal, penyelenggara media sosial dapat memanfaatkan UN Sanction List yang berisi nama-nama pihak yang terkait dengan terorisme. Media sosial dapat melakukan pencocokan (*matching*) nama yang identik dalam UN Sanction List dengan nama akun pada platform mereka. Proses ini dapat menjadi langkah awal untuk melakukan analisis lebih lanjut terhadap akun-akun tersebut. Hal ini karena mendeteksi pelaku terorisme tanpa adanya trigger apapun termasuk cukup sulit dilakukan. Scott Atran, seorang profesor Oxford University, pernah mengatakan bahwa *"The single best predictor of whether someone gets involved in a terror organization is if their friends or peers are also involved"*. Dengan demikian melakukan profiling terhadap akun-akun media sosial yang identik dengan nama yang tercantum di dalam UN Sanction List dapat menjadi pembuka jalan untuk mengidentifikasi keterlibatan pihak-pihak lain dalam jaringan terorisme.

1) Facebook

Pengguna Facebook dapat melaporkan konten negatif kepada Facebook dengan cara menggunakan tautan “Laporkan” di dekat postingan, foto atau komentar. Begitu juga halnya dalam melaporkan akun yang dinilai melanggar ketentuan, pengguna membuka profil akun tersebut dan pada foto sampul akun tersebut pengguna dapat mengklik tautan “Laporkan”.

2) Instagram

Sama dengan Facebook, pengguna Instagram juga dapat melaporkan konten dan akun yang melanggar ketentuan kepada Instagram. Pengguna dapat menggunakan tautan “Laporkan” baik pada konten kiriman, maupun pada akun pengguna instagram tersebut.

3) Twitter

Pengguna Twitter dapat melaporkan akun dan konten negatif kepada Twitter. Untuk melaporkan akun, pengguna dapat melakukannya dengan cara masuk ke profil akun tersebut kemudian mengklik tautan “Laporkan”. Sementara untuk melaporkan konten atau *tweet* tertentu, pengguna membuka konten tersebut dan kemudian mengklik tautan “Laporkan”.

4) YouTube

Pengguna YouTube dapat melaporkan hal-hal yang negatif atau melanggar ketentuan kepada YouTube, baik berupa video, *thumbnail*, komentar, perpesanan langsung (*live chat message*), atau channel. Untuk setiap konten tersebut, pengguna dapat menggunakan tautan “Laporkan”. Selain itu, pengguna juga dapat membuat laporan khusus melalui “File an abuse report” dalam hal pengguna ingin melaporkan sejumlah video, komentar atau keseluruhan akun tertentu.

5) Whatsapp Messenger

Pada whatsapp messenger pengguna dapat melaporkan konten negatif kepada Whatsapp melalui menu “Contact Us”. Hal ini berbeda dengan platform media sosial lainnya, whatsapp messenger tidak memiliki tautan Laporkan atas suatu konten atau akun tertentu. Hal ini karena pengguna whatsapp memiliki pilihan untuk memblokir pengguna yang tidak diinginkan.

6) Telegram Messenger

Seperti halnya Whatsapp messenger, pengguna telegram messenger tidak memiliki tautan khusus berupa “Laporkan” seperti halnya media sosial lainnya. Apabila pengguna menemukan konten yang dianggap ilegal, pengguna dapat melaporkannya kepada Telegram dengan cara menghubungi pihak Telegram melalui abuse@telegram.org. Meskipun demikian, Telegram menyatakan bahwa isi

percakapan dan grup bersifat rahasia antara para penggunanya sehingga Telegram tidak dapat melakukan apa pun terhadap hal tersebut.

7) Blogger

Untuk melaporkan blog yang memuat konten yang melanggar ketentuan kebijakan Blogger, pengguna dapat menggunakan tautan “Laporkan Penyalahgunaan” yang ada di atas masing-masing blog di menu tarik turun “Lainnya”. Jika pemilik blog menyembunyikan link tersembunyi ini, pengguna dapat melaporkan penyalahgunaan melalui Pusat Bantuan Blogger.

Dari uraian di atas terlihat bahwa terdapat perbedaan mekanisme pelaporan akun atau konten negatif pada media sosial yang berbentuk *content-sharing* (berbagi konten) dengan yang berbentuk *messenger* (perpesanan). Pada media sosial yang berbentuk *content-sharing* pelaporan akun atau konten negatif dapat dilakukan secara langsung melalui tombol “Laporkan” (*Report*) yang ada di setiap akun dan setiap konten yang dibagikan. Sedangkan pada media sosial yang berbentuk *messenger*, pelaporan akun atau konten negatif hanya dapat dilakukan melalui mekanisme “Hubungi Kami” (*Contact Us*), seperti menyampaikan laporan melalui email.

