

Tantangan Etika Jurnalisme Online: Studi Kasus Pemberitaan JawaPos.com dalam Konteks Regulasi UU ITE

Muh. Mahsyah Nawaffani^{1*}, Faruq Alhasbi², Nafi' Hanifah³, Ibni Nur Salamah Haryanto²

¹Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia

²Institut Islam Mamba'u Ulum Surakarta, Indonesia

³Universitas Muhammadiyah PKU Surakarta, Indonesia

*Email: mazinnawaffani@gmail.com

Received: 1 August 2025 / Accepted: 25 August 2025 / Published online: 28 August 2025

Abstract

Rapid advances in information technology have transformed news consumption toward online platforms, incentivizing speed and traffic-driven content that often yields sensational headlines (*clickbait*) and weak verification practices; two JawaPos.com reports serve as case points illustrating how media framing can carry ethical and legal ramifications in the digital news ecosystem. This study aims to examine how framing in two articles on JawaPos.com shapes public narratives and to assess the implications for journalistic ethics and Indonesia's Electronic Information and Transactions Law (UU ITE). A qualitative case study approach was employed, with textual analysis of the selected news items as the primary unit. Data were collected from archived news content, legal documents (UU ITE, Press Council's Cyber Media Guidelines), and academic literature. Robert N. Entman's framing model (define problems, diagnose causes, make moral judgment, suggest remedies) guided the analysis, accompanied by source triangulation to ensure validity. Results indicate both reports rely on emotionally charged diction and social-media-sourced opinions without adequate verification; the "suggest remedies" element is largely absent, undermining balance and fact-checking. Such framing practices pose legal risks, potentially implicating Clauses 27A, 28(1), and 45A of the UU ITE, as the publication of unverified identities and allegations may harm personal reputations and propagate misleading information. Online newsrooms must strengthen editorial controls and layered verification procedures, aligning newsroom practices with cyber media guidelines and UU ITE, to preserve journalistic integrity and mitigate legal exposure.

Keywords: clickbait, framing, journalistic ethics, UU ITE, online media.

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi menggeser konsumsi berita ke ranah daring dan mendorong praktik pemberitaan yang mengedepankan kecepatan serta trafik, yang sering kali berujung pada headline sensasional (*clickbait*) dan pengabaian verifikasi. Dua kasus pemberitaan di JawaPos.com menjadi ilustrasi terkait dampak framing dan potensi implikasi hukum dalam konteks media daring. Penelitian ini bertujuan mengkaji bagaimana framing pemberitaan pada dua artikel JawaPos.com membentuk narasi publik dan menilai implikasinya terhadap etika jurnalistik serta ketentuan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Pendekatan kualitatif studi kasus digunakan dengan analisis teks sebagai unit analisis, data dikumpulkan melalui dokumentasi arsip berita, peraturan hukum (UU ITE, Pedoman Media Siber), dan literatur relevan. Analisis menggunakan model framing Robert N. Entman (define problems, diagnose causes, make moral judgment, suggest remedies) serta triangulasi sumber untuk menjaga validitas. Temuan menunjukkan bahwa kedua pemberitaan cenderung mengutamakan diksi dramatis dan sumber opini netizen tanpa verifikasi memadai, tahap "suggest remedies" minim atau absen, sehingga keberimbangan dan verifikasi terabaikan. Framing tersebut berpotensi menimbulkan

konsekuensi hukum, khususnya terkait Pasal 27A, 28 ayat (1), dan 45A UU ITE, karena pemuatannya identitas dan tuduhan yang belum terkonfirmasi dapat merugikan reputasi individu dan memicu penyebaran informasi menyesatkan. Media daring perlu memperkuat mekanisme editorial dan verifikasi, serta mengharmonisasikan praktik redaksional dengan Pedoman Media Siber sesuai ketentuan UU ITE untuk menjaga integritas jurnalistik dan mengurangi risiko hukum.

Kata kunci: clickbait, framing, etika jurnalistik, UU ITE, media daring.



© 2025 Oleh authors. Lisensi Pawarta *Journal of Communication and Da'wah*, Institut Islam Mamba'u'l 'Ulum (IIM) Surakarta. Artikel ini bersifat *open access* yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan Creative Commons Attribution (CC BY) license. (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat teknologi informasi telah merevolusi lanskap media di Indonesia, menjadikan media daring sebagai sumber utama masyarakat dalam mengakses berita hari ini. Portal berita seperti *JawaPos.com* memiliki daya jangkau luas dan kecepatan publikasi tinggi yang menciptakan persaingan sengit untuk menarik perhatian audiens. Namun, kecepatan ini terkadang mengorbankan prinsip dasar jurnalisme seperti akurasi, verifikasi, dan objektivitas yang membuat fenomena clickbait semakin menguat (Devina & Irawan, 2021).

Clickbait, yakni penggunaan judul berita (*headline*) provokatif untuk menggoda klik pembaca, telah menjadi strategi umum dalam media daring. *Headline* yang provokatif ini sering kali menyesatkan, tidak mencerminkan keseluruhan isi berita, atau memicu reaksi emosional otomatis dari pembaca (Molyneux & Coddington, 2020). Dalam konteks perilisan berita digital yang berorientasi trafik, *headline* semacam ini justru mendahulukan sensasi ketimbang konteks substansi (Prastyo, 2021).

