

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PENGGUNA INTERNET TERHADAP KONTEN
WEB UMPAN KLIK DI MEDIA ONLINE**
*(Legal Protection for Internet Users Against Web Contents
with Clickbait on Online Media)*

Qur'ani Dewi Kusumawardani

Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia

Kementerian Komunikasi dan Informatika

JI Medan Merdeka Barat No. 9, Jakarta Pusat

Telp. (021) 3846189

nidew.law@gmail.com/ qura002@kominfo.go.id

Tuisan Diterima: 25-11-2018; Direvisi: 04-03-2019; Disetujui Diterbitkan: 11-03-2019

DOI: <http://dx.doi.org/10.30641/dejure.2019.V19.11-30>

ABSTRACT

The internet has created opportunities and challenges as well as influenced the changes in the digital culture of Indonesia. According to the research of the HR Research and Development Agency of the Ministry of Communication and Information Technology in 2017, 72.13% of the Indonesian people are ICT users, but the literacy rate is low and the lazy reading habits making it easier for Indonesians to be hit by click feedback. The method used in this research is the normative juridical method, a qualitative research with descriptive analysis. The results obtained from this research, are firstly, there are no laws and regulations that specifically regulate this clickbait. Click bait headlines currently are widely used in the world of journalism and this article will be considered as an article that does not violate any law if grounded only on activities with hyperbolic headlines, but clickbait articles will be considered illegal if they contain illegal content such as insult, defamation, decency violations, hoaxes, gambling, extortion, threats, fraud that may harm consumers, provocations that bring hatred towards ethnicity, religion, race and between groups (SARA), that may increase hostility between individuals, poses the threat of violence or personal scare. Secondly, the methods used to reduce the articles with click bait include education, improvement of community literacy, learning about the critical news consumption, or can be pursued through legal proceedings both under the civil or penal codes.

Keywords: *legal protection; clickbait; online media.*

ABSTRAK

Internet telah menciptakan peluang, tantangan serta mempengaruhi perubahan kultur digital di Indonesia. Berdasarkan penelitian Badan Penelitian dan Pengembangan SDM Kementerian Komunikasi dan Informatika di tahun 2017 diketahui bahwa 72,13% masyarakat Indonesia merupakan pengguna perangkat TIK, namun rendahnya tingkat literasi dan kebiasaan malas membaca mempermudah orang Indonesia terkena umpan klik. Metode yang digunakan adalah metode yuridis normatif, penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu pertama, belum terdapat aturan yang secara khusus mengatur *clickbait*. *Clickbait headline* saat ini banyak digunakan di dunia jurnalistik, dan artikel ini dianggap sebagai artikel yang tidak melanggar hukum jika hanya mendasarkan aktivitas nya pada judul yang melebih-lebihkan semata, namun artikel *clickbait* akan dianggap illegal jika mengandung *illegal content* seperti penghinaan, pencemaran nama baik, pelanggaran kesusilaan, berita bohong, perjudian, pemerasan, pengancaman, penipuan yang dapat merugikan konsumen, provokasi yang menimbulkan rasa kebencian terhadap suku, agama, ras dan antar golongan (SARA), meningkatkan permusuhan antar individu, mengandung ancaman kekerasan atau menakutkan secara pribadi. Kedua, cara mengurangi artikel *click bait* melalui pendidikan, meningkatkan literasi masyarakat, pembelajaran teknik konsumsi berita kritis, atau dapat ditempuh melalui jalur hukum baik perdata ataupun pidana.

Kata Kunci: *Perlindungan Hukum; clickbait; media online.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mempengaruhi perubahan kultur digital di Indonesia. Data yang dihimpun oleh Badan Penelitian dan Pengembangan SDM, Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam "Survey penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan implikasinya terhadap aspek sosial budaya masyarakat" menemukan bahwa 72,13% masyarakat Indonesia merupakan pengguna perangkat TIK. Selanjutnya, diketahui bahwa sebanyak 66,3% masyarakat Indonesia saat ini sudah memiliki telepon pintar. Berdasar pada data-data tersebut maka terlihat jelas bahwa masyarakat Indonesia memiliki keterikatan tinggi terhadap hal-hal yang berhubungan dengan teknologi informasi dan komunikasi seperti komputer/ *desktop*, *smartphone*, tablet dan juga laptop.¹

Internet telah menciptakan peluang dan tantangan baru di abad 21 seperti adanya demokratisasi kultur, perubahan bisnis, meningkatkan kesetaraan dan meluasnya jaringan *e-commerce*. Internet melahirkan tantangan baru bagi setiap Negara yang berdaulat, selain itu juga memberi tantangan baru bagi hukum internasional karena karakter dasar dari *e-commerce* yaitu *global*, *borderless*, *virtual* and *anonymous*, namun sistem hukum yang dianut oleh setiap negara selama ini masih berdasar pada batas wilayah serta presensi fisik (jurisdiksi hukum) sehingga dengan adanya *e-commerce* sistem hukum pun harus turut beradaptasi.²

Penelitian Pusat Penelitian Pengembangan Aptika IKP Kemkominfo tahun 2017 terkait teknologi informasi dan komunikasi (TIK) menunjukkan bahwa 45% masyarakat Indonesia menggunakan internet dalam aktivitasnya sehari-hari, dengan jumlah perbandingan sebanyak 79,7% digunakan oleh pihak-pihak yang memiliki latar belakang pendidikan S1 untuk *internet communication*, sedangkan yang berlatar belakang

pendidikan S2 dengan jumlah 73,7% lebih banyak menggunakan internet untuk *web browsing*.³

Web *browsing* biasanya dilakukan untuk mencari informasi di media online. Subakti mendefinisikan media online sebagai media yang tersaji secara online di situs website internet. Disisi lain, media online adalah media massa generasi ketiga setelah media cetak seperti koran, tabloid, majalah, buku dan media elektronik seperti radio, televisi, dan film/video⁴. Media online meliputi semua jenis situs website dan aplikasi, termasuk situs berita, situs perusahaan, web lembaga/instansi, situs jualan (*e-commerce/online store*), media sosial, *blog*, email, forum, WhatsApp, Line, facebook, twitter.⁵

Indonesia termasuk negara yang penduduknya sangat aktif berinteraksi di media online. Hal ini dapat terlihat dari pengguna media sosial yang tinggi yaitu dihitung berdasar jenis kelamin, pendidikan dan pengeluaran didapatkan angka sebesar 92,8% yang aktif sebagai pengguna media sosial dan hanya 7,18% yang tidak menggunakan media sosial. Penggunaan media sosial didominasi oleh generasi milenial yaitu 95,96% dalam rentang umur 20-29 tahun. Adapun untuk daerah urban, mereka lebih menyukai media sosial seperti path sebesar 84,91%. Sedangkan di daerah rural, facebook merupakan media sosial yang paling banyak digunakan yaitu sebesar 33,23% dibandingkan penggunaan twitter, path dan instagram.⁶

Tingginya tingkat keaktifan masyarakat Indonesia dalam berseluncur di dunia maya tidak diimbangi dengan meningkatnya minat membaca.

1 Survey Penggunaan TIK 2017. Kementerian Komunikasi dan Informatika, Pusat Penelitian dan Pengembangan Aplikasi Informatika dan Informasi dan Komunikasi Publik, Badan Penelitian dan Pengembangan SDM. Kepemilikan Smart Phone oleh Individu. hlm. 18

2 Richard L Doernberg, *Electronic commerce and multijurisdictional taxation*. (The Hague: Kluwer Law International, 2001).

3 Survey Penggunaan TIK 2017. Kementerian Komunikasi dan Informatika, Pusat Penelitian dan Pengembangan Aplikasi Informatika dan Informasi dan Komunikasi Publik, Badan Penelitian dan Pengembangan SDM. Aktivitas Penggunaan Internet vs Tingkat Pendidikan. hlm. 28

4 Subakti, D.A., *In-depth Report: Media Online di Indonesia, Transisi Menuju Media Kapital*. (Jakarta: Yayasan Satu Dunia, 2011).

5 Romeltea. Media Online: Pengertian dan Karakteristik <http://romeltea.com/media-online-pengertian-dan-karakteristik>, diakses tanggal 5 Agustus 2018.

6 Survey Penggunaan TIK 2017. Kementerian Komunikasi dan Informatika, Pusat Penelitian dan Pengembangan Aplikasi Informatika dan Informasi dan Komunikasi Publik, Badan Penelitian dan Pengembangan SDM. Hlm. 40. Penggunaan Media Sosial oleh Individu.

Berdasarkan riset *Central Connecticut State University* tentang *World's Most Literate Nation*, yang telah mensurvei 61 negara di tahun 2016. Indonesia berada di posisi kedua terbawah yaitu di urutan 60, kemudian diikuti oleh Botswana di urutan terakhir yaitu peringkat ke 61. Indonesia kalah dari negara-negara lain di Asia Tenggara seperti Thailand di posisi 59, Malaysia di posisi 53, atau Singapura di posisi 36. Adapun untuk sesama Negara Asia, Korea Selatan, berada posisi yang cukup tinggi yaitu peringkat ke 22. Jepang di posisi 32, Cina di posisi 39, dan Qatar di posisi 44. Adapun untuk kategori *most literate nation*, peringkat tiga tertinggi adalah Negara-negara yang berada di benua Eropa yaitu Finlandia (pertama), Norwegia (kedua) dan Islandia (ketiga).⁷

Malasnya orang Indonesia untuk membaca, besarnya ketertarikan masyarakat Indonesia terhadap berita yang berbau sensasional, adanya *curiosity gap* (kesenjangan yang membuat penasaran pembaca meng-klik tautan untuk menjawab keingintahuan mereka), adanya celah informasi (pembaca ingin mendapatkan kejelasan dan mengurangi ketidakpastian) menyebabkan masyarakat Indonesia mudah terkena umpan klik. Selain itu, adanya persaingan bisnis antara produsen berita online menyebabkan banyak media online yang menggunakan teknik ini untuk meningkatkan *traffic* situs mereka.⁸

Clickbait dapat dimaknai sebagai umpan klik atau jebakan klik yang dibuat dalam konten web. *Content web* adalah segala sesuatu yang dapat dilihat oleh pengunjung baik berupa gambar, tulisan, animasi, video, suara, tombol navigasi dan sebagainya. Jadi jika kita mengunjungi suatu website sebenarnya yang kita kunjungi adalah *content*.⁹ Istilah *clickbait* menjadi perhatian banyak pihak terutama sejak media online *The Guardian* memuat artikel "*in defence of clickbait*". Artikel *in defence of clickbait* muncul karena banyaknya kritik tertulis terhadap beberapa media internasional yang menarik pembaca nya

melalui tautan berita berdasar pada judul yang sensasional.¹⁰

Pada dasarnya membuat sebuah judul yang sensasional, terkadang dianggap sebagai sesuatu yang wajar dalam dunia jurnalistik, namun yang membuat hal ini menjadi menarik untuk diteliti karena media sosial seperti facebook menyatakan perang melawan artikel *clickbait*, tepat setelah facebook menyatakan perang terhadap hal-hal yang bersifat *hoax*.¹¹

Di sisi lain, Uni Eropa telah mengeluarkan Resolusi Parlemen Eropa 3 Mei 2018 tentang pluralisme media dan kebebasan media dalam P8_TA(2018)0204, dan di dalam salah satu bahasannya menyinggung tentang *clickbait* yang berbunyi:

"Underlines the responsibility of online actors in avoiding the spread of unverified or untrue information with the sole purpose of increasing online traffic through the use of, for example so-called *clickbait* (Menggarisbawahi tanggung jawab aktor online dalam menghindari penyebaran informasi yang tidak diverifikasi atau tidak benar dengan tujuan tunggal meningkatkan lalu lintas online melalui penggunaan, misalnya apa yang disebut *clickbait*)."