2. Pengendalian Konten oleh Pemerintah

Untuk menjaga kepentingan publik, Pemerintah memiliki wewenang untuk mengatur dan mengawasi informasi transaksi elektronik. Sebagaimana tercantum dalam Pasal 40 ayat (2) UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik: “Pemerintah melindungi kepentingan umum dari segala jenis gangguan sebagai akibat penyalahgunaan Informasi Elektronik dan Transaksi Elektronik yang mengganggu ketertiban umum, sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-Undangan”. Pemerintah wajib melakukan pencegahan penyebaran dan penggunaan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang dilarang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Saat ini, Kemenkominfo mengklasifikasi konten negatif menjadi 3 (tiga) jenis, yaitu sebagai berikut:

- a. Informasi/Dokumen Elektronik yang melanggar Peraturan Perundang-undangan
 1. Pornografi/pornografi anak.
 2. Perjudian
 3. Pemerasan
 4. Penipuan
 5. Kekerasan/kekerasan anak
 6. Fitnah/pencemaran nama baik
 7. Pelanggaran kekayaan intelektual

8. Produk dengan aturan khusus
 9. Provokasi SARA
 10. Berita bohong
 11. Terorisme/radikalisasi
 12. Informasi/Dokumen Elektronik Melanggar UU Lainnya.
- b. Informasi/Dokumen Elektronik yang melanggar Peraturan Perundang-undangan
 1. Informasi/Dokumen Elektronik yang meresahkan masyarakat (berita yang menakutkan, dan lain-lain).
 2. Informasi/Dokumen Elektronik yang tidak sesuai dengan nilai-nilai kepantasan untuk ditampilkan di muka umum (*disturbing picture*, LGBT, dan lain-lain).
 - c. Informasi/Dokumen Elektronik tertentu yang membuat dapat diaksesnya konten negatif yang terblokir (web proxy, open proxy, open browser, dan lain-lain).

Berdasarkan klasifikasi di atas, konten yang terkait dengan terorisme/radikalisme termasuk dalam konten negatif karena melanggar peraturan perundang-undangan. Untuk menangani konten negatif di internet, Pemerintah mengeluarkan Peraturan Menteri Kominfo No. 19 Tahun 2014 tentang Penanganan Situs Internet Bermuatan Negatif. Selain itu, Pemerintah juga mengeluarkan Keputusan Menteri Kominfo No. 290 Tahun 2015 tentang Pembentukan Forum Penanganan Situs Internet Bermuatan Negatif. Forum ini terdiri atas 4 (empat) panel, yaitu:

1. Panel Pornografi, Kekerasan Terhadap Anak, dan Keamanan Internet.
2. Panel Terorisme, SARA, dan Kebencian.
3. Panel Investigasi Ilegal, Penipuan, Perjudian, Obat dan Makanan, dan Narkoba.
4. Panel Hak Kekayaan Intelektual.

Untuk menemukan dan melacak konten negatif di internet, Kemenkominfo menggunakan 2 (dua) cara, yaitu sebagai berikut:

1. Penerimaan Laporan

Untuk mengendalikan konten negatif di internet, Kemenkominfo menerima laporan dari masyarakat. Masyarakat yang menemukan konten negatif dapat melaporkannya melalui situs aduankonten.id. Situs ini merupakan fasilitas pengaduan konten negatif baik berupa situs/website, URL, akun media sosial, aplikasi mobile, dan *software* yang memenuhi kriteria sebagai Informasi dan/atau Dokumen Elektronik bermuatan negatif sesuai peraturan perundang-undangan. Setiap orang berhak untuk menyampaikan pengaduan konten negatif dengan cara mendaftarkan diri, mengunggah tautan (*link*) serta *screenshots* situs atau konten yang dilaporkan disertai alasan, dan memantau proses penanganan yang dilakukan oleh Tim Aduan Konten.

Selain dari laporan masyarakat, Kemenkominfo juga menerima laporan dari kementerian/lembaga, dan lembaga penegak hukum atau lembaga peradilan, misalnya dari Kepolisian, BIN, Kemenkopolhukam, TNI dan lain-lain. Untuk konten terkait terorisme dan radikalisme, Kemenkominfo mendapatkan permintaan terutama dari BNPT dan Densus 88.