Walaupun media daring di Indonesia sudah diatur dengan Pedoman Pemberitaan Media Siber Dewan Pers dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), praktik *clickbait* tetap marak di jagad maya (Hadiyat, 2019; Mastura et al., 2023). UU ITE mengatur

larangan pencemaran nama baik (Pasal 27A), serta penyebaran berita bohong yang merugikan pihak lain (Pasal 28 ayat 1). Meskipun demikian, terdapat celah interpretasi terhadap praktik *clickbait* atau *headline* sensasional yang belum diatur secara eksplisit sebagai pelanggaran dalam regulasi tersebut (Nurhalimah et al., 2024). Hal ini karena *clickbait* sering kali belum dikategorikan sebagai bentuk *cybercrime*, kecuali jika mengandung konten ilegal, seperti fitnah atau ujaran kebencian (Kusumawardani, 2019).

Fenomena *clickbait* yang marak di pers daring menunjukkan adanya pergeseran prioritas dari etika jurnalisme menjadi logika ekonomi, di mana nilai berita diukur dari potensi viral dan jumlah klik. Meskipun regulasi seperti UU ITE telah mengatur konten bermasalah seperti pencemaran nama baik, celah hukum tetap ada karena *clickbait* itu sendiri sering kali tidak diklasifikasikan sebagai pelanggaran, kecuali jika mengandung unsur kejahatan lain (Kusumawardani, 2019). Hal ini diperparah oleh tekanan persaingan ketat di antara media daring yang berebut perhatian audiens, sehingga etika profesi sering kali dikorbankan demi mengejar *traffic* dan keuntungan iklan (Hadiyat, 2019). Oleh karena itu, mengatasi *clickbait* tidak cukup hanya mengandalkan regulasi, melainkan harus kembali pada prinsip etika jurnalistik yang menekankan akurasi, objektivitas, dan tanggung jawab sosial. Komitmen terhadap etika ini menjadi

kunci untuk membangun kembali kredibilitas media dan memastikan pers dapat menjalankan perannya sebagai pilar demokrasi yang menyediakan informasi berkualitas, bukan sekadar hiburan sensasional.

Dalam jangka waktu bulan Juli 2025, ditemukan dua kasus pemberitaan di *JawaPos.com* yang memperlihatkan betapa framing dan aspek hukum saling bertaut. Pertama, pemberitaan "Di Mata Masyarakat ASN Kemenag Dicap Sebagai Malaikat, Menag Ingatkan Pegawainya Minimal Tidak Seperti Iblis" yang terbit pada 14 Juli 2025. *Headline* tersebut memuat diksi ekstrem, "malaikat" dan "iblis", yang meskipun bersifat metaforis, memiliki potensi framing emosi pembaca secara kuat. Penggunaan metafor ini menunjukkan bagaimana pilihan kata yang provokatif bisa membentuk persepsi moral terhadap ASN secara general tanpa konteks lengkap di *body-news*, sehingga membuka ruang bias interpretasi jika dikonsumsi secara terpisah, seperti hanya aktivitas klik-judul saja. Kedua, pemberitaan "Netizen Menduga, Orang Tua yang Menuntut Rp 25 Juta ke Guru Ahmad Zuhdi Adalah Politikus Partai Perindo" yang terbit pada 19 Juli 2025. *Headline* tersebut menghadirkan dugaan publik yang tidak terkonfirmasi, melampirkan identitas dan afiliasi politik tanpa klarifikasi resmi. Publikasi semacam ini tidak hanya berisiko merugikan reputasi individu, tetapi juga berpotensi melanggar Pasal 27A (pencemaran nama baik) dan Pasal 28 ayat 1 (penyebaran informasi bohong) UU ITE.

Dari segi akademis, berbagai studi telah mengeksplorasi fenomena *clickbait* dalam konteks etika dan framing. Nurhalimah et al. (2024) menyoroti pemahaman wartawan yang menetujui bahwa ketidaksesuaian antara *headline* dan isi, yang didorong oleh tuntutan target trafik media digital, memang terjadi dan menjadi hal umum. Mastura et al. (2023) menyoroti

praktik *clickbait* oleh figur publik yang tetap berjalan untuk menarik audiens dan monetisasi. Namun, sebagian besar penelitian terkini belum menautkan analisis framing dengan potensi implikasi hukum UU ITE secara mendalam. Selain itu, kecermatan analisis terhadap pemberitaan portal berita mainstream seperti *JawaPos.com* dalam perspektif ini masih terbatas.

Inilah gap penelitian yang ingin dijembatani. Dengan menggunakan analisis framing Entman yang menelusuri seleksi, definisi masalah, penyorotan moral, dan solusi yang dihadirkan, penelitian ini menginvestigasi bagaimana berita dibingkai dan apa implikasinya terhadap norma jurnalistik serta regulasi hukum. Integrasi antara pendekatan framing dan analisis UU ITE diharapkan menambah kedalaman kajian dibandingkan penelitian kebanyakan yang hanya berfokus pada etika jurnalistik saja.

Pemilihan *JawaPos.com* sebagai objek kajian didasarkan pada statusnya sebagai media nasional dengan trafik tinggi yang memberi dampak luas terhadap opini publik. Setiap framing berita yang dipublikasikan berisiko memengaruhi persepsi kolektif secara signifikan, terlebih di tengah pola konsumsi informasi masyarakat yang terkadang hanya membaca *headline* dan paragraf awal saja (Vosoughi et al., 2018).