Pemerintah Amerika saat ini masih dalam taraf perdebatan, apakah *clickbait* ini memang perlu diatur dalam bentuk sebuah regulasi ataukah tidak memerlukan regulasi khusus untuk mengaturnya. Kementerian Komunikasi dan Informatika sebagai *regulator* di Indonesia yang melakukan aksi pemblokiran pada konten negatif seperti konten berbau terorisme, konten menebar kebencian terkait suku, agama, ras dan antar golongan (SARA), *hoax*, pornografi, belum melihat perlunya membuat aturan khusus pada konten *clickbait*. Oleh karena itu, di Indonesia hingga saat ini belum ada regulasi yang secara khusus mengatur *clickbait*, padahal ditemukan

7 World's Most Literate Nations Ranked , <http://webcapp.ccsu.edu/?news=1767&data>, March, 9, 2016.

8 Rizky Kertanegara, 2018, Penggunaan Clickbait Headlone pada situs Berita dan Gaya Hidup Muslim Dream.co.id, Media Tor: Jurnal Komunikasi, Vol 11 (1), Juni 2018, 31-43.

9 Pengertian Content Web Database., Ichaartikel. <https://ichaartikel.wordpress.com/pengertian-content-web-database>.

10 Fandi Sido. Media: Mengenal Jebakan Klik. https://www.kompasiana.com/afsee/media-mengenal-jebakan-klik_54f77e62a33312c6f8b45d8, diakses tanggal 20 Juli 2018.

11 George Avalos, 2017, Facebook launches war on clickbait headlines, <https://phys.org/news/2017-05-facebook-war-clickbait-headlines.html> atau Megan Geuss, 2016, Facebook continues its war on clickbait, <https://arstechnica.com/information-technology/2016/08/facebook-continues-its-war-on-clickbait/>

lebih dari 50 persen pengguna internet yang terperangkap dan tertarik untuk melakukan klik pada artikel umpan klik dan membuka tautan yang dikirimkan oleh orang asing, meskipun akan ada kemungkinan tersusupi *malware*, virus, ataupun akan adanya risiko pencurian data.¹²

Jika *hoax* saat ini dianggap sangat berbahaya, bahkan yang menyebarkannya bisa mendapatkan hukuman hingga 6 tahun penjara, apakah *clickbait* juga dapat dianggap sebagai hal-hal yang berbahaya dan illegal. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengambil *clickbait* sebagai bahasan dalam penulisan ini dan juga belum banyak tulisan yang mengulas terkait *clickbait* dari perspektif hukum di Indonesia. Berdasarkan hal-hal tersebut, penulis ingin mengetahui lebih dalam terkait dengan klasifikasi dan contoh konten web *clickbait*, perlindungan hukum bagi pengguna internet di Indonesia terhadap aktivitas *clickbait* di media online, serta upaya mengurangi konten web *clickbait* di media online.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan disusun dengan menggunakan metode penelitian yuridis normatif, yaitu penelitian yang difokuskan untuk mengkaji penerapan kaidah-kaidah dalam hukum positif.¹³ Yuridis normatif memandang hukum identik dengan norma-norma tertulis yang dibuat dan diundangkan oleh lembaga atau pejabat yang berwenang.¹⁴ Sebagai suatu penelitian yuridis normatif, maka penelitian ini berbasis pada analisis terhadap norma hukum baik dalam literatur maupun peraturan perundang-undangan.¹⁵

Penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute aproach*). Pendekatan perundang-undangan digunakan untuk mengetahui keseluruhan peraturan hukum. Spesifikasi yang digunakan adalah spesifikasi

penelitian deskriptif yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran atau penjelasan secara konkrit tentang keadaan objek atau masalah yang diteliti tanpa mengambil kesimpulan secara umum.¹⁶ Dalam menganalisis data yang diperoleh, akan digunakan metode deskriptif analitis yaitu melakukan analisis dengan cara menggambarkan objek penelitian secara kualitatif.

Data dalam penulisan ini adalah data sekunder, yaitu bahan pustaka yang mencakup dokumen-dokumen resmi, buku-buku perpustakaan, peraturan perundang-undangan, karya ilmiah, artikel-artikel, serta dokumen yang berkaitan dengan *clickbait*. Namun dalam hal ini, di Indonesia belum ada peraturan yang secara khusus mengatur tentang *clickbait*. Bahan hukum sekunder tersebut mencakup tiga bagian yaitu bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier, antara lain:¹⁷

- a. Bahan hukum primer yaitu bahan hukum yang bersifat autoritatif, antara lain berupa berbagai peraturan perundang-undangan, dalam hal ini yang berkaitan dengan *clickbait* seperti Undang-Undang Nomor 19 tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, Peraturan Pemerintah Nomor 82 tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.
- b. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan yang dapat memberikan penjelasan tentang bahan hukum primer yaitu literature, tulisan, makalah.
- c. Bahan hukum tersier yaitu bahan yang dapat memberikan informasi lebih lanjut mengenai bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder berupa kamus besar bahasa Indonesia, Black's Law Dictionary.

12 Yoseph Edwin. 2016. Lebih dari 50 persen pengguna internet masih terdoda clickbait. Beritaagar.id, diakses tanggal 18 September 2018.

13 Johnny Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2006), 295.

14 Ronny Hanitijo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988), 13-14

15 Dworkin, Ronald, "The Original Position," *University of Chicago Law Review*: Vol. 40, 1973, page 3. <https://chicagounbound.uchicago.edu/uclrev/vol40/iss3/4:250>.

16 Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: UI Press, 1981), 10.

17 Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), 12.

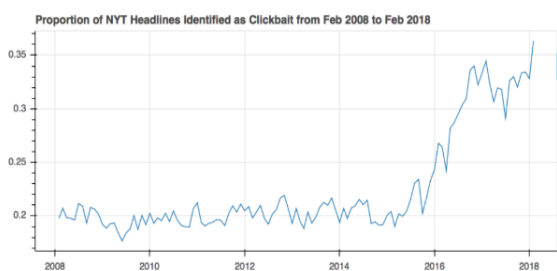
PEMBAHASAN DAN ANALISIS

A. Sejarah, Klasifikasi dan Bisnis Konten *Clickbait*

Portal berita online merupakan salah satu bisnis media yang berkembang pesat saat ini. Di satu sisi, umpan klik menjadi salah satu cara yang mampu meningkatkan jumlah *traffic* pengunjung media online, namun di sisi lain pembaca dibuat kecewa terhadap konten berita yang tidak sesuai dengan judul yang dibuat.

“According to the Oxford English Dictionary, clickbait is defined as “(on the Internet) content whose main purpose is to attract attention and encourage visitors to click on a link to a particular web page.” Examples of such clickbaits include “This Rugby Fan’s Super-Excited Reaction To Meeting Shane Williams Will Make You Grin Like A Fool”, “Things That Happen When Your Best Friend Is Obsessed With FIFA”, “Which Real Housewife Are You Based On Your Birth Month” or the epic “They Said She Had Cancer. What Happens Next Will Blow Your Mind”¹⁸.

Berdasarkan hasil media analisis atau media monitoring pada 451.823 *headlines*, pada salah satu media terkemuka di Amerika Serikat “New York Times (NYT)” diketahui bahwa terjadi peningkatan pada jumlah *clickbait headline* dari tahun 2008 hingga tahun 2018, sebagai berikut:¹⁹



18 “Clickbait”, *Oxford English Dictionary*. Simpson, J., & Weiner, E. Oxford: Oxford University Press, 1989, accessed Juli 2018, <http://oxforddictionaries.com/us/definition/american-english/clickbait>.

19 Sudeep Agarwal. This Analysis on the Emergence of Clickbait Will Blow You Away. Accessed Oktober 1, 2018, <http://sudeep.co/data-science/machine-learning/sentiment-analysis/This-Analysis-on-the-Emergence-of-Clickbait-Will-Blow-You-Away/>

Konten online *clickbait* juga dikategorikan sebagai berita salah, *false news* atau *fake news*.²⁰ Selain itu, artikel atau judul *clickbait* memberikan pengalaman yang kurang menyenangkan bagi individu yaitu ketika isi artikel yang di-klik tidak sesuai dengan judul yang dicantumkan.²¹

Jika melihat pada sisi sejarah terkait *clickbait*, membuat berita dengan judul yang menarik dan sensasional bukanlah fenomena baru tetapi telah digunakan untuk menarik pembaca sejak akhir abada ke 19 yaitu ketika dua surat kabar, William Randolph Hearst’s New York Journal dan Joseph Pulitzer’s New York World, terjerat dalam persaingan panas untuk menarik pembaca dan menjadikan diri mereka sebagai sumber utama dalam “jurnalisme kuning” di Amerika Serikat melalui pemberitaan dengan judul-judul yang sensasional.²²

Klasifikasi kalimat *clickbait* dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- (a). *Hyperbolic words: To compare the sentiment values of the constituent words in both clickbait and non-clickbait headlines, we performed sentiment analysis using the stanford sentiment analysis tool. We found that a substantial fraction of clickbait headlines consist of words having ‘Very Positive’ sentiments (e.g., Awe-inspiring, breathtakingly, gut-wrenching, soul-stirring, etc.);*
- (b). *Use of such eye-catching words in clickbaits strongly urge the reader to pursue the article with a promise of sensational information;*
- (c). *Internet slangs: another class of words commonly found in clickbait headlines are internet slang words like WOW, LOL, LMAO, AMA, AF, etc. Along with hyperbolic words, use of the slang words also immediately catches the attention of the reader and lure*

20 Hurst N, *To clickbait or not to clickbait? An Examination of Clickbait Headline Effects on Source Credibility*, Thesis, (The University of Missouri Columbia), 2016.