Tabel 6
Data Pengaduan Masyarakat Atas Konten Negatif Tahun 2017

NO	KATEGORI	TOTAL	%
1	Pornografi	19.778	34%
2	SARA	16.742	29%
3	Fitnah	7.795	13%
4	Perjudian	7.246	13%
5	Penipuan	2.950	5%
6	Konten yang Merasahkan	1.691	3%
7	Terorisme/Radikalisme	1.586	3%
8	Kategori lain	2.347	4%
TOTAL		57.788	100%

2. Pencarian oleh Cyber Drone 9

Cyber Drone 9 (CD9) adalah nama ruangan di Kemenkominfo yang berisi mesin-mesin pengais konten negatif. CD9 memanfaatkan mesin khusus bernama "Ais" yang berguna untuk membantu tim CD9 menemukan situs dan akun penyebar konten pornografi, perjudian online, penipuan online, radikalisme, dan sebagainya. Dengan memasukkan kata kunci tertentu, Ais hanya membutuhkan waktu sekitar 5 hingga 10 menit untuk menemukan situs dan akun media sosial penyebar konten negatif. Melalui mesin ini, potensi viralnya konten negatif juga bisa diidentifikasi. Hasil temuan mesin Ais akan diverifikasi ulang oleh tim verifikator. Bukti konten negatif akan di-screenshot, lalu diteruskan ke tim eksekutor untuk tindakan terakhir. Jika sebuah situs atau akun dianggap meresahkan dan melanggar aturan yang berlaku, maka tim eksekutor CD9 akan memblokirnya dengan berkoordinasi ke penyedia jasa internet dan penyelenggara media sosial.⁵⁶

Terhadap situs atau konten negatif yang teridentifikasi dari laporan masyarakat maupun dari hasil monitoring Cyber Drone 9, Kemenkominfo melakukan penanganan dengan cara sebagai berikut:

a. Berupa Nama Domain

Apabila seluruh konten dari suatu situs berupa konten negatif, Kemenkominfo akan menempatkan alamat situs tersebut ke dalam TRUST+Positif, yaitu daftar alamat situs

⁵⁶ Laporan Kinerja Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika Tahun 2017, Kemenkominfo, hlm. 50.

bermuatan negatif. Penyelenggara Jasa Akses Internet wajib melakukan pemblokiran terhadap situs-situs yang terdapat dalam TRUST+Positif sehingga tidak dapat diakses oleh masyarakat.

Tabel 7
Database TRUST+Positif Sampai Tahun 2018

NO	KATEGORI	JUMLAH SITUS	%
1	Pornografi	773.517	99,0944%
2	Perjudian	4.655	0,5963%
3	Penipuan	1.691	0,2166%
4	Hak Cipta	348	0,0446%
5	Terorisme/Radikalisme	199	0,0255%
6	SARA	163	0,0209%
7	Keamanan	10	0,0013%
8	Pornografi Anak	3	0,0004%
TOTAL		780.586	100%

Sumber: <https://trustpositif.kominfo.go.id/>

b. Berupa Konten

Apabila konten negatif hanya berupa konten atau muatan dari suatu situs, Kemenkominfo akan meminta kepada penyedia atau pemilik situs untuk melakukan pemblokiran atau menghapus muatan negatif. Terhadap permintaan Pemerintah Indonesia kepada media sosial untuk memblokir atau menghapus muatan negatif, Kemenkominfo membuat statistik *Over The Top Performance* (OTP Performance), yaitu untuk mengetahui tingkat kepatuhan media sosial dalam memenuhi permintaan pemblokiran dari Kemenkominfo.

Tabel 8
Statistik OTT Performance Media Sosial Tahun 2016-2017

NO	MEDIA SOSIAL	OTT PERFORMANCE									
		2016			2017			TOTAL			
		R	F	O	R	F	O	R	F	%	O
1	Facebook + Instagram	501	249	252	806	529	277	1.307	778	59,5%	529
2	Twitter	1.371	232	1.139	521.530	521.431	99	522.901	521.663	99,8%	1.238
3	Google + YouTube	283	151	132	163	109	54	446	260	58,3%	186
4	Telegram	64	-	64	110	110	-	174	110	63,2%	64
5	Line	-	-	-	1	1	-	1	1	100,0%	-
6	BBM	-	-	-	5	5	-	5	5	100,0%	-
7	Bigo	-	-	-	-	-	-	-	-	0,0%	-
8	Live Me	-	-	-	-	-	-	-	-	0,0%	-
9	Metube	-	-	-	-	-	-	-	-	0,0%	-

Sumber: Press Release Menteri Komunikasi: detik.com

Keterangan:

R = Requested (Jumlah permintaan penghapusan konten)

F = Fulfilled (Jumlah permintaan yang dipenuhi)

O = Outstanding (Jumlah permintaan yang belum dipenuhi)

Dari statistik OTT Performance di atas, terlihat bahwa Google/Youtube merupakan media sosial yang paling banyak tidak memenuhi permintaan penghapusan konten yang diajukan

oleh Pemerintah Indonesia, yaitu sebesar 41,7%, kemudian diikuti oleh Facebook/Instagram sebesar 40,5%, dan Telegram sebesar 36,8%.