Dengan demikian, penelitian ini bukan hanya melengkapi literatur komunikasi dan media daring, tetapi juga menyajikan rekomendasi praktis bagi jurnalis dan regulator untuk meningkatkan kepatuhan terhadap etika dan hukum di era digital. Pendekatan terintegrasi antara analisis framing dan pemetaan regulasi diharapkan menjadi kontribusi strategis dalam menjaga integritas jurnalisme online di Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus yang difokuskan pada pemberitaan di *JawaPos.com* yang terbit pada bulan Juli 2025. Pemilihan metode ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam konteks, proses, dan framing berita serta potensi implikasinya terhadap etika jurnalistik dan ketentuan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Studi kasus dipilih karena sesuai untuk mengungkap fenomena aktual dalam konteks kehidupan nyata (*real-life context*) dan memungkinkan peneliti memeriksa detail kasus secara menyeluruh (Denzin & Lincoln, 2018).

Unit analisis dalam penelitian ini adalah teks berita daring yang dimuat di portal *JawaPos.com*. Analisis difokuskan pada *headline* (judul berita), *lead* (paragraf pembuka), dan struktur isi berita (*body-news*). Data dikumpulkan melalui dokumentasi digital dengan mengakses arsip berita, menyimpan *screenshot* dan *soft copy* berita, serta mengidentifikasi unsur-unsur teks yang relevan dengan analisis framing dan UU ITE. Selain data primer berupa teks berita, penelitian ini juga memanfaatkan data sekunder berupa dokumen hukum meliputi UU ITE, Pedoman Media Siber Dewan Pers, dan literatur ilmiah terkait framing dan etika jurnalistik (Entman, 1993; Eriyanto, 2015).

Analisis data dilakukan menggunakan model framing Entman (1993) yang terdiri dari empat elemen pokok, yaitu *define problems* untuk mengidentifikasi masalah utama yang ditekankan berita, *diagnose causes* atau menentukan penyebab masalah sebagaimana dikonstruksikan media, *make moral judgment* atau menggambarkan evaluasi moral yang melekat pada berita, dan *suggest remedies* atau menyajikan solusi yang ditawarkan atau disiratkan (Entman, 1993). Setiap berita dianalisis untuk melihat bagaimana

keempat elemen tersebut dibingkai, kemudian dibandingkan dengan ketentuan UU ITE dan Pedoman Media Siber untuk mengidentifikasi potensi pelanggaran.

Untuk menjaga validitas dan reliabilitas penelitian, dilakukan triangulasi sumber dengan membandingkan data berita *JawaPos.com* dengan dokumen hukum dan kajian akademik. Selain itu, peneliti menyiapkan *audit trail* yang berisi data mentah, catatan analisis, dan dokumentasi proses penelitian, sehingga penelitian ini dapat direplikasi oleh peneliti lain.

HASIL & DISKUSI

Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), khususnya yang telah direvisi melalui Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2024, berfungsi sebagai landasan hukum utama yang mengatur aktivitas di ruang digital. Secara spesifik, UU ITE mengandung pasal-pasal krusial yang relevan dengan media siber, seperti Pasal 27A yang mengatur larangan pencemaran nama baik, serta Pasal 28 ayat (1) yang melarang penyebaran berita bohong yang dapat menimbulkan kerugian di kalangan masyarakat. Keberadaan UU ITE memberikan dasar hukum bagi penegakan sanksi pidana terhadap konten yang bersifat ilegal. Namun, implementasinya seringkali menimbulkan perdebatan karena pasal-pasal tersebut berpotensi menimbulkan interpretasi ganda dan dapat menjadi alat untuk membatasi kebebasan berekspresi, sehingga perlu diterapkan dengan cermat agar tidak mengancam fungsi pers (Alhasbi et al., 2023).

Sebagai pelengkap dari kerangka hukum, Dewan Pers menerbitkan Pedoman Pemberitaan Media Siber yang dituangkan dalam Surat Keputusan No. 03/SK-DP/I/2012. Pedoman ini berfungsi sebagai panduan etika bagi jurnalis dan pengelola media daring. Berbeda dengan UU ITE yang memiliki sanksi hukum pidana, pedoman

ini bersifat etis dan penegakannya dilakukan secara internal oleh Dewan Pers. Aturan ini secara khusus menekankan pentingnya berita yang akurat, faktual, dan tidak bersifat clickbait atau sensasional. Pedoman ini juga mengatur prosedur teknis seperti mekanisme hak jawab dan koreksi. Kedua instrumen ini, UU ITE yang bersifat hukum dan Pedoman Dewan Pers yang bersifat etik, bekerja bersama untuk menciptakan ekosistem media siber yang bertanggung jawab dan menjaga profesionalisme jurnalisme.

Meskipun ada kerangka hukum dan etika, fenomena *clickbait* tetap marak, menunjukkan adanya kesenjangan antara aturan dan praktik. Oleh karena itu, langkah selanjutnya adalah melakukan **analisis konten** secara empiris. Dengan memeriksa langsung konten media, kita bisa mengidentifikasi pola *clickbait* yang ada dan mengukur seberapa efektif regulasi yang berlaku. Proses ini akan memberikan data konkret untuk mengevaluasi dampak *clickbait* terhadap kualitas informasi yang diterima publik.

Analisis ini memusatkan perhatian pada dua berita dari *JawaPos.com* yang terbit pada Juli 2025, dengan tujuan mengungkap bagaimana proses framing dilakukan dan bagaimana implikasinya jika ditinjau dari perspektif etika jurnalistik dan regulasi hukum, khususnya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) beserta perubahannya. Model framing Entman digunakan untuk menelusuri empat dimensi pokok dalam konstruksi berita: *define problems* (pendefinisian masalah), *diagnose causes* (penentuan penyebab), *make moral judgment* (penilaian moral), dan *suggest remedies* (usulan solusi). Keempat dimensi ini kemudian dibandingkan dengan ketentuan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), Undang-

Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Atas UU ITE dan Peraturan Dewan Pers Tentang Pedoman Pemberitaan Media Siber (2012) untuk menilai potensi pelanggaran.