21 Vince Mutiara Rumata, “Clickbait, Peluang Bisnis dan Kajian Ilmiah Perilaku Sharing Informasi di Era Digital,” *Jurnal Media Komunikasi Ilmiah*, volume 16 nomor 1 (Juni 2017).

22 “The Economy of Clickbait”. Argo Note 1, *Sulin Sardoschau*. 2017, accessed November 5, 2018, http://argothinktank.org/wp-content/uploads/2017/05/ARGO-Note-Clickbait_Eng.pdf

them to read the article.

- (d) *Punctuation patterns: clickbait headlines also make use of informal punctuation patterns such as !?, ..., ***, !!! which are not used in conventional non-clickbait headlines. Common bait phrases: further, several commonly used catch phrases in clickbait headlines exploit the “curiosity gap” of users, such as “Will Blow Your Mind”, “You Won’t Believe”. We manually compiled a list of most commonly used bait phrases in the clickbait corpus.*²³

Clickbait biasanya merujuk kepada konten web yang memiliki judul melebih-lebihkan atau bersifat hiperbola. Clickbait disebut sebagai umpan yang mengandalkan rasa penasaran dan pada akhirnya memancing pembaca mengunjungi website yang memiliki tingkat kualitas dan akurasi berita yang rendah. Berikut ini adalah contoh-contoh *clickbait* yang terdapat dalam media online:

- a. Perbedaan judul normal dan judul *clickbait* dalam media online adalah sebagai berikut:²⁴

Judul normal:

1. Cara diet dengan buah pisang;
2. Cara meninggikan badan;
3. Cara mendapatkan penghasilan dari internet;
4. Resep awet muda

Judul *clickbait*:

1. Setelah 7 hari memakan buah pisang, inilah yang terjadi!!!!!!!
2. Tambah tinggi hingga 10 cm dalam 30 hari!!
3. Hanya kerja di rumah, remaja ini menghasilkan 200 juta setiap bulannya.
4. Lihat umur saya 55 tahun, tapi disangka 20 tahun!!Klik dan sebarakan!

- b. Contoh *clickbait* yang judulnya melebih-lebihkan atau bersifat hiperbola:



- c. Judul artikel *clickbait* bersifat *exaggeration* (bombastis) seperti :

“Ini Dia Rahasia Facebook yang Jarang Diketahui Orang”, atau Mengejutkan, Calon Pengusaha Wajib Tahu Fakta Berikut!.²⁵ Gaji 3 jutaan, Pemuda ini beli rumah 5 Milyar. Lihat cara dia melakukannya.²⁶

- d. Contoh *clickbait* yang menunjukkan *bait and switch* (isi artikel tidak sesuai dengan judul dan gambar) seperti dalam gambar di bawah ini:



- e. Contoh artikel *clickbait* yang menarik perhatian atau menggoda pembaca untuk membuka artikel tersebut:



- f. Contoh artikel *clickbait* yang melibatkan orang terkenal atau keluarga kerajaan

23 Chakraborty, et. al. *Stop Clickbait: Detecting and Preventing Clickbaits in Online News Media*. IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM). Department of Computer Science and Engineering Indian Institute of Technology Kharagpur, India (2016).

24 “Apakah Artikel dengan Judul yang Clickbait itu Bagus?”, M. Iqbal Akbar, accessed 20 Oktober 2018, <http://www.muhalak.com/2016/08/positif-dan-negatif-menggunakan-judul-yang-clickbait.html>.

25 “Facebook Saring Berita Clickbait dari Linimasa Pengguna”, Oik Yusuf. Kompas.com, accessed Oktober 5, 2018, <https://tekno.kompas.com/read/2016/08/07/11090087/Facebook.Saring.Berita.Clickbait.dari.Linimasa.Pengguna>.

26 “Terbongkar ini Dia Trik Clickbait yang Banyak Membuat Berita Hoax di Internet”. Ari Bowo. Accessed November 1, 2018, <http://aribowo.net/terbongkar-ini-dia-trik-clickbait-yang-membuat-banyak-berita-hoax-di-internet>.

sehingga mengundang rasa penasaran (*ambiguous*):



g. Contoh artikel *clickbait* yang menunjukkan adanya *graphic* (judul mengundang rasa tidak percaya)



You'd Never Believe What This Woman Looks Like After Applying 100 Layers of Foundation
Ain't nobody got time for that.
CSMO US



Man swallowed a microSD card and you won't believe what happened next!
PetaPixel is one of my favorite blogs. The writers there are passionate and knowledgeable about their subject, and love diving into both the art of photography...
THEVERGE.COM | BY PAUL MILLER

h. Artikel yang menggunakan huruf kapital yang berlebihan pada judul dan mengundang orang untuk mengikuti bisnis tersebut padahal belum terbukti kebenarannya:

Cara IKLAN FACEBOOK

Sebelum mulai fb ads untuk sedikit motivasi saya pernah dapat omzet 30 juta sehari dengan menggunakan fb ads ini

No	Keterangan	Cat	Mulai	Selesai
23/09	ZARA ZARA PRAD	0000	6,795,000.00 IDR	6,795,733.23
23/09	TRAF F-BANKING CR	0000	7,800,000.00 IDR	14,360,733.23
23/09	TRAF F-BANKING CR	0000	100,000.00 IDR	14,360,733.23
23/09	LELL NOLANITY	0000	3,800,000.00 IDR	18,160,733.23
23/09	TRAF F-BANKING CR	0000	3,800,000.00 IDR	18,160,733.23
23/09	TRANSFER CR SUE LISA	0000	3,800,000.00 IDR	21,960,733.23
23/09	TRAF F-BANKING CR	0000	7,800,000.00 IDR	29,760,733.23
23/09	TRAF F-BANKING CR	0000	7,800,000.00 IDR	37,560,733.23
23/09	TRAF F-BANKING CR	0000	7,800,000.00 IDR	45,360,733.23
23/09	TRAF F-BANKING CR	0000	7,800,000.00 IDR	53,160,733.23
23/09	TRAF F-BANKING CR	0000	7,800,000.00 IDR	60,960,733.23
23/09	TRAF F-BANKING CR	0000	7,800,000.00 IDR	68,760,733.23
23/09	TRAF F-BANKING CR	0000	7,800,000.00 IDR	76,560,733.23
23/09	TRAF F-BANKING CR	0000	7,800,000.00 IDR	84,360,733.23
23/09	TRAF F-BANKING CR	0000	7,800,000.00 IDR	92,160,733.23
23/09	TRAF F-BANKING CR	0000	7,800,000.00 IDR	100,000,000.00 IDR

Artikel *clickbait* yang kontennya bersifat bombastis dan provokatif:

- 1). LingkaranNews, 22 Juli 2016 dengan judul “Bahayanya Tenaga Kerja Asing China, adalah Mereka dibekali Pengetahuan Intelejen.
- 2). Facebook: Liputan77.com, tanpa tanggal dengan judul “Wajib dibaca Waspada Migrasi Massal 10 Juta Warga Negara China Masuk Indonesia. Sedangkan satu orang saja dapat Menggusur Pribumi se-DKI, Apalagi 10 Juta, Bagaimana Nasib Anak Cucu Kita Nanti, Bantu Share”.
- 3). Eramuslim.com, 23 Juli 2016. Dengan judul “Waspada Tenaga Kerja Cina Banyak Perawakannya Mirip Tentara dan Dibekali Pengetahuan Intelejen.
- 4). Intelijen.co, dengan judul “Jokowi akan Impor 10 Juta Warga Cina, Mau Beranak-pinak di Indonesia?”

h. *Clickbait* dapat muncul melalui kuis di media sosial misalnya facebook yaitu ketika setiap kuis yang ditawarkan di facebook memiliki link ke situs lain, kemudian situs tersebut meminta akses data pribadi seperti profil pribadi, email, list pertemanan, tanggal lahir dan juga nomor telepon, yang memungkinkan nomor penerima untuk mendapatkan pesan *spam*. Maka, selain mengambil data pribadi, sistem kuis juga memungkinkan timbulnya *malware* dan cookies. Contoh-contoh kuis adalah sebagai berikut:²⁷

- (1). *Only a genius can answer all 20 questions correctly.*
- (2). *I scored 94% How well do YOU know M*A*S*H? Take the quiz to find out!*
- (3). *Only 1 in 50 Fans Can Get 10/15 On This Sound Of Music Test. Can You?*
- (4). *Can You Answer 16 Questions Every Dirty Dancing Fan Should Know? (Ben, 2017).*

Artikel yang telah tayang dan berunsur *clickbait* terbukti efektif dapat

27 “Opinions Expressed by ICN Authors are Their Own”. Ben Rothke. Just say no to Facebook quizzes, Accessed September 1, 2018. <https://www.csoonline.com/article/3214264/fraud/just-say-no-to-facebook-quizzes.html>

meningkatkan trafik, pengunjung, atau *pageviews*. Selain artikel dengan judul artikel yang tidak sesuai dengan fakta, dan artikel *clickbait* juga tidak memiliki cukup data yang dapat dipertanggungjawabkan, bahkan tidak jarang berisi pandangan pribadi yang subjektif.