3.2.4 Fitur Kerahasiaan dan Keamanan Media Sosial

Salah satu alasan mengapa media sosial digunakan oleh teroris dan organisasi teroris adalah karena beberapa media sosial menawarkan fitur kerahasiaan, baik atas informasi pengguna maupun atas konten yang disampaikan di media sosial. Pada umumnya media sosial dengan fitur kerahasiaan atas konten terdapat pada media sosial dengan jenis perpesanan (*messenger*), misalnya Whatsapp dan Telegram Messenger. Sementara untuk jenis *content-sharing*, seperti Twitter, Facebook dan YouTube, pada umumnya bersifat publik sehingga setiap pengguna dapat melihat postingan dan profil dari pengguna lain (selama tidak dibatasi oleh pengguna tersebut).

Fitur kerahasiaan pada media sosial biasanya berupa enkripsi. Enkripsi adalah metode yang digunakan untuk melakukan pengamanan terhadap informasi yang akan dikirimkan kepada si penerima sehingga informasi yang diberikan tidak akan menyebar ke pihak lain. Terdapat beberapa teknik enkripsi, salah satunya adalah enkripsi *end to end*.

Enkripsi *end to end* adalah teknik enkripsi dengan cara melakukan pengamanan informasi yang dikirim dari pengirim dan penerima. Contoh dalam aplikasi chat whatsapp enkripsi ini dilakukan secara otomatis pada saat pengiriman data, sehingga data yang dikirimkan tidak akan tersimpan di dalam server whatsapp karena enkripsi ini hanya bisa dibuka oleh pengirim dan penerima informasi saja. Saat ini terdapat banyak platform media sosial, terutama jenis perpesanan yang menggunakan teknik *end to end encryption*, misalnya: Whatsapp, Viber, Line, Telegram, KakaoTalk, Threema, Cyphr, Silence, dan lain-lain.

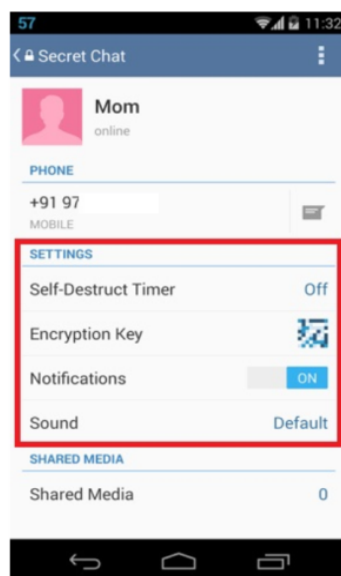
Gambar 22
Fitur End to End Encryption pada Whatsapp



Fitur enkripsi pada platform media sosial sangat bermanfaat untuk menjaga kerahasiaan atau privasi pengguna. Adanya fitur keamanan melalui teknik enkripsi ini menjadi salah satu fitur yang

diandalkan dalam mempromosikan platform media sosial. Akan tetapi, fitur keamanan tinggi ini juga memiliki implikasi negatif dalam pencegahan dan pemberantasan kejahatan, termasuk terorisme. Dengan penggunaan fitur keamanan super ketat, aparat penegak hukum akan menemui kesulitan dalam meminta bukti percakapan kepada penyelenggara media sosial, karena data tersebut tidak tersimpan di server media sosial dan hanya dapat diakses melalui perangkat pengirim dan penerima.

Gambar 23
Fitur Secret Chat pada Telegram



Aplikasi Telegram memiliki fitur percakapan khusus yang memiliki tingkat keamanan tinggi, yaitu “secret chat”. Fitur ini menggunakan *end to end encryption*, tidak meninggalkan jejak percakapan di server, memiliki fitur *self-destruction*, tidak mengizinkan aksi *forward* pada pesan tersebut. Bahkan apabila lawan bicara melakukan *screen capture* percakapan, maka aplikasi akan secara otomatis mengirimkan pemberitahuan atas aksi tersebut.

Selain fitur *secret chat*, Telegram juga memiliki fitur dengan tingkat kerahasiaan dan keamanan yang tinggi yaitu Channel. Fitur Channel digunakan untuk mengirimkan pesan kepada banyak orang tetapi mereka tidak bisa menanggapi apa yang disampaikan atau dengan kata lain komunikasi bersifat satu arah. Untuk mendapatkan berita dari Channel, pengguna harus mengklik tautan Channel. Seorang pengguna dapat mengajak pengguna lain untuk bergabung dalam suatu Channel dengan cara menyebarkan tautan dari Channel tersebut. Peserta suatu Channel dapat membagikan konten yang didapat dari Channel melalui media sosial secara langsung. Jumlah peserta dari suatu Channel bersifat tidak terbatas sampai ribuan bahkan ratusan ribu peserta. Fitur keamanan dan kerahasiaan pada Channel terletak pada sifatnya yang relatif anonimitas. Sebuah Channel hanya menampilkan jumlah total peserta yang ikut dalam Channel tersebut tanpa menampilkan nama para peserta. Hanya pembuat atau administrator Channel tersebut yang dapat melihat nama para peserta Channel.