Di Mata Masyarakat ASN Kemenag Dicap Sebagai Malaikat, Menag Ingatkan Pegawainya Minimal Tidak Seperti Iblis



Hilmi Setiawan - Senin, 14 Juli 2025 | 12:22 WIB



Menag Nasaruddin Umar. (Kemenag)

JawaPos.com - Di depan Aparatur Sipil Negara (ASN) baru Kementerian Agama (Kemenag), Menag Nasaruddin Umar menyampaikan banyak pesan. Diantaranya soal etika atau gaya hidup. Dia menegaskan masyarakat menaruh ekspektasi yang tinggi kepada pegawai Kemenag.

Gambar 1. Berita “Di Mata Masyarakat ASN Kemenag Dicap ... Minimal Tidak Seperti Iblis” yang terbit pada 14 Juli 2025 (Setiawan, 2025).

Berita pertama yang dianalisis adalah pemberitaan “Di Mata Masyarakat ASN Kemenag Dicap Sebagai Malaikat, Menag Ingatkan Pegawainya Minimal Tidak Seperti Iblis” yang terbit pada 14 Juli 2025. *Headline* ini mengandung diksi yang sangat kuat secara emosional, yaitu kontras antara “malaikat” dan “iblis”, yang secara kultural di Indonesia memiliki konotasi moral absolut, malaikat identik dengan kesucian, sedangkan iblis identik dengan keburukan absolut. Meskipun konteks aslinya bersifat retoris dan dimaksudkan untuk memberi peringatan moral kepada ASN, framing dalam *headline* membuat pembaca cenderung menangkapnya sebagai kritik keras atau bahkan tuduhan moral terhadap ASN secara umum. Penempatan kata “minimal” dalam frasa “minimal tidak seperti iblis” juga memberi kesan standar moral ASN sangat rendah,

sehingga pembaca yang hanya membaca *headline* berpotensi membentuk persepsi negatif tanpa memeriksa isi berita secara utuh (Nurhalimah et al., 2024).

Praktik ini dapat dikategorikan sebagai *clickbait* karena memanfaatkan sensasi emosional untuk menarik klik, tanpa memberikan gambaran kontekstual yang seimbang. Studi-studi terdahulu menunjukkan bahwa *clickbait* memicu keterlibatan pembaca dalam jangka pendek, tetapi berisiko mengikis kepercayaan publik terhadap media jika isi berita tidak selaras dengan ekspektasi yang dibentuk oleh judul (Blom & Hansen, 2015). Dalam kasus ini, *headline* membingkai masalah secara dramatis (*overdramatization*) yang dalam teori framing dapat mengubah pemahaman publik terhadap fakta (Eriyanto, 2015). Dari perspektif hukum, meskipun berita ini tidak menyebutkan individu tertentu, penyudutan kelompok profesi secara luas masih memiliki potensi masalah, terutama jika pernyataan atau framing tersebut disalahgunakan di media sosial untuk menyerang kelompok tertentu (UU ITE Pasal 27A).

Fenomena ini semakin relevan ketika dikaitkan dengan pola konsumsi berita di era digital. Banyak pembaca hanya mengakses *headline* dan *lead* tanpa melanjutkan membaca keseluruhan isi berita, sehingga *headline* yang bersifat provokatif akan membentuk persepsi yang bertahan lama di benak audiens (Devina & Irawan, 2021; Hadiyat, 2019). Dalam kerangka ini, *clickbait* bukan sekadar strategi pemasaran konten, tetapi juga instrumen pembingkaiian realitas yang memiliki dampak sosial signifikan. Jika tidak dikendalikan, praktik tersebut dapat memicu bias sistemik dalam opini publik dan memperburuk polarisasi di masyarakat digital (Kusumawardani, 2019; Mastura et al., 2023).

Selain itu, perkembangan algoritma media sosial yang mengedepankan keterlibatan (*engagement-driven algorithms*) turut memperkuat efek *clickbait*. *Headline* yang kontroversial atau emosional cenderung lebih banyak dibagikan dan mendapatkan interaksi, sehingga secara otomatis diprioritaskan oleh algoritma untuk menjangkau audiens lebih luas (Munger & Phillips, 2022). Dalam konteks ini, media daring yang menggunakan strategi *clickbait* bukan hanya memengaruhi pembacanya secara langsung, tetapi juga memperluas jangkauan isu melalui amplifikasi algoritmik. Akibatnya, potensi dampak hukum yang muncul dari konten yang bias atau tidak diverifikasi menjadi semakin besar, karena persepsi publik terbentuk dan menyebar jauh sebelum klarifikasi atau koreksi diterbitkan.

Lebih jauh, praktik *clickbait* mengancam prinsip dasar jurnalisme yaitu akurasi, keberimbangan, dan verifikasi (Blom & Hansen, 2015; Mahendra & Sukartik, 2024). Kecenderungan mengutamakan sensasi menggeser peran media dari pengawas publik (*watchdog*) menjadi sekadar pengumpul trafik daring. Ketika framing dilakukan dengan cara yang berlebihan tanpa memperhatikan akurasi, media rentan kehilangan kredibilitas jangka panjang. Dalam jangka panjang, kondisi ini dapat merugikan demokrasi karena masyarakat mengandalkan informasi yang bias atau menyesatkan dalam membentuk opini politik maupun sosial. Oleh karena itu, analisis atas pemberitaan *JawaPos.com* ini menegaskan perlunya regulasi dan praktik redaksional yang lebih ketat untuk memastikan keseimbangan antara kebutuhan menarik audiens dengan tanggung jawab etis dan hukum.