Sebuah laporan oleh Columbia *Journalism Review* menyoroiti kasus majalah online *Slant*, yang membayar penulis hingga \$ 100 per bulan, ditambah \$ 5 untuk setiap 500 klik pada kisah yang ditulis di majalah *Slant*.²⁸ Selain itu, pernyataan Paris Wade dan Ben Goldman melalui situs *LibertyWriters.com* mengatakan bahwa mereka mampu mendapatkan \$40.000 setiap bulan dari membuat berita *clickbait* terkait politik pemilihan presiden Amerika pada tahun 2016. Robert Sholtz, pemilik *RealNewsRightNow.com* bisa mendapatkan \$1000 setiap bulan dengan menjual konten *clickbait*.²⁹

Sebenarnya apa yang dilakukan oleh majalah *Slant* merupakan model bisnis yang semakin umum terjadi di dunia jurnalistik, tetapi para penentang *clickbait* berpendapat bahwa wartawan tidak akan mampu bersikap objektis dan pada akhirnya akan merekayasa cerita hanya untuk mendapatkan lebih banyak klik dalam rangka meningkatkan pundipundi mereka. Bahkan beberapa orang penentang melihat (bayar per klik) sebagai model bisnis yang sedikit kotor.

B. Perlindungan hukum pengguna internet terhadap konten *clickbait* di media online

Internet saat ini menjadi sarana untuk membangun masyarakat yang berbudaya informasi, oleh karena itu dalam menjaga dan melindungi masyarakat pengguna teknologi dibutuhkan kerjasama dan keseriusan semua pihak. Peraturan yang ada saat ini diharapkan dapat melindungi dan memberikan rasa aman bagi masyarakat pengguna teknologi sebagai wadah untuk melakukan transaksi bisnis.³⁰

Salah satu cara untuk memberikan rasa aman kepada pengguna internet dengan adanya perkembangan teknologi adalah dengan mengetahui bagaimana tata cara perlindungan hukum yang tepat kepada pengguna internet sehingga pengguna internet dapat merasakan manfaatnya ketika berselancar di dunia maya ataupun melakukan transaksi online di dunia maya.

Perlindungan hukum menurut Satjipto Raharjo yaitu memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum³¹.

Menurut Muchsin, perlindungan hukum adalah kegiatan untuk melindungi individu dengan menyasikan hubungan nilai-nilai atau kaidah-kaidah yang menjelma dalam sikap dan tindakan dalam menciptakan adanya ketertiban dalam pergaulan hidup antar sesama manusia.³²

Menurut Setiono, perlindungan hukum adalah tindakan atau upaya untuk melindungi masyarakat dari perbuatan sewenang-wenang oleh penguasa yang tidak sesuai dengan aturan hukum, untuk mewujudkan ketertiban dan ketentraman sehingga memungkinkan manusia untuk menikmati martabatnya sebagai manusia.³³

Menurut Philipus M. Hadjon, perlindungan hukum merupakan kumpulan peraturan atau kaidah yang akan dapat melindungi suatu hal dari hal lainnya. Berkaitan dengan konsumen, berarti hukum memberikan perlindungan terhadap hak-hak pelanggan dari sesuatu yang mengakibatkan tidak terpenuhinya hak-hak tersebut.³⁴

Meskipun dunia *cyber* adalah dunia virtual, namun perlindungan hukum tetap diperlukan

Korban Kejahatan Cyber Crime di Indonesia, "Jurnal Ilmu Hukum Jambi, (Juli 2013), <https://online-journal.unja.ac.id>.

28 "Clickbait: The Changing Face of Online Journalism". Ben Frampton. BBC news. accessed Oktober 10, 2018. <http://www.bbc.com/news/uk-wales-34213693>.
 29 "The More Outrageous, the Better: How Clickbait Ads Make Money for Fake News Sites", *Joshua Gillin*, accessed Oktober 8, 2018, <https://www.politifact.com/punditfact/article/2017/oct/04/more-outrageous-better-how-clickbait-ads-make-mone/>
 30 Dheny Wahyudi, "Perlindungan Hukum terhadap

31 Satjipto Rahardjo, *Ilmu hukum*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, Cetakan ke-V 2000). hal. 53.
 32 Muchsin, "Perlindungan dan Kepastian Hukum bagi Investor di Indonesia", (Surakarta; Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret, 2003), hal. 14.
 33 Setiono, "Rule of Law (Supremasi Hukum)". (Surakarta: Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret. 2004), hlm. 3
 34 Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Bagi Rakyat di Indonesia*, PT.Bina Ilmu, Surabaya, 1987.

untuk mengatur sikap tindak masyarakat karena pertama, masyarakat yang berada di dunia maya adalah masyarakat yang berada pula di dunia nyata. Masyarakat juga memiliki nilai dan kepentingan baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama yang harus dilindungi oleh hukum. Kedua, transaksi yang terjadi di dunia maya juga merupakan transaksi yang dilakukan oleh masyarakat dan memiliki pengaruh di dunia nyata, baik secara ekonomis maupun non ekonomis.³⁵

Menurut Hadjon, perlindungan hukum bagi rakyat meliputi dua hal, yakni:³⁶

- a. Perlindungan hukum preventif, yakni bentuk perlindungan hukum dimana kepada rakyat diberi kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif;
- b. Perlindungan hukum represif, yakni bentuk perlindungan hukum dimana lebih ditujukan dalam penyelesaian sengketa.

Menurut Muchsin, perlindungan hukum merupakan suatu hal yang melindungi subyek-subyek hukum melalui peraturan perundang-undangan yang berlaku dan dipaksakan pelaksanaannya dengan suatu sanksi. Perlindungan hukum dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:³⁷

- a. Perlindungan hukum preventif yaitu perlindungan yang diberikan oleh pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran. Hal ini terdapat dalam peraturan perundang-undangan dengan maksud untuk mencegah suatu pelanggaran serta memberikan rambu-rambu atau batasan-batasan dalam melakukan suatu kewajiban.
- b. Perlindungan hukum represif merupakan perlindungan akhir berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau telah dilakukan suatu pelanggaran.

Hukum berfungsi sebagai perlindungan kepentingan manusia. Oleh karena itu, perlindungan hukum bagi pengguna internet terhadap aktivitas *clickbait* sebaiknya dilihat

berdasar kategorisasi terhadap fenomena *clickbait* itu sendiri. Fenomena *clickbait* dapat digolongkan pada 5 kategori yaitu:

1. Aktivitas *clickbait* di media online yang mendasarkan aktivitasnya hanya pada judul yang melebih-lebihkan (hiperbola) atau *clickbait* yang menarik perhatian atau menggoda pembaca untuk membuka artikel tersebut. Jika hanya berdasar pada aktivitas ini yaitu bermaksud untuk mengundang agar *traffic* media online tersebut dapat meningkat dan media online tersebut dapat lebih dikenal oleh masyarakat maka aktivitas seperti ini sudah semakin umum dilakukan dalam dunia jurnalistik, sehingga aktivitas ini tidak dapat dikategorikan sebagai aktivitas *clickbait* yang illegal, namun perlu ditinjau lebih dalam apakah artikel yang bersifat *exaggeration* tersebut telah melanggar etika, norma kesopanan dan norma kesusilaan di masyarakat atautah tidak.
2. Artikel yang menggunakan huruf kapital yang berlebihan pada judul dan mengundang orang untuk mengikuti bisnis tersebut padahal bisnis tersebut belum terbukti kebenarannya.

Adapun untuk artikel yang satu ini, dapat dilakukan upaya perlindungan hukum preventif dan represif, semisal untuk perlindungan hukum preventif, yaitu dalam hal ini bertujuan untuk mencegah adanya pelanggaran atau hal-hal yang dapat merugikan kepentingan pengguna internet akibat *clickbait headline* dengan memberikan rambu-rambu.

Dalam melakukan pencegahan adanya pelanggaran (upaya hukum preventif), konsumen pengguna transaksi *e-commerce* telah dilindungi berdasarkan ketentuan Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yaitu berdasar pada Pasal 40 Ayat (2) UU ITE No. 11 tahun 2008 jo UU No. 19 tahun 2016, adalah sebagai berikut: 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.

Perlindungan preventif tersebut di atas menunjukkan terdapat kewajiban yang melekat bagi negara untuk memelihara dan

35 Josua Sitompul, *Cyberspace, Cybercrime, Cyberlaw: Tinjauan Aspek Hukum Pidana*, (Jakarta: PT. Tatanusa, 2012): 38.

36 Philipus M. Hadjon, *loc. cit.*, hal. 4.

37 Muchsin. *Op Cit.* hlm. 20

menjaga dari segala jenis gangguan akibat penyalahgunaan informasi elektronik yang dianggap mengganggu ketertiban umum, salah satunya jika konten *clickbait* telah dianggap mengganggu, maka masyarakat dapat mengajukan pelaporan kepada Kementerian Komunikasi dan Informatika untuk melakukan pemblokiran terhadap konten negatif tersebut. Pemblokiran tersebut dilakukan oleh Tim Panel. Tim panel disebut sebagai Forum Penanganan Situs Internet Bermuatan Negatif (FPSIBN) yang diatur dengan Keputusan Menteri Kominfo Nomor 90 tahun 2015. Tentunya permintaan atau laporan masyarakat akan dibahas terlebih dahulu dalam panel penilai yang bertugas untuk memverifikasi dan merekomendasikan keputusan kepada tim pengarah. Selanjutnya tim pengarah yang akan memberikan keputusan terkait pemblokiran situs negatif tersebut.

Selain itu juga, berdasarkan sosiologi hukum yang melihat hukum sebagai *government social control* maka diperlukan perangkat kaidah khusus yang berlaku guna menegakkan ketertiban dalam suatu kehidupan masyarakat sehingga hukum akan dipandang sebagai rujukan yang akan digunakan oleh pemerintah dalam melakukan pengendalian terhadap perilaku warga masyarakat.³⁸ Oleh karena itu, rujukan perlindungan hukum preventif terlihat dalam Pasal 49 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 82 tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik yang menegaskan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.

Dikarenakan belum terdapat aturan khusus yang mengatur *clickbait*, maka perlindungan hukum represif bagi pengguna internet jika ternyata judul artikel *clickbait* yang mengundang orang untuk berbisnis telah terbukti bahwa bisnis tersebut merupakan penipuan, maka dapat dapat

dikaitkan dengan pengenaan Pasal 378 KUHP dan UU ITE No. 11 tahun 2008 jo UU No. 19 tahun 2016 yaitu pada pasal 28 ayat (1) tentang menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.