Gambar 24
Channel KhilafahNews yang Terafiliasi dengan ISIS



Sumber: MEMRI Research Document

Salah satu contoh kasus yang pernah terjadi terkait dengan fitur keamanan tingkat tinggi pada perangkat adalah kasus terorisme San Bernardino. Kasus tersebut merupakan aksi penembakan masal yang dilakukan oleh Rizwan Farook dan istrinya Tashfeen Malik pada akhir tahun 2015. Keduanya kemudian tewas ditembak mati oleh polisi. Untuk menyelidiki keterlibatan pasangan suami-istri tersebut dengan ISIS, aparat AS berupaya memeriksa semua data yang mereka miliki, termasuk data dalam ponsel iPhone yang mereka gunakan. Ponsel iPhone yang dimiliki Farook dan Malik dalam kondisi terkunci dan hanya bisa dibuka menggunakan kode sandi. Aparat kemudian meminta Apple untuk membuka kunci tersebut, tetapi Apple menolak. Kasus ini pun dibawa ke jalur hukum. Pada awal Maret 2016, pengadilan Brooklyn menolak permintaan aparat AS ke Apple. Atas putusan tersebut, aparat mengajukan banding, akhirnya pengadilan memerintahkan Apple membantu FBI untuk membobol perangkat lunak keamanan pada iPhone milik Farook. Akan tetapi, Apple tetap menolak melakukan hal tersebut. Tidak lama kemudian FBI meminta bantuan pihak ketiga sehingga akhirnya berhasil membuka kunci ponsel milik Farook dan Malik.⁵⁷

3.2.5 Fitur Layanan Transaksi Keuangan pada Media Sosial

Perkembangan teknologi disertai dengan inovasi membuat penyelenggara media sosial terus menerus menawarkan berbagai fitur unggulan kepada para penggunanya. Salah satu fitur media sosial belakangan muncul adalah fitur transaksi keuangan atau transfer nilai. Media sosial semacam ini menggabungkan antara jejaringan pertemanan dengan fitur transaksi keuangan. Melalui fitur tersebut, setiap pengguna tidak hanya dapat berbagi konten kepada pengguna

⁵⁷ https://www.bbc.com/indonesia/dunia/2016/03/160329_dunia_as_apple_kunci_iphone (diakses pada tanggal 20 November 2018).

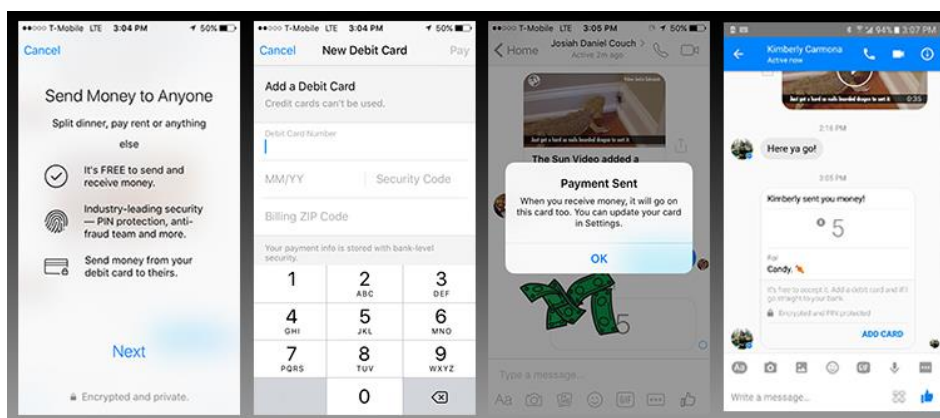
lainnya tetapi juga dapat mentransfer sejumlah uang atau nilai tertentu yang dapat diuangkan. Platform seperti ini dinamakan “*social-financial companies*”.⁵⁸

Sampai saat ini, sebagian besar media sosial pada umumnya masih berfokus pada fitur-fitur jejaring pertemanan. Akan tetapi, perkembangan teknologi yang mengarah pada integrasi antara media sosial dengan transaksi keuangan perlu diperhatikan. Hal ini karena sudah terdapat beberapa *social-financial companies* yang telah beroperasi dan memiliki banyak pengguna. Contohnya: Facebook dan Snap.