Berita kedua yang dianalisis adalah “Netizen Menduga, Orang Tua yang Menuntut Rp 25 Juta ke Guru Ahmad Zuhdi Adalah Politikus Partai Perindo” yang

terbit pada 19 Juli 2025. *Headline* berita ini secara langsung memuat tuduhan yang bersumber dari opini publik di media sosial. Pemberitaan menyertakan nama lengkap, afiliasi politik, dan jejak digital seseorang, termasuk foto baliho kampanye, tanpa konfirmasi atau verifikasi dari pihak yang bersangkutan maupun Partai Perindo. Framing seperti ini menempatkan opini publik sebagai basis berita, yang rawan bias dan belum tentu memenuhi standar verifikasi jurnalistik (Kovach & Rosenstiel, 2021).

Netizen Menduga, Orang Tua yang Menuntut Rp 25 Juta ke Guru Ahmad Zuhdi Adalah Politikus Partai Perindo



Abdul Rahman – Sabtu, 19 Juli 2025 | 22:43 WIB



NO URUT 2



SITI MUALIMAH

Siti Mualimah, orang tua yang diduga menuntut Rp 25 juta ke guru agama gara-gara anaknya dihukum akibat kenaikaninya. (Istimewa)

Gambar 2. Berita “Netizen Menduga, Orang Tua yang Menuntut ... Politikus Partai Perindo” yang terbit pada 19 Juli 2025 (Rahman, 2025).

Potensi pelanggaran hukum pada kasus ini lebih nyata dibandingkan kasus pertama. UU ITE Pasal 27A secara eksplisit mlarang perbuatan menyerang kehormatan atau nama baik orang lain melalui media elektronik. Jika identitas yang dimuat ternyata tidak benar atau tidak relevan dengan tuduhan yang diberitakan, hal ini dapat dikategorikan sebagai pencemaran nama baik. Selain itu, Pasal 28 ayat (1) UU ITE melarang penyebaran informasi bohong atau menyesatkan yang dapat merugikan pihak tertentu. Tanpa konfirmasi dan verifikasi, pemberitaan ini dapat memenuhi unsur “informasi yang

Nawaffani et al. | *Tantangan Etika Jurnalistik Online....*

menyesatkan” sebagaimana dimaksud pasal tersebut (BIP, 2017).

Dalam kerangka etika jurnalistik, praktik semacam ini termasuk dalam kategori pelanggaran prinsip verifikasi yang merupakan fondasi utama dalam proses peliputan berita. Menurut Kovach & Rosenstiel (2021), jurnalisme yang sehat hanya dapat dijalankan apabila setiap informasi yang disampaikan kepada publik telah melalui uji kebenaran yang ketat. Mengandalkan opini netizen sebagai basis pemberitaan tanpa melakukan konfirmasi kepada pihak terkait sama artinya dengan mengabaikan standar dasar akurasi. Kondisi ini tidak hanya merugikan individu yang diberitakan, tetapi juga melemahkan kredibilitas media sebagai institusi publik yang seharusnya berfungsi sebagai penyaji fakta (Kovach & Rosenstiel, 2021).

Lebih jauh, pemberitaan berbasis dugaan publik yang tidak diverifikasi juga memperkuat risiko penyebaran disinformasi di ruang digital. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa informasi yang salah atau tidak lengkap memiliki kecenderungan menyebar lebih cepat dibandingkan berita yang faktual, terutama di platform media sosial (Pennycook & Rand, 2021). Ketika informasi tersebut diberi legitimasi oleh media arus utama, kecepatan penyebaran meningkat secara eksponensial dan dampaknya semakin sulit dikendalikan. Akibatnya, pihak yang dirugikan mengalami kerugian reputasi yang tidak sebanding dengan mekanisme koreksi atau klarifikasi yang mungkin dilakukan kemudian.

Fenomena ini juga menggambarkan tantangan besar bagi penerapan UU ITE dalam konteks pemberitaan daring. Meskipun pasal-pasal seperti 27A dan 28 ayat (1) sudah tersedia sebagai perangkat hukum, implementasinya kerap menghadapi dilema antara perlindungan

reputasi individu dan kebebasan pers. Studi terbaru menyebut bahwa perlindungan hukum harus berjalan seimbang dengan prinsip kebebasan berekspresi, agar tidak menimbulkan efek jera yang justru membatasi ruang demokrasi (Kusumawardani, 2019; Lim, 2022; Ningrum & Ni'ami, 2025). Dengan demikian, kasus ini memperlihatkan kebutuhan akan standar editorial yang lebih ketat di tingkat redaksi, sehingga

media dapat menghindari jebakan disinformasi tanpa harus mengorbankan independensi jurnalistiknya.

Kedua berita ini menunjukkan bahwa framing yang dilakukan media daring tidak hanya berdampak pada pembentukan opini publik, tetapi juga memiliki implikasi hukum yang nyata. Analisis framing keduanya disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 1. Analisis Framing Berita dengan Model framing Robert N. Entman.