Perlindungan hukum represif jika artikel *clickbait* sampai pada taraf merugikan konsumen terdapat dalam pengaturan Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, yaitu apabila pelaku usaha melanggar larangan memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut, maka pelaku usaha dapat dipidana berdasarkan Pasal 62 Ayat (1) UU Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi:

Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 Ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2) dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2 miliar.

Hingga saat ini belum terdapat kasus *clickbait* yang dilaporkan namun jika pengguna internet merasa dirugikan berkait aktivitas *clickbait* yang berujung pada penipuan maka aktivitas tersebut dapat dimasukkan dalam sebuah peristiwa hukum yaitu sebuah peristiwa pidana. Adapun *clickbait* yang berujung pada tindak pidana penipuan diancam dengan pidana penjara paling lama empat tahun.

Menurut D. Simons dalam C.S.T. Kansil, Peristiwa pidana itu adalah "*Een Strafbaregestelde, Onrechtmatige, Met Schuld in Verband Staande handeling Van een Toerekeningsvatbaar persoon*" (perbuatan salah dan melawan hukum yang diancam pidana dan dilakukan oleh seseorang yang mampu bertanggung jawab).³⁹

38 Donald black dalam Achmad Ali, 1998. Menjelajah Kajian Empiris Terhadap Hukum. Yarsif watampone: Jakarta, hlm: 19-32.

39 C.S.T. Kansil. *Pokok-pokok Hukum Pidana*. (Jakarta: Pradnya Paramita, 2004). hlm. 37

Suatu peristiwa agar dapat dikatakan sebagai suatu peristiwa pidana harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

- a). Harus ada suatu perbuatan, yaitu suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang.
- b). Perbuatan harus sesuai sebagaimana yang dirumuskan dalam Undang-undang. Pelakunya harus telah melakukan suatu kesalahan dan harus mempertanggungjawabkan perbuatannya.
- c). Harus ada kesalahan yang dapat dipertanggungjawabkan. Jadi perbuatan itu memang dapat dibuktikan sebagai suatu perbuatan yang melanggar ketentuan hukum.
- d). Harus ada ancaman hukumannya. Dengan kata lain, ketentuan hukum yang dilanggar itu dicantumkan sanksinya.⁴⁰

Jika ditilik, berdasarkan unsur-unsur tindak pidana penipuan yang terkandung dalam rumusan Pasal 378 KUHP di atas, maka R. Sugandhi mengemukakan pengertian penipuan adalah tindakan seseorang dengan tipu muslihat, rangkaian kebohongan, nama palsu dan keadaan palsu dengan maksud menguntungkan diri sendiri dengan tiada hak. Rangkaian kebohongan ialah susunan kalimat-kalimat bohong yang tersusun demikian rupa yang merupakan cerita sesuatu yang seakan-akan benar.⁴¹

Kejahatan penipuan terdapat dalam Buku II Bab XXV. Keseluruhan pasal pada Bab XXV ini dikenal dengan nama *bedrog* atau perbuatan curang. Bentuk pokok dari *bedrog* atau perbuatan curang adalah Pasal 378 KUHP tentang penipuan. Berdasarkan rumusan tersebut di atas, maka tindak pidana penipuan memiliki unsur pokok, yaitu:⁴²

- a). Menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum. Secara sederhana penjelasan dari unsur ini

yaitu tujuannya yaitu pelaku hendak mendapatkan keuntungan secara melawan hukum.

- b). Dengan menggunakan salah satu atau lebih alat penggerak penipuan (nama palsu, martabat palsu/keadaan palsu, tipu muslihat dan rangkaian kebohongan) dengan maksud pelaku menggerakkan orang lain untuk menyerahkan barang. Adapun alat-alat penggerak yang dipergunakan untuk menggerakkan orang lain adalah sebagai berikut:⁴³

- 1). Nama palsu, dalam hal ini adalah nama yang berlainan dengan nama yang sebenarnya meskipun perbedaan itu nampaknya kecil.
- 2). Tipu muslihat, yang dimaksud dengan tipu muslihat adalah perbuatan/ tindakan sedemikian rupa, sehingga perbuatan itu menimbulkan keyakinan atas kebenaran dari sesuatu kepada orang lain.
- 3). Martabat/keadaan palsu, pemakaian martabat atau keadaan palsu adalah seseorang berada dalam suatu keadaan tertentu, dan keadaan itu memberikan hak-hak lebih kepada seseorang yang berada dalam keadaan itu.
- 4). Rangkaian kebohongan, beberapa kata bohong saja dianggap tidak cukup. Berdasar Hoge Raad dalam arrest-nya 8 Maret 1926, menyatakan: suatu rangkaian kebohongan jika antara berbagai kebohongan itu terdapat suatu hubungan yang sedemikian rupa dan kebohongan yang satu melengkapi kebohongan yang lain sehingga mereka secara timbal balik menimbulkan suatu gambaran palsu seolah-olah merupakan suatu kebenaran.

⁴⁰ J.B. Daliyo, *Pengantar Hukum Indonesia*, (Jakarta. Prenhalindo, 2001), hlm. 93

⁴¹ R. Sugandhi, *Kitab Undang-Undang Hukum Pidana dan Penjelasannya*, (Surabaya. Usaha Nasional, 1980). hlm. 396-397

⁴² R. Soenarto Soerodibroto, *KUHP dan KUHP*. (Jakarta. Rajawali Pers, 1992), hlm. 241

⁴³ R. Soenarto Soerodibroto. *KUHP dan KUHP Dilengkapi dengan Yurisprudensi Mahkamah Agung dan Hoge Raad*. (Jakarta. Raja Grafindo Persada. 2006), hlm. 252

- c). Menggerakkan orang lain untuk menyerahkan sesuatu barang, atau memberi utang, atau menghapus utang. Dalam perbuatan ini diisyaratkan adanya hubungan kausal antara alat penggerak dan penyerahan barang. Sesuai Hoge Raad dalam arrest-nya Tanggal 25 Agustus 1923, bahwa harus terdapat suatu hubungan sebab musabab antara upaya yang digunakan dengan penyerahan yang dimaksud dari itu. Penyerahan suatu barang yang terjadi sebagai akibat penggunaan alat-alat penggerak dipandang belum cukup terbukti tanpa menguraikan pengaruh yang ditimbulkan karena dipergunakannya alat-alat tersebut menciptakan suatu situasi yang tepat untuk menyesatkan seseorang yang normal, sehingga orang tersebut terpedaya karenanya, alat-alat penggerak itu harus menimbulkan dorongan dalam jiwa seseorang sehingga orang tersebut menyerahkan sesuatu barang⁴⁴

Hingga saat ini, belum ada kasus penipuan yang berasal dari artikel *clickbait* yang dilaporkan. Hal ini terjadi bisa juga dikarenakan masyarakat yang menjadi korban enggan untuk melapor. Berdasarkan Analisa ID-SIRTII mengenai tren keamanan internet Indonesia mengungkapkan kasus penipuan online seperti fenomena gunung es. Kasus yang terungkap jauh lebih sedikit dibandingkan kasus yang tidak terungkap. Rendahnya kasus yang terungkap dikarenakan keengganan dan ketidaktahuan masyarakat untuk melaporkan kasus penipuan online. Kurangnya laporan membuat pihak berwajib sulit melakukan investigasi dan mengusut pelaku penipuan.⁴⁵

Komisi Nasional Perlindungan Konsumen dan Pelaku Usaha (KPKPU) merupakan salah satu badan yang berperan aktif dalam perlindungan konsumen. Berbagai upaya telah dilakukan oleh KPKPU

untuk mengatasi permasalahan konsumen dalam jual beli online. Mulai dari *call centre* untuk melakukan pengaduan. Namun, minat masyarakat untuk melakukan pengaduan online masih rendah. Kendala lain yang dihadapi adalah masalah sosialisasi karena keterbatasan sumber daya manusia dari KPKPU.

4. Artikel *clickbait* yang kontennya bersifat bombastis dan provokatif, seperti:
 - 1). LingkaranNews, 22 Juli 2016 dengan judul “Bahayanya Tenaga Kerja Asing China, adalah Mereka dibekali Pengetahuan Intelegen”.
 - 2). Facebook: Liputan77.com, tanpa tanggal dengan judul “Wajib dibaca Waspada Migrasi Massal 10 Juta Warga Negara China Masuk Indonesia. Sedangkan satu orang saja dapat Menggusur Pribumi se-DKI, Apalagi 10 Juta, Bagaimana Nasib Anak Cucu Kita Nanti, Bantu Share”.
 - 3). Eramuslim.com, 23 Juli 2016. Dengan judul “Waspada Tenaga Kerja Cina Banyak Perawakannya Mirip Tentara dan Dibekali Pengetahuan Intelegen”.

Adapun untuk article *clickbait* yang bersifat bombastis dan provokatif, harus dilihat secara lebih detail apakah dalam judul dan isi artikel yang berunsur *clickbait* tersebut menyebabkan adanya kerugian konsumen atau tidak. Selain itu, dapat dilihat apakah konten *clickbait* tersebut memuat pencemaran nama baik/ fitnah ataukah tidak (Pasal 27 ayat (3) UU ITE atau Pasal 310 dan 311 KUHP). Dapat dilihat pula apakah artikel *clickbait* tersebut mengandung konten yang bersifat provokasi negatif terhadap SARA ataukah tidak (Pasal 28 Ayat (2) UU ITE) karena berdasarkan UU No. 19 tahun 2016 tentang Perubahan atas UU No. 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik, jika artikel *clickbait* terbukti menyebabkan kerugian konsumen, *clickbait* terbukti menyebarkan fitnah, konten *clickbait* mengandung unsur SARA maka kemudian perbuatan tersebut dapat dipidana.

Aktivitas *clickbait* dapat dikategorikan merupakan kegiatan ilegal dan dijatuhi hukum pidana, jika aktivitas *clickbait* tersebut

44 R. Soenarto Soerodibroto. *Op Cit.* KUHP dan KUHP. hlm. 242

45 Salahuddien, M. Tren Keamanan Indonesia. 2011, accessed 16 November 2018, <http://idsirtii.or.id/category/agenda-kegiatan>.

telah mengandung unsur-unsur tindak pidana memiliki 5 (lima) macam sebagai berikut:⁴⁶

- a). Kelakuan dan akibat (perbuatan)
- b). Hal ikhwal atau keadaan yang menyertai perbuatan
- c). Keadaan tambahan yang memberatkan pidana
- d). Terdapat unsur melawan hukum yang objektif
- e). Terdapat unsur melawan hukum yang subyektif.