Facebook Payment

Facebook Payment adalah fitur transfer dana yang dimiliki oleh media sosial Facebook. Untuk dapat menggunakan fitur ini, pengguna terlebih dahulu wajib menginput informasi kartu debit. Untuk melakukan transfer dana, pengguna dapat melakukannya melalui Facebook Messenger. Pada saat sedang melakukan percakapan dengan pengguna lain, pengirim dapat menekan tombol “payment” dan memasukkan informasi transaksi, seperti jumlah dana dan tujuan transaksi. Apabila pengguna hendak meminta seseorang untuk mengirimkan sejumlah uang, maka pengguna tersebut dapat menggunakan tombol “request”. Dalam hal penerima dana belum menginput informasi kartu debitnya, sementara transfer sedang berjalan, maka uang tersebut hanya akan bisa diterima setelah informasi kartu kredit diinput.

Gambar 25
Fitur Facebook Payment



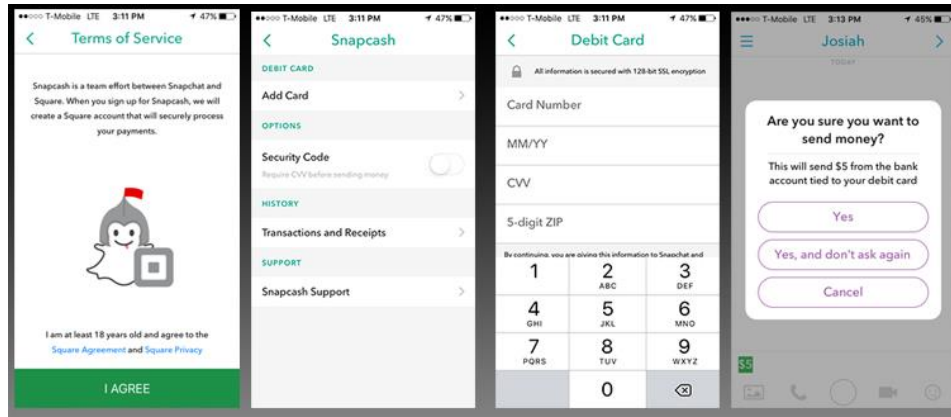
Snapchat Payment

Snapchat Payment merupakan transfer dana yang dimiliki oleh media sosial Snapchat. Untuk dapat menggunakan fitur ini, pengguna terlebih dahulu perlu menginput informasi kartu debit miliknya. Untuk mentransfer, pengguna hanya perlu menekan tombol “Add Cash” pada *chatroom*

⁵⁸ ACAMS, *Disrupting Terrorist Financing on Social Networks and Video Game Platforms*, hlm. 1.

penerima dana dan kemudian menginput nominal transfer dana. Snapchat Payment hanya memungkinkan transfer dana tanpa adanya fitur permintaan dana (*request*).

Gambar 26
Fitur Snapchat Payment



Integrasi antara media sosial dengan fitur transfer dana merupakan suatu inovasi yang memberikan kemudahan bagi para pengguna. Akan tetapi, *social-financial platform* perlu menjadi perhatian mengingat hal ini dapat dimanfaatkan untuk kejahatan, termasuk tindak pidana terorisme. Dalam konteks tindak pidana pendanaan terorisme, teroris dan organisasi teroris dapat memanfaatkan platform ini tidak hanya untuk propaganda, radikalisasi, rekrutmen tetapi juga dapat menggalang dana secara langsung dari simpatisan. Apabila tidak dimitigasi dengan tepat, platform ini memudahkan proses penggalangan dana terorisme dan bahkan membuat pelacakan aliran dana terorisme semakin sulit.

4

BAB 4 PENUTUP

4.1 KESIMPULAN

Berdasarkan pengolahan dan analisis data penelitian, diperoleh kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Ancaman Penyalahgunaan Media Sosial dalam Tindak Pidana Terorisme dan Pendanaan Terorisme:
 - a. Teroris dan organisasi teroris telah memanfaatkan media sosial untuk mendukung kegiatan terorisme yang mereka lakukan dikarenakan kelebihan yang dimiliki oleh media sosial, antara lain: aksesibilitas, kecepatan, interaktif, jangka waktu ketersediaan konten, konten yang tidak terbatas, anonim, ektrajurisdiksi, dan kerahasiaan.
 - b. Teroris dan organisasi teroris menggunakan media sosial untuk berbagai tujuan, antara lain: radikalisasi, rekrutmen, pelatihan, komunikasi, operasi, propaganda, pendanaan.
 - c. Terdapat 2 (dua) kemungkinan metode penggunaan media sosial oleh teroris atau organisasi teroris, yaitu: (i) permintaan donasi melalui media sosial; dan (ii) penggunaan metode pembayaran platform media sosial.
 - d. Terdapat banyak kasus pendanaan terorisme melalui media sosial yang dilakukan oleh teroris atau organisasi teroris, antara lain pendanaan terorisme yang dilakukan oleh Hajjaj Fahd al-Ajmi, Abd al_Rahman Khalaf al-Anizi, Al Rahma Walfare Organization, Khalifa al-Subaiy, Omar Husain, dan Al Sadaqah. Contoh kasus pendanaan terorisme menggunakan media sosial dalam putusan pengadilan di Indonesia adalah kasus atas nama Rio Adiputra yang menggunakan media sosial untuk mengumpulkan dana dari simpatisan.
 - e. Berdasarkan putusan pengadilan dalam perkara terorisme/pendanaan terorisme di Indonesia, media sosial yang paling banyak terkait adalah Telegram, Facebook dan Whatsapp. Media sosial-media sosial tersebut digunakan paling banyak sebagai sarana komunikasi antara para anggota teroris. Sedangkan penggunaan media sosial untuk penggalangan dana terorisme hanya teridentifikasi pada 1 (satu) putusan.