No	Headline	Define problems	Diagnose Causes	Moral Judgement	Suggest Remedies
1	“Di Mata Masyarakat ASN Kemenag ... Minimal Tidak Seperti Iblis”	ASN dinilai harus menjaga moralitas tinggi, namun framing <i>headline</i> minimal tidak memperlihatkan standar moral rendah.	Pemilihan diksi ekstrem untuk memberi efek dramatis dan menarik perhatian pembaca.	ASN yang tidak bermoral disamakan dengan “iblis”, memberi stigma negatif kolektif.	Tidak ada solusi konkret, hanya imbauan moral tanpa penjelasan kebijakan atau langkah perbaikan.
2	“Netizen Menduga, Orang Tua yang Menuntut Rp 25 ... Adalah Politikus Partai Perindo”	Munculnya tuduhan publik terhadap individu terkait kasus guru Ahmad Zuhdi.	Berita mengandalkan opini netizen dari media sosial tanpa verifikasi langsung.	Individu ditampilkan seolah bersalah; reputasi pribadi dan afiliasi politik terancam.	Tidak ada klarifikasi dari pihak bersangkutan; potensi kerugian reputasi tidak diantisipasi.

Dari tabel tersebut terlihat bahwa pada kedua kasus, tahap *suggest remedies* dalam framing nyaris tidak hadir. Media tidak menyediakan langkah korektif atau alternatif pandangan untuk menyeimbangkan informasi, sehingga pembaca hanya mendapatkan sudut pandang yang dibingkai secara dramatis. Hal ini bertentangan dengan prinsip dasar jurnalisme yang menuntut keberimbangan (*balance*) dan verifikasi (*verification*) sebelum publikasi (McQuail, 2010).

Selain itu, kedua berita sama-sama memperlihatkan *over-reliance* pada elemen dramatisasi untuk membangun *engagement* pembaca. Pada berita pertama, dramatisasi dilakukan melalui metafora religius yang ekstrem, begitu juga pada berita kedua, dramatisasi hadir melalui ekspos identitas personal yang dikaitkan

dengan dugaan publik. Fenomena ini memperkuat temuan penelitian sebelumnya bahwa dalam ekosistem media digital, tekanan untuk mendapatkan klik sering menggeser prioritas dari akurasi dan integritas menuju sensasionalisme (Vosoughi et al., 2018).

Implikasi etisnya adalah berkurangnya kepercayaan publik terhadap media arus utama. Jika publik merasa *headline* berita tidak merepresentasikan isi secara akurat, atau jika media dianggap tidak melakukan verifikasi yang memadai, maka kredibilitas jangka panjang akan terancam. Sementara dari sisi hukum, framing yang terlalu condong pada sensasi berpotensi menimbulkan tuntutan pidana atau perdata, sebagaimana diatur dalam UU ITE dan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) terkait pencemaran nama baik.

Kedua kasus ini menegaskan perlunya mekanisme kontrol internal yang lebih ketat di ruang redaksi media daring. Mekanisme ini harus memastikan bahwa setiap pemberitaan, terutama yang melibatkan identitas personal atau kelompok, melalui proses verifikasi yang komprehensif dan mempertimbangkan implikasi hukum sebelum dipublikasikan. Peraturan Dewan Pers tentang Pedoman Pemberitaan Media Siber (2012) dan revisi Peraturan Dewan Pers tentang Pedoman Pengelolaan Akun Media Sosial Perusahaan Pers (2022) secara eksplisit mengatur bahwa media harus menjaga martabat individu dan tidak menayangkan konten yang dapat mempermalukan atau merugikan pihak tertentu secara tidak perlu. Jika pedoman ini diinternalisasi dan diimplementasikan secara konsisten, maka risiko pelanggaran hukum dan etika dapat diminimalisir.

Dengan demikian, hasil analisis ini menunjukkan bahwa framing dalam pemberitaan *JawaPos.com* pada dua kasus yang dikaji cenderung mengutamakan daya tarik emosional dan sensasionalisme, dengan minimnya penekanan pada verifikasi dan keberimbangan informasi. Hal ini menjadi tantangan serius bagi etika jurnalistik di era digital, di mana tekanan trafik seringkali bertentangan dengan prinsip akurasi dan tanggung jawab sosial media.

Berdasarkan pemetaan elemen framing yang diidentifikasi dalam kedua berita tersebut, terindikasi adanya konstruksi pesan yang berpotensi menimbulkan konsekuensi hukum. Oleh sebab itu, pembahasan selanjutnya diarahkan pada analisis yuridis terhadap konten pemberitaan, dengan fokus pada potensi pelanggaran ketentuan Pasal 27A, Pasal 45A, dan Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik beserta perubahannya.

Potensi Pelanggaran UU ITE

Pasal 27A dan 45A

Pasal 27A UU ITE mengatur larangan perbuatan menyerang kehormatan atau nama baik orang lain melalui media elektronik. Rumusan ini diperkuat dengan Pasal 45A ayat (2) yang menetapkan ancaman pidana bagi pelanggarannya, yaitu pidana penjara paling lama empat tahun dan/atau denda paling banyak Rp750 juta. Dalam praktiknya, unsur pokok pasal ini mencakup: (1) adanya pernyataan atau muatan yang merendahkan martabat seseorang; (2) disampaikan melalui media elektronik; dan (3) menimbulkan kerugian atau rasa malu bagi pihak yang disasar (BIP, 2017).

Analisis pada berita *JawaPos.com* bertanggal 19 Juli 2025 berjudul "Netizen Menduga, Orang Tua yang Menuntut Rp 25 Juta ke Guru Ahmad Zuhdi Adalah Politikus Partai Perindo" menunjukkan adanya potensi terpenuhinya unsur-unsur tersebut. Berita ini secara eksplisit memuat nama lengkap, afiliasi politik, dan citra visual (balihko kampanye) seseorang berdasarkan dugaan netizen. Informasi tersebut dipublikasikan di media daring yang dapat diakses luas oleh publik, sehingga memenuhi unsur "melalui media elektronik".