Aktivitas *clickbait* dapat dianggap telah melanggar hukum jika telah memenuhi unsur dalam rumusan Pasal 28 Ayat (1) Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik, yaitu jika telah memenuhi unsur:

- 1). Setiap orang adalah ditunjukkan kepada pelaku penyebar berita bohong atau menyesatkan;
- 2). Dengan sengaja dapat diartikan bentuk kesengajaan dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan, terbukti melakukan dalam hal melaksanakan delik yang diancamkan dalam pasal tersebut (kesalahan);
- 3). Tanpa hak diartikan sebagai melawan hukum yaitu tanpa adanya hak sendiri (*zonder eigen recht*), bertentangan dengan hukum pada umumnya (*in strijd met het recht in het algemeen*), bertentangan dengan hak pribadi seseorang (*in strijd met een anders subjectieve recht*), bertentangan dengan hukum objektif (*tegen het objectieve recht*). Penyebaran berita bohong atau hoax merupakan tindakan yang melawan hukum dan bertentangan dengan hak pribadi;
- 4). Menyebarkan berita yang tidak sesuai dengan fakta (perbuatan);
- 5). Objeknya yaitu berita bohong sama artinya dengan palsu, artinya sesuatu yang disiarkan mengandung hal yang tidak benar. Bersifat menyesatkan, yaitu isi yang disiarkan mengandung hal yang tidak sebenarnya, kabar yang

kosong, atau menceritakan secara tidak benar tentang suatu kejadian sehingga menyebabkan seseorang berpandangan salah/keliru;

- 6). Adanya akibat konstitutif yaitu mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik. Adapun yang disebut dengan kerugian, tidak hanya kerugian yang dapat dinilai dengan uang, tetapi segala bentuk kerugian. Misalnya, timbulnya perasaan cemas, malu, kesusahan, hilangnya harapan mendapatkan kesenangan atau keuntungan sebagiannya.

Unsur yang terakhir ini mensyaratkan berita bohong dan menyesatkan tersebut harus mengakibatkan suatu kerugian konsumen artinya tidak dapat dilakukan pemidanaan, apabila tidak terjadi kerugian konsumen di dalam transaksi elektronik. Hal ini dapat diancam dengan sanksi pidana yang terdapat pada Pasal 28 Ayat (1) terdapat pada Pasal 45 Ayat (1) yaitu hukuman pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

Sedangkan jika melihat pada pengaturan di dalam Undang-Undang Nomor 19 tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam Pasal 45 A (ketentuan Pasal 45 dalam UU No. 11 tahun 2008 diubah serta di antara Pasal 45 dan Pasal 46 disisipkan 2 (dua) pasal, yakni Pasal 45A dan Pasal 45B) yang menunjukkan bahwa sebuah artikel *clickbait* dapat dikatakan telah melanggar hukum jika:

- a. di dalamnya dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik dapat dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)
- b. dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/

⁴⁶ Andi Hamzah. *Bunga Rampai Hukum Pidana dan Acara Pidana*. (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2001), 25-27.

atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA) dapat dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

5. Melalui kuis di media sosial seperti facebook, instagram, twitter yaitu ketika setiap kuis yang ditawarkan di media online tersebut, meminta akses data pribadi seperti profil pribadi, email, list pertemanan, tanggal lahir dan juga nomor telepon, yang memungkinkan nomor penerima untuk mendapatkan pesan spam.

Maka, selain mengambil data pribadi, sistem kuis juga memungkinkan timbulnya *malware* (*malware* digunakan untuk menyerang komputer pengguna atau korbannya. Penyebaran *malware* dilakukan melalui pemanfaatan situs-situs yang memberikan *software* gratis pada penggunaannya. Pelaku juga sering kali membuat *software* yang diklaim akan menghilangkan registrasi atau menjalankan aktivasi program populer seperti adobe atau microsoft namun kenyataannya hal tersebut adalah instalasi program *malware* ke dalam komputer korbannya⁴⁷).

Selain itu, link *clickbait* yang satu ini juga dapat mengarah pada kejahatan siber yaitu *phising*. *Phising* (*password harvesting fishing*) adalah tindakan penipuan yang menggunakan email palsu atau situs website palsu yang bertujuan untuk mengelabui *user* sehingga pelaku bisa mendapatkan data *user* tersebut.⁴⁸ Tindakan penipuan ini berupa sebuah *link* yang seolah-olah berasal dari sebuah perusahaan resmi, misalnya bank dengan tujuan untuk mendapatkan data-data pribadi seseorang, misalnya PIN, nomor rekening, nomor kartu kredit, dan sebagainya.⁴⁹

Serangan phising mengikuti

perkembangan teknologi, karena di dunia *underground* (kumpulan para *hacker* yang jahat), terdapat pasar gelap yang menjual berbagai program untuk melakukan aksi *phising* ini. Aksi *phising* juga sangat erat hubungannya dengan teknik *hacking* karena pelaku *phising* banyak memanfaatkan kelemahan-kelemahan yang ada untuk mengelabui korban seperti ketidaktahuan para korban.⁵⁰

Perbuatan *cyber crime* dalam bentuk *phising*, salah satunya dengan membuat tampilan yang mirip dengan aslinya. Pengaturan penanggulangan *cyber crime phising* diatur dalam Undang-undang nomor 11 Tahun 2008 jo Undang-undang nomor 19 tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam Pasal 35 sebagai berikut: “Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum melakukan manipulasi, penciptaan, perubahan, penghilangan, pengrusakan informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik dengan tujuan agar informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik tersebut dianggap seolah-olah data yang otentik”. Perbuatan tersebut diancam dengan sanksi pidana dalam Pasal 51 Ayat (1) UU ITE yang menentukan: “setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 35 dipidana penjara paling lama 12 (dua belas) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.12.000.000.000,00 (dua belas miliar)”.

Adapun kasus *clickbait* yang berunsur *cyber crime phising* adalah jenis tindak pidana yang sulit dideteksi. Tidak seperti kejahatan konvensional biasa, korban kejahatan pada umumnya tidak menyadari bahwa ia bahkan telah menjadi korban. Walau mereka mengetahui telah menjadi korban, umumnya mereka tidak melaporkan karena beranggapan bahwa hukum yang ada belum dapat menjerat pelaku, selain itu ada anggapan bahwa masih kurangnya pengetahuan aparat hukum mengenai perkembangan teknologi sehingga kurang dapat mengantisipasi perkembangan kejahatan ini secara lebih cepat, serta anggapan bahwa pembuktian kejahatan bidang teknologi di depan

47 S'to, *Certified Ethical Hacker 400% Illegal*, (Jasakom, 2011) 159.

48 Victoria, *Bongkar Rahasia E-Banking Security dengan Teknik Hacking dan Carding*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), 214

49 IGN Mantra, “Potensi Ancaman Keamanan Email Perusahaan”, *Info Komputer*, 9 September 2015: 71

50 S'to, *Certified Ethical Hacker 400% Illegal*, (Jasakom, 2011): 146

pengadilan sangatlah sulit.⁵¹

C. Upaya Mengurangi Artikel *Clickbait* *Headline* di Media Online

Keberhasilan perlindungan dan penegakan hukum tidak bisa dilepaskan dari bagaimana kesadaran masyarakat. Pada umumnya, kesadaran hukum dikaitkan dengan ketaatan hukum atau efektivitas hukum. Kesadaran hukum akan terwujud apabila ada indikator pengetahuan hukum, sikap hukum dan perilaku hukum yang patuh pada hukum.⁵² Menurut Soerjono Soekanto, ketaatan hukum berkaitan pula dengan apakah kepentingan-kepentingan masyarakat terjamin atau tidaknya oleh wadah hukum yang ada.⁵³ Adapun untuk menciptakan konsumen yang sadar hukum dimulai dengan menciptakan konsumen kritis. Dalam membentuk jiwa konsumen kritis, pemerintah sebaiknya memberikan pengetahuan terkait hukum media, literasi media dan propaganda *fake news*, selain itu juga pengetahuan terkait cara memilih dan memilah artikel *clickbait*, cara mengidentifikasi dan menganalisis artikel-artikel berunsur *clickbait*, serta pada akhirnya konsumen kritis mampu mengevaluasi artikel *clickbait* karena pada dasarnya artikel *clickbait* memanfaatkan orang yang malas membaca sehingga konsumen tersebut memiliki daya nalar yang rendah dan mudah untuk menyebarkan artikel *clickbait* tersebut.

Menurut Achmad Ali, sosiologi hukum mengkaji pengendalian sosial dalam masyarakat. Pengendalian sosial tersebut oleh sosiologi hukum dikaji dalam kaitannya dengan sosialisasi yaitu proses dalam pembentukan masyarakat.⁵⁴ Sosialisasi yang dapat dilakukan salah satunya dengan mengedukasi masyarakat terkait aktor dan *stakeholder* di balik bisnis *clickbait*. Selain itu

juga perlu dimasukkan dalam kurikulum terkait teknik konsumsi berita secara kritis.

Manusia sebagai makhluk sosial menyadari eksistensi kaidah sosial yang ada dalam masyarakatnya meliputi kaidah moral, agama, dan kaidah sosial lainnya. Dengan adanya kesadaran tersebut diharapkan warga masyarakat menaatinya, maka tampaklah bahwa sosiologi hukum, cenderung memandang sosialisasi sebagai suatu proses yang mendahului dan menjadi pra kondisi sehingga memungkinkan pengendalian sosial dilaksanakan secara efektif.⁵⁵ Oleh karena itu, diperlukan sosialisasi terkait konten *clickbait* seperti apa yang terafiliasi dan dapat menjurus pada hal-hal yang bersifat provokatif dan *hoax*. Sosialisasi ini diperlukan karena penyebaran artikel *clickbait* lebih mudah terjadi pada tipe orang yang *easy to click for monkey*, yakni orang yang mudah terpancing judul-judul provokatif dan akan membaginya tanpa tahu betul isi tulisannya. Hal ini tentunya akan menguntungkan pemilik web atau akun yang memasang tulisan berkonten *clickbait* demi mendapatkan keuntungan semata.