2. Kerentanan Media Sosial Terhadap Tindak Pidana Pendanaan Terorisme:

- a. Dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia, media sosial merupakan salah satu bentuk dari Penyelenggara Sistem Elektronik di bawah pengaturan dan pengawasan Kementerian Komunikasi dan Informatika. Tidak ada kewajiban pendaftaran dan perizinan media sosial untuk dapat beroperasi di Indonesia.
- b. Pembuatan akun media sosial sangat mudah dan cepat tanpa mengharuskan menggunakan identitas asli dan menggunakan alamat email atau nomor telepon sebagai sarana verifikasi pengguna.
- c. Pengendalian konten media sosial oleh penyelenggara media sosial dapat dilakukan dengan 2 (dua) cara, yaitu: pra-pembuatan akun dan paska-pembuatan akun. Pengendalian konten pra-pembuatan akun dilakukan melalui ketentuan yang tercantum di dalam Syarat dan Ketentuan Layanan dimana seluruh media sosial yang dianalisis dalam kajian ini melarang adanya konten kekerasan dan terorisme pada layanan mereka. Pengendalian konten paska-pembuatan akun dilakukan dengan *tools* internal dan fitur “Laporkan” dimana fitur ini media sosial berbentuk *content-sharing* menerapkan fitur ini secara lebih efektif dibandingkan dengan media sosial berbentuk *messenger*.
- d. Pengendalian konten oleh pemerintah dapat dilakukan dengan 2 (dua) cara, yaitu: penerimaan laporan dan pencarian oleh Cyber Drone 9. Terhadap konten negatif yang ditemukan, pemerintah dapat melakukan pemblokiran atau meminta penyelenggara media sosial untuk menghapus konten tersebut. Berdasarkan Statistik Over The Top Performance Media Sosial Tahun 2016-2017, media sosial yang paling tidak patuh terhadap permintaan pemblokiran adalah Google/Youtube, Facebook/Instagram dan Telegram.
- e. Beberapa media sosial memiliki fitur kerahasiaan dan keamanan tingkat tinggi yang menyulitkan aparat berwenang untuk melacak dan memberantas konten terorisme pada media sosial. Fitur tersebut antara lain berupa: *end-to end encryption*, *secret message*, dan *channel (broadcast message)*. Fitur seperti ini lebih banyak digunakan oleh media sosial dengan jenis *messenger*, seperti Telegram dan Whatsapp, daripada media sosial dengan jenis *content-sharing*.
- f. Beberapa media sosial memiliki fitur layanan transaksi keuangan sehingga disebut sebagai *social-financial platform*. Platform ini dapat disalahgunakan untuk kegiatan pendanaan terorisme karena memudahkan penggalangan atau transfer dana terorisme. Media sosial yang sudah memiliki fitur layanan transaksi keuangan adalah Facebook dan Snapchat.

4.2 REKOMENDASI

Berdasarkan temuan-temuan dalam kajian ini, terdapat beberapa rekomendasi yaitu sebagai berikut:

1. Rekomendasi Umum

- Pemerintah perlu membuat peraturan yang membuat kewajiban-kewajiban penyelenggara media sosial selama beroperasi di Indonesia, terutama kewajiban-kewajiban terkait pencegahan dan pemberantasan tindak pidana terorisme/pendanaan terorisme.
- Keterkaitan antara database nomor telepon seluler dengan database Administrasi Kependudukan perlu dipastikan valid dan dilakukan pengkinian data secara berkala. Hal ini karena nomor telepon seluler digunakan sebagai salah satu sarana konfirmasi pembuatan akun media sosial sehingga akan memudahkan identifikasi pengguna media sosial oleh aparat yang berwenang.
- Penyelenggara media sosial perlu memanfaatkan UN Sanction List secara optimal dalam rangka pengendalian konten terkait terorisme. Pemanfaatan UN Sanction List dapat dilakukan dengan pencocokan (*matching*) antara daftar teroris dalam UN Sanction List dengan profil yang identik dengan akun pengguna pada media sosial.
- Penyelenggara media sosial perlu membuat mekanisme internal untuk memastikan bahwa para pelaku terorisme/pendanaan terorisme yang akunnya yang sudah diblokir tidak akan bisa membuka akun baru lainnya.
- Perlu adanya pertukaran informasi di antara penyelenggara media sosial mengenai pelaku terorisme/pendanaan terorisme sehingga dapat mencegah para pelaku membuka akun baru di suatu media sosial setelah diblokir di media sosial yang lain.
- Penegak hukum perlu mempertimbangkan untuk menerapkan ketentuan pendanaan terorisme apabila ditemukan adanya penggalangan dana terorisme melalui media sosial.