Ketika identitas personal ditautkan dengan tuduhan yang belum diverifikasi, potensi kerugian reputasi menjadi signifikan. Seorang individu yang dituduh melakukan perbuatan tertentu akan menghadapi risiko stigma sosial dan politis, bahkan jika kemudian tuduhan itu terbukti tidak benar. Menurut literatur hukum media, menyebutkan identitas dalam kasus yang belum terbukti secara hukum merupakan bentuk *premature judgment* yang rentan melanggar hak asasi individu atas perlindungan nama baik (Ahmad et al., 2025).

Dalam kerangka Pasal 27A, berita ini berpotensi memenuhi unsur serangan kehormatan atau nama baik karena: (1) pernyataan mengandung tuduhan merugikan reputasi; (2) dilakukan di ruang publik daring; dan (3) bersumber dari opini pihak ketiga (netizen) yang belum diverifikasi. Walaupun *JawaPos.com* mungkin berargumen bahwa mereka sekadar melaporkan opini publik, secara hukum media tetap memikul tanggung jawab atas kebenaran informasi yang dipublikasikan (UU Pers Pasal 5 ayat 1 dan 2).

Pasal 45A ayat (2) menjadi relevan karena menentukan sanksi pidana bagi perbuatan tersebut. Dalam praktik peradilan, pembuktian pelanggaran pasal ini sering kali mengacu pada dua aspek, yakni niat (*mens rea*) dan akibat (*actus reus*). Niat dapat dilihat dari keputusan redaksi untuk mempublikasikan informasi tanpa verifikasi, sementara akibat dapat dilihat dari kerugian sosial, politik, atau psikologis yang diderita pihak yang dituduh.

Potensi Pelanggaran UU ITE Pasal 28 Ayat (1)

Pasal 28 ayat (1) UU ITE menyatakan: “*Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.*” Walaupun redaksi pasal ini secara eksplisit menyinggung “konsumen”, dalam praktik penegakan hukumnya tafsir diperluas untuk mencakup penyebaran informasi menyesatkan yang berpotensi merugikan pihak tertentu di ruang digital, meskipun konteksnya bukan transaksi komersial langsung (Lengkey, 2025; Ningrum & Ni’ami, 2025; Prastyo, 2021).

Pemberitaan yang bersumber pada opini netizen tanpa verifikasi faktual berisiko memenuhi unsur “berita bohong dan menyesatkan”. Dalam kasus berita

JawaPos.com 19 Juli 2025, dugaan bahwa seorang politikus adalah pihak yang menuntut guru Ahmad Zuhdi sebesar Rp 25 juta disajikan tanpa klarifikasi dari pihak yang dituduh maupun dari partai politik terkait. Padahal, menurut Pedoman Pemberitaan Media Siber (2012) maupun Pedoman Pengelolaan Akun Media Sosial Perusahaan Pers (2022), setiap informasi yang berasal dari sumber tidak resmi harus diverifikasi sebelum dipublikasikan, atau setidaknya diberi label jelas sebagai informasi yang belum terkonfirmasi.

Framing berita ini mengandalkan *social media sourcing*, yaitu teknik mengangkat konten dari media sosial menjadi materi berita. Walaupun teknik ini diakui sebagai bagian dari jurnalisme modern, banyak penelitian menunjukkan bahwa *social media sourcing* tanpa proses verifikasi yang memadai meningkatkan risiko penyebaran informasi keliru (Hermida, 2012). Ketika informasi tersebut kemudian diperkuat oleh kredibilitas media arus utama, tingkat kepercayaan publik terhadap kebenaran tuduhan akan meningkat, meskipun tuduhan itu tidak berdasar.

Selain itu, unsur “tanpa hak” terpenuhi karena pihak media tidak memiliki otoritas atau persetujuan untuk mempublikasikan identitas dan afiliasi politik seseorang dalam konteks tuduhan yang belum terbukti. Potensi “kerugian” dapat diartikan secara luas, termasuk kerugian reputasi, peluang politik, dan dampak sosial di komunitas individu tersebut.

Penerapan Pasal 28 ayat (1) pada kasus ini menjadi semakin relevan karena sifat media daring yang *shareable* di media sosial. Begitu berita dipublikasikan, *headline* dan kutipan kunci dapat beredar luas di luar kontrol redaksi, sering kali terlepas dari konteks aslinya. Dalam literatur komunikasi digital, fenomena ini dikenal sebagai *context collapse*—yaitu hilangnya konteks asli ketika konten

berpindah lintas platform (Marwick & Boyd, 2011). *Context collapse* memperbesar potensi misinformasi karena audiens mengonsumsi informasi dalam potongan yang terfragmentasi.

Dengan demikian, pemberitaan seperti ini tidak hanya berpotensi melanggar Pasal 27A dan 45A terkait pencemaran nama baik, tetapi juga Pasal 28 ayat (1) terkait penyebaran informasi menyesatkan. Dalam konteks etika jurnalistik, hal ini mencerminkan kegagalan pada tahap verifikasi dan tanggung jawab redaksi untuk mencegah publikasi informasi yang belum terbukti.

KESIMPULAN

Penelitian ini memperlihatkan bahwa strategi pembingkaian berita (*framing*) yang digunakan media daring memiliki peran penting dalam membentuk cara publik memahami dan merespons suatu isu. Melalui telaah terhadap dua pemberitaan di *JawaPos.com*, teridentifikasi pola penekanan tertentu yang tidak hanya memengaruhi persepsi audiens, tetapi juga menimbulkan kerentanan terhadap potensi konsekuensi hukum. Pemilihan kata yang bersifat provokatif dan penyajian informasi tanpa konfirmasi memadai berpotensi memunculkan interpretasi yang menyimpang dari konteks asli. Hal ini menandakan bahwa proses editorial yang mengedepankan sensasi dibandingkan keseimbangan dan verifikasi dapat menggeser fungsi media sebagai penyaji informasi yang akurat dan dapat dipercaya.