Perubahan sosial dan hukum dapat terjadi dengan adanya penemuan-penemuan di bidang teknologi. Sebagaimana yang dikemukakan oleh William F. Ogburn, menyatakan bahwa penemuan-penemuan baru di bidang teknologi merupakan faktor utama yang menjadi penyebab terjadinya perubahan-perubahan sosial oleh karena penemuan-penemuan tersebut mempunyai daya berkembang yang kuat.⁵⁶ Dengan adanya perkembangan teknologi maka media online dapat membuat algoritma/tools yang dapat mengurangi artikel *clickbait*, sehingga jika terdapat artikel dengan judul melebih-lebihkan atau judul yang tidak sesuai dengan konten artikel dapat dideteksi sejak awal dan memudahkan jika akan melakukan pelaporan kepada Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Ketaatan terhadap hukum juga dapat dilakukan melalui proses *internalization*. *Internalization*, yaitu jika seseorang taat terhadap suatu aturan benar-benar karena ia merasa aturan itu sesuai dengan nilai-nilai intrinsik yang dianutnya. Internalisasi juga dapat mendukung pembentukan masyarakat cerdas hukum. Masyarakat cerdas hukum adalah masyarakat yang memahami

51 Niniak Suparni, *Cyberspace Problematika & Antisipasi Pengaturannya*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), 122.

52 Simatupang, Taufik H. 2016. Sistem Hukum Perlindungan Kekayaan Intelektual dalam rangka Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. Jurnal Penelitian De Jure Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, Volume 17, nomor 2, Juni 2017, hlm. 202. <http://ejournal.balitbangham.go.id/index.php/dejure/article/view/154/pdf>

53 Soekanto, Soerjono. 1986. Pengantar Penelitian Hukum. UI Press, Jakarta

54 Ali, Achmad. 1998. Menjelajah Kajian Empiris Terhadap Hukum. Yarsif watampone: Jakarta, hlm: 19-32.

55 *Ibid*

56 Soekanto, Soerjono. Sosiologi Suatu Pengantar. Jakarta: Rajawali Pers, 2012

hukum secara komprehensif yang terkait dengan hak dan kewajibannya, mengetahui kebolehan-kebolehan dan larangan-larangan serta memahami keuntungan dan resiko apa saja yang akan dialami terkait perbuatan hukum yang dilakukannya, teliti dan cermat dalam mengambil langkah-langkah dan tindakan-tindakan hukum serta mampu menjauhi segala perbuatan yang dapat menimbulkan pelanggaran hukum, serta mampu menghindari perbuatan yang menjurus kepada pelanggaran hukum.⁵⁷ Adapun untuk membentuk kepribadian internet *users* yang secara sadar taat pada aturan maka dapat dilakukan melalui jalur pendidikan.

Salah satu hal paling dasar yang harus dipahami yaitu jika pengguna internet hendak mengirimkan informasi pribadi melalui internet, sebaiknya mampu menyebarkan informasi dengan cara yang sangat hati-hati. Pastikan bahwa website tersebut aman (*secured*), jangan melakukan klik pada sembarang *link* terutama *link* yang berasal dari sumber yang tidak dikenal dan meminta informasi pribadi. *Phising* sering dilakukan dengan *spyware* sehingga perlu untuk memasang anti-*spyware software* ke dalam sistem komputer agar dapat mencegah masuknya *phising* ke dalam sistem komputer.

Secara filosofis manusia selalu mencari perlindungan dari ketidakseimbangan yang dijumpainya, baik yang menyangkut hak-haknya, perilaku terhadapnya. Perlindungan itu, dapat berupa perbuatan maupun melalui aturan-aturan, sehingga tercapai keseimbangan yang selaras bagi kehidupan. Hukum, dalam hal ini hukum pidana, merupakan salah satu upaya untuk menyeimbangkan hak-hak tersebut.⁵⁸

Jika pada akhirnya pengguna internet merasa dirugikan karena adanya konten *clickbait*, upaya hukum yang dapat dilakukan yaitu mengajukan gugatan secara perdata ke pengadilan atau mengajukan laporan ke kepolisian sehingga dapat segera dilakukan penegakan hukum terhadap peristiwa hukum tersebut, karena pada akhirnya

penegakkan hukum harus memperhatikan 4 unsur yaitu kepastian hukum (*Rechtssicherheit*), kemanfaatan hukum (*Zweckmassigkeit*), keadilan hukum (*Gerechtigkeit*), jaminan hukum (*Doelmatigkeit*).⁵⁹

KESIMPULAN

Konten web *clickbait* tidak dianggap melanggar hukum jika hanya mendasarkan aktivitasnya pada judul yang melebih-lebihkan (hiperbola) atau artikel yang judulnya tidak sesuai dengan isi atau artikel yang menarik perhatian atau menggoda pembaca untuk membuka artikel dikarenakan adanya umpan klik. Di sisi lain, konten web *clickbait* dianggap sebagai konten web yang melanggar hukum jika di dalamnya mengandung hal-hal *illegal content* seperti penghinaan, pencemaran nama baik (diatur dalam Pasal 27 Ayat (3) UU ITE No. 19 tahun 2016), pelanggaran kesusilaan, berita bohong, perjudian, pemerasan, pengancaman, penipuan untuk merugikan konsumen (diatur dalam Pasal 28 Ayat (1) UU ITE No. 19 tahun 2016), provokasi yang menimbulkan rasa kebencian/SARA, permusuhan individu, ancaman kekerasan atau menakut-nakuti secara pribadi (diatur dalam Pasal 28 Ayat (2) UU ITE No. 19 tahun 2016).

Perlindungan hukum terhadap artikel *clickbait* dapat dilakukan secara preventif ataupun represif. Secara preventif perlindungan hukum dilakukan dengan pemberian rambu-rambu atau rujukan, salah satunya melalui UU ITE No. 11 tahun 2008 jo UU No.19 tahun 2016 yaitu 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. Perlindungan preventif ini juga dengan membentuk Forum Penanganan Situs Internet Bermuatan Negatif (FPSIBN) sehingga masyarakat dapat mengajukan aduan pemblokiran konten negatif kepada Kementerian Komunikasi dan Informatika, selain itu juga rujukan perlindungan hukum preventif terdapat pada Pasal 40 Ayat (2), dan Pasal 49 Ayat (1) Peraturan Pemerintah tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik yaitu pemerintah

57 Jarwadi. 2016. Strategi Pengembangan Budaya Hukum. Jurnal Penelitian Hukum De Jure, Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, volume 16, nomor 1, Maret 2016, hlm. 89, <http://ejournal.balitbangham.go.id/index.php/dejure/article/view/77/23>

58 Koesparmono Irsan, *Korban Kejahatan Perbankan*, (Bandung: Eresco, 1995): 15.

59 Ishaq. *Dasar-dasar Ilmu Hukum*. (Jakarta. Sinar Grafika. 2009), hlm. 43

memberikan rambu-rambu kepada pelaku usaha yang akan menawarkan produk secara elektronik harus dilengkapi dengan syarat-syarat.

Adapun untuk perlindungan hukum represif bagi pengguna internet jika ternyata judul konten web *clickbait* yang mengundang orang untuk berbisnis telah terbukti bahwa bisnis tersebut merupakan penipuan, maka dapat dikaitkan dengan pengenaan Pasal 378 KUHP dan UU ITE No. 11 tahun 2008 jo UU No. 19 tahun 2016 yaitu pada Pasal 28 Ayat (1) dan juga Pasal 45 A dalam Undang-undang Nomor 19 tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik serta Pasal 62 Ayat (1) UU Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Clickbait melalui bentuk kuis di media online yang meminta informasi pribadi dan menggiring hal tersebut ke dalam suatu *malware* dan *phising*, maka akan diancam dengan Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 jo Undang-undang Nomor 19 tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam Pasal 35. Perbuatan tersebut juga diancam dengan sanksi pidana dalam Pasal 51 ayat (1) UU ITE yang menentukan: “setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 35 dipidana penjara paling lama 12 (dua belas) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.12.000.000.000,00 (dua belas miliar).

Dalam rangka mengurangi konten web *clickbait* di media online dapat dilakukan beberapa upaya seperti meningkatkan kesadaran taat hukum dengan memberikan pengetahuan melek literasi kepada netizen baik bagaimana cara mengidentifikasi atau menganalisis artikel *clickbait*, selain itu perlu untuk memberi pemahaman terkait bahaya artikel *clickbait* yang telah terafiliasi dan menjurus pada hal-hal yang bersifat provokatif dan *hoax*, sebaiknya dapat dibuat algoritma/ *tools* yang dapat mengurangi artikel *clickbait*, memasukkan teknik konsumsi berita secara kritis ke dalam kurikulum di sekolah, serta pada akhirnya jika konsumen yang merasa dirugikan karena adanya artikel *clickbait* dapat mengajukan upaya hukum baik secara perdata ataupun pidana.

SARAN

Fenomena *clickbait* saat ini terjadi karena didorong oleh banyak faktor. Faktor yang paling menentukan adalah minimnya budaya literasi masyarakat Indonesia, selain itu ketertarikan

masyarakat Indonesia pada berita-berita yang berbau sensasional, adanya *curiosity gap* (kesenjangan yang hilang dan membuat penasaran pembaca untuk meng-klik tautan yang dapat menjawab keingintahuan mereka), selain itu juga karena adanya celah informasi (pembaca ingin mendapatkan kejelasan dan mengurangi ketidakpastian) serta itikad tidak baik dari pembuat artikel *clickbait* yang ingin mengejar keuntungan semata.