2. Rekomendasi Khusus Untuk Masalah Pendanaan Terorisme Melalui *Sosial-Financial Platform*

- Pemerintah perlu membuat regulasi yang ketat untuk mengatur *social-financial platform* karena adanya fitur transaksi keuangan pada media sosial yang dapat disalahgunakan untuk pendanaan terorisme.

3. Rekomendasi Untuk PPATK

- Mempercepat pengembangan *Terrorist Financing Platform* (TF Platform) yang sedang dikembangkan oleh PPATK sehingga *Sosial Network Analysis* yang dilakukan oleh aparat

dan regulator dapat diasosiasikan dengan hasil analisis/pemeriksaan terkait dengan tindak pidana pendanaan terorisme.



DAFTAR PUSTAKA

- ACAMS, *Disrupting Terrorist Financing on Social Network and Video Game Platforms*.
- A.C Manullang, *Terorisme dan Perang Intelijen*, 2005.
- Alan Cann, *Social Media: A Guide for Researcher*, 2011.
- Andreas M. Kaplan, *Users of World, Unite! The Challeges and Opportunities of Social Media*, 2010.
- Antony Mayfield, *What is Social Media*, 2008.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), *Infografis: Survey Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia*, 2017.
- FATF, *FATF Guidance: National Money Laundering and Terrorist Financing Risk Assessment*, 2013.
- FATF, *FATF Report: Financing of Recruitment for Terrorist Purposes*, 2018.
- Freeman and Simmons eds., *Special Issue: Social Media in Jihad and Counterterrorism*.
- Hootsuite, *Digital in 2017 Global Overview*, 2017.
- Jacob Amedie, *The Impact of Social Media on Society*, 2015.
- Joshua Close, *Social Media and Extremism*, 2014.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika, *Laporan Kinerja Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika Tahun 2017*, 2017.
- Luke Bertram, *Terrorism: the Internet and the Social Media Advantage*, 2016.
- Martinez Lopez, *Using the Social Web for Branding and Marketing*, Springer: 2016.
- MEMRI, *Research Documents Jihadi Use of Telegram*.
- Michael Dewing, *Social Media: an Introduction*, 2012.
- National Risk Assessment on Terrorist Financing*, 2015.
- Paulina Wu, *Impossible to Regulate: Social Media, Terroristts, and the Role for the UN*, 2015.
- Policy Departement for Citizens' Rights and Constitutional Affairs, *Virtual Currencies and Terrorist Financing: Assessing the Risks and Evaluating Responses*, 2018.
- Regional Risk Assessment on Terrorist Financing*, 2016.
- Romualdo Pastor-Satorras, *Evolution and Structure of the Internet*, Cambridge: 2007.
- Sareh Aghei, *Evolution of the World Wide Web: From Web 1.0 to Web 4.0*, 2012.

Stephen Osaherumwen Idahosa, *International Terrorism: The Influence of Social Media in Perspective*.

The Camstoll Group, *Use of Social Media by Terrorist Fundraisers and Financiers*, 2006.

Umesha Naik, *Comparative Study of Web 1.0, Web 2.0 and Web 3.0*, 2014.

UNODC, *Use of Internet for Terrorist Purposes*, 2012.

Varinder Taprial, *Understanding Social Media*, 2011.

Veerasamay and Grobler, *Terrorist use of the Internet*.

TIM PENYUSUN

Ivan Yustiavandana

Nyoman Sastrawan

Patrick Irawan

Fayota Prachmasetiawan

Rudi Yulianto

Nelmy Pulungan

Aditya S Purwana

Vidyata Anisa

Mardiansyah

Afriani Novia Kartikasari

Darma Samadaya Zendrato



Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan
Jl. Ir. H. Juanda No. 35 Jakarta 10120 Indonesia
Phone : (+6221) 385 0455, 385 3922
Fax : (+6221) 385 6809, 3856826
Website : <http://www.ppatk.go.id>; <http://jdih.ppatk.go.id>

PUSAT PELAPORAN DAN ANALISIS TRANSAKSI KEUANGAN