Temuan ini menegaskan bahwa integritas jurnalistik tidak dapat dilepaskan dari tanggung jawab hukum. Media daring perlu mengelola konten secara hati-hati dengan memastikan kesesuaian antara judul dan isi, menerapkan verifikasi berlapis, serta mempertimbangkan implikasi etis dan legal sebelum publikasi.

Nawaffani et al. | *Tantangan Etika Jurnalistik Online....*

Penerapan prinsip-prinsip ini tidak hanya menjaga reputasi dan kredibilitas media, tetapi juga menjadi bentuk perlindungan terhadap pihak-pihak yang diberitakan. Dengan demikian, penelitian ini menekankan pentingnya sinergi antara etika jurnalistik dan kepatuhan pada regulasi sebagai landasan praktik media yang profesional di era digital.

Abbreviations/Singkatan

UU	: Undang-undang
UU ITE	: Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik

Acknowledgements/Terima kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada pihak institusi dan rekan-rekan sejawat yang turut membantu dalam proses pengumpulan data serta diskusi akademik. Selain itu, penulis juga menyampaikan apresiasi kepada para reviewer dan editor Pawarta Journal of Communication and Dawah atas masukan dan koreksi yang sangat berarti dalam penyempurnaan artikel ini.

Authors' Contribution/Kontribusi Penulis

Penulis I berkontribusi dalam penyusunan kerangka konseptual, analisis data, finalisasi manuskrip dan korespondensi.

Penulis II berkontribusi dalam penyusunan kerangka konseptual, metodologi, dan telaah pustaka.

Penulis III dan IV berkontribusi dalam pengumpulan data dan analisis data.

Seluruh penulis telah membaca, meninjau, dan menyetujui versi akhir artikel sebelum dikirimkan untuk publikasi.

Declarations/Deklarasi

Consent to publications/Persetujuan untuk publikasi. Kami menyatakan menyetujui artikel ini untuk diterbitkan dalam Pawarta Journal of Communication and Dawah.

Competing interest/Persetujuan kepentingan & konflik. Kami menyatakan bahwa tidak ada konflik kepentingan secara finansial, personal, dan lainnya terkait materi yang dibahas dalam artikel ini.

Authors' details/Profil penulis

Muhammad Mahsyia Nawaffani adalah Dosen di Program Komunikasi & Penyiaran Islam, Institut Islam Mamba'ul Ulum Surakarta. Fokus riset pada komunikasi dakwah, media digital, dan dakwah kontemporer. **Faruq Alhasbi** merupakan Dosen di program yang sama, yang mempunyai fokus riset pada kajian komunikasi, media kreatif, dan komunikasi strategis. **Nafi' Hanifah** merupakan pegawai aktif di Universitas Muhammadiyah PKU

Surakarta. Ibni Nur Salamah Haryanto merupakan mahasiswa aktif pada Program Komunikasi & Penyiaran Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, R. S., Puspaningtyas, D. A., & Ismary, M. N. K. Al. (2025). Perlindungan Hukum Terhadap Privasi Pribadi di Era Digital. *The Juris*, 9(1), 15–23. <https://doi.org/10.56301/juris.v9i1.1307>
- Alhasbi, F., Ramli, Asfar, A., Setyaningsih, R., Ismail, K., Harahap, T. K., Pratikna, R. N. R. N., Rachmawati, F., Agustiningsih, G., Sanjaya, R., Lestari, S., Nurliyani, Oktaviani, D. D., & Rakhman, C. U. (2023). Pengantar Ilmu Komunikasi. In *Penerbit Tahta Media* (1st ed., Issue SE-Katalog Buku). Tahta Media Group. <http://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/view/40>
- BIP. (2017). *Undang-Undang Informasi dan Transaksi Eletronik: Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008*. Penerbit Bhuana Ilmu Populer.
- Blom, J. N., & Hansen, K. R. (2015). Click bait: Forward-reference as lure in online news headlines. *Journal of Pragmatics*, 76, 87–100. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2014.11.010>
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The Sage Handbook of Qualitative Research* (5th ed.). SAGE Publications, Inc.
- Devina, E., & Irawan, R. E. (2021). Analysis of Click Bait Phenomena in Indonesia Online News Media: Tribunnews.com with News Value. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210305.033>
- Nawaffani et al. | *Tantangan Etika Jurnalistik Online....*
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Eriyanto. (2015). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. LKiS.
- Hadiyat, Y. D. (2019). Clickbait on Indonesia Online Media. *Journal Pekommash*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2019.2040101>
- Hermida, A. (2012). Tweets and Truth: Journalism as a discipline of collaborative verification. *Journalism Practice*, 6(5–6), 659–668. <https://doi.org/10.1080/17512786.2012.667269>
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2021). *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect* (4th ed.). Crown Publishing.
- Kusumawardani, Q. D. (2019). Perlindungan Hukum bagi Pengguna Internet terhadap Konten Web Umpan Klik di Media Online. *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 19(1), 11. <https://doi.org/10.30641/dejure.2019.V19.11-30>
- Lengkey, D. J. (2025). Kajian Hukum Mengenai Pertanggungjawaban Pidana oleh Pelaku Penipuan melalui Media Komunikasi Seluler. *Lex