Oleh karena itu, perlu meningkatkan budaya membaca sebelum melakukan *sharing* atas suatu berita, jangan langsung meng-klik segala sesuatu sebelum membaca secara berhati-hati (terutama hal ini berfungsi untuk menghindari *malware* dan *phising*), dan sebaiknya perlu di bentuk patroli siber di media online oleh aparat atau kementerian komunikasi dan informatika yang bertugas untuk memindai level artikel *clickbait* seperti berada pada kategori konten web *clickbait* biasa, kategori menengah serta kategori berbahaya. Patroli siber dibutuhkan saat ini terutama menjelang pemilu dikarenakan pemerintah belum melihat konten web *clickbait* sebagai sesuatu yang harus diatur melalui aturan khusus, padahal *clickbait* seyogyanya jika tidak dikelola dengan tepat memiliki peluang untuk menimbulkan *hoax* di masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur dipanjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat sehingga penelitian ini dapat diselesaikan, penulis mengucapkan terima kasih kepada mbak Vince Mutiara Rumata atas dukungan dan inspirasi nya pada penelitian ini, selain itu juga kepada Pusat Pengembangan Profesi dan Sertifikasi, Badan Litbang SDM Kemkominfo untuk terselenggaranya penelitian ini.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Buku, Makalah dan Jurnal

- Ali, Achmad. *Menjelajah Kajian Empiris Terhadap Hukum*. Jakarta: Yarsif Watampone, 1998.
- Chakraborty, et al. *Stop Clickbait: Detecting and Preventing Clickbaits in Online News Media*. Prosiding International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM). Department of Computer Science and Engineering Indian Institute of Technology. Kharagpur, 2016.
- Daliyo, J.B. *Pengantar Hukum Indonesia*. Jakarta: Prenhalindo, 2001.
- Dworkin, Ronald, "The Original Position," *University of Chicago Law Review*: Vol. 40, <https://chicagounbound.uchicago.edu/uclrev/vol40/iss3/4>: 250, 1973.
- Hadjon, Philipus M. *Perlindungan Bagi Rakyat di Indonesia*. Surabaya: PT.Bina Ilmu, 1987.
- Hamzah, Andi. *Bunga Rampai Hukum Pidana dan Acara Pidana*. Jakarta : Ghalia Indonesia, 2001.
- Hurst, N. *To Clickbait or Not to Clickbait? An Examination of Clickbait Headline Effects on Source Credibility*. Thesis. The University of Missouri Colombia, 2016.
- Ibrahim, Johnny. *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*. Malang: Bayumedia Publishing, 2006.
- Irsan. Koesparmono. *Korban Kejahatan Perbankan*. Bandung: Eresco, 1995.
- Ishaq. *Dasar-Dasar Ilmu Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika, 2009.
- Jarwadi. "Strategi Pengembangan Budaya Hukum". *Jurnal Penelitian Hukum De Jure, Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia*. Volume 16. (Maret 2016). <http://ejournal.balitbangham.go.id/index.php/dejure/article/view/77/23>.
- Kansil, C.S.T. *Pokok-pokok Hukum Pidana*. Jakarta: Pradnya Paramita, 2004.
- Kertanegara, Rizky. "Penggunaan Clickbait Headlone pada situs Berita dan Gaya Hidup Muslim Dream.co.id". Media Tor. *Jurnal Komunikasi*. Vol 11 (1). Juni 2018.
- Mantra, IGN. "Potensi Ancaman Keamanan Email Perusahaan". *Info Komputer*, 9 September 2015.
- Muchsin. "Perlindungan dan Kepastian Hukum bagi Investor di Indonesia." Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret, 2003.
- Pinto, Dale, "International Bureau of Fiscal Documentation. E-Commerce and Source-Based Income Taxation". Doctoral Series, v. 6. Amsterdam: IBFD, 2003.
- Pusat Penelitian dan Pengembangan Aplikasi Informatika dan Informasi dan Komunikasi Publik, Penggunaan Media Sosial oleh Individu, Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika. 2017.
- Pusat Penelitian dan Pengembangan Aplikasi Informatika dan Informasi dan Komunikasi Publik, Survey Penggunaan TIK: Kepemilikan Smart Phone oleh Individu, Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika. 2017.
- Pusat Penelitian dan Pengembangan Aplikasi Informatika dan Informasi dan Komunikasi Publik, Aktivitas Penggunaan Internet vs Tingkat Pendidikan, Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika. 2017.
- Rahardjo, Satjipto. *Ilmu hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti. Cetakan ke-V, 2000.
- Richard Doernberg, Luc Hinnekens, Walter Hellerstein & Jinyan Li, *Electronic Commerce and Multijurisdictional Taxation*, 2001.
- Rumata, Vince Mutiara. "Clickbait, Peluang Bisnis dan Kajian Ilmiah Perilaku Sharing Informasi di Era Digital". *Jurnal Media Komunikasi Ilmiah*, Vol. 16 No. 1 Juni (2017).
- Setiono. "Rule of Law (Supremasi Hukum)". Surakarta: Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret, 2004.
- Simatupang, Taufik H. "Sistem Hukum Perlindungan Kekayaan Intelektual dalam rangka Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat". *Jurnal Penelitian De Jure Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia*, Volume 17, nomor 2, Juni (2017).

<http://ejournal.balitbangham.go.id/index.php/dejure/article/view/154/pdf>.

Sitompul, Josua. *Cyberspace, Cybercrime, Cyberlaw: Tinjauan Aspek Hukum Pidana*. Jakarta: PT. Tatanusa, 2012

Soekanto, Soerjono. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press, 1981.

Soekanto, Soerjono dan Sri Mamudji. *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.

Soemitro, Ronny Hanitijo. *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988.

Soerodibroto dan R. Soenarto. *KUHP dan KUHP*. Jakarta: Rajawali Pers, 1992.

Soerodibroto dan R. Soenarto. *KUHP dan KUHP dilengkapi dengan Yurisprudensi Mahkamah Agung dan Hoge Raad*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.

Subakti, D.A. *In-depth Report: Media Online di Indonesia; Transisi Menuju Media Kapital*. Jakarta: Yayasan Satu Dunia, 2011.

Sugandhi, R. *Kitab Undang-Undang Hukum Pidana dan Penjelasannya*. Surabaya: Usaha Nasional, 1980.

Suparni, Niniek. *Cyberspace: Problematika dan Antisipasi Pengaturannya*. Jakarta: Sinar Grafika, 2009.

S'to, *Certified Ethical Hacker 400% Illegal*, Jasakom, 2011.

Towse, Ruth. Christian Handke dan Paul Stepan. "The Economics of Copyright Law: a Stocktake of the Literature". *Review of Economic Research on Copyright Issues*, vol 5 (i), 2008.

Victoria. *Bongkar Rahasia E-Banking Security dengan Teknik Hacking dan Carding*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013.

Wahyudi, Dheny. *Perlindungan Hukum Terhadap Korban Kejahatan Cyber Crime di Indonesia*. Bandung: Jurnal Ilmu Hukum, Universitas Padjajaran.

Westin, Richard. A. *International Taxation of Electronic Commerce*. The Hague. Boston: Kluwer Law International, 2000.

Peraturan Perundang-undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Pidana

Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Republik Indonesia, 1999.

Undang-undang Nomor 19 tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Republik Indonesia, 2016.

Peraturan Pemerintah Nomor 82 tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Republik Indonesia, 2012.

Internet

"Apakah Artikel dengan Judul yang Clickbait itu Bagus?". M. Iqbal Akbar. Accessed 20 Oktober 2018. <http://www.muhalak.com/2016/08/positif-dan-negatif-menggunakan-judul-yang-clickbait.html>.

"Apa itu perangkap Clickbait?". *Docotel*. Accessed Oktober 25, 2018. <https://blog.docotel.com/2017/03/29/apa-itu-perangkap-clickbait/>

"Clickbait: The changing face of online journalism". *Ben Frampton*. BBC news. Accessed Oktober 10, 2018. <http://www.bbc.com/news/uk-wales-34213693>.

"Facebook Saring Berita Clickbait dari Linimasa Pengguna". *Oik Yusuf*. Kompas.com. Accessed Oktober 5, 2018. <https://tekno.kompas.com/read/2016/08/07/11090087/Facebook.Saring.Berita.Clickbait.dari.Linimasa.Pengguna>.

Facebook launches war on clickbait headlines, George Avalos, 2017, <https://phys.org/news/2017-05-facebook-war-clickbait-headlines.html>.

Facebook continues its war on clickbait, Megan Geuss, 2016, <https://arstechnica.com/information-technology/2016/08/facebook-continues-its-war-on-clickbait/>

"Lebih dari 50 Persen Pengguna Internet Masih Tergoda Clickbait" *Yoseph Edwin*. Accessed September 18, 2018. <http://Beritaagar.id>

De Jure

Akreditasi: Kep. Dirjen. Penguatan Risbang. Kemenristekdikti:
No:30/E/KPT/2018

“Media: Mengenal Jebakan Klik”. *Fandi Sido*. Accessed Juli 20, 2018. [https://www.kompasiana.com/afsee/media-mengenal-jebakan klik_54f77e62a333112c6f8b45d8](https://www.kompasiana.com/afsee/media-mengenal-jebakan-klik_54f77e62a333112c6f8b45d8).

“Opinions Expressed by ICN Authors are Their Own”. *Ben Rothke*. Just say no to Facebook quizzes, Accessed September 1, 2018. <https://www.csoononline.com/article/3214264/fraud/just-say-no-to-facebook-quizzes.html>.

Pengertian Content Web Database., Ichaartikel. <https://ichaartikel.wordpress.com/pengertian-content-web-database/>

“Pengertian dan Karakteristik Media Online”. *Romeltea*. Accessed August 5, 2018. <http://romeltea.com/media-online-pengertian-dan-karakteristik>.

“Terbongkar ini dia trik clickbait yang banyak membuat berita hoax di internet”. *Ari Bowo*. Accessed November 1, 2018, <http://aribowo.net/terbongkar-ini-dia-trik-clickbait-yang-membuat-banyak-berita-hoax-di-internet>.

The Economy of Clickbait”. Argo Note 1, *Sulin Sardoschau*. 2017. Accessed November 5, 2018, http://argothinktank.org/wp-content/uploads/2017/05/ARGO-Note-Clickbait_Eng.pdf

“The More Outrageous, The better: How Clickbait Ads Make Money for Fake News Sites”. *Joshua Gillin*. Accessed November 2, 2018, <https://www.politifact.com/punditfact/article/2017/oct/04/more-outrageous-better-how-clickbait-ads-make-mone/>.

This Analysis on the Emergence of Clickbait Will Blow You Away. *Sudeep Agarwal*. Accessed Oktober 1, 2018, <http://sudeep.co/data-science/machine-learning/sentiment-analysis/This-Analysis-on-the-Emergence-of-Clickbait-Will-Blow-You-Away/>.

Tren Keamanan Indonesia. *Salahuddien, M.* 2011. accessed 16 November 2018, <http://idsirtii.or.id/category/agenda-kegiatan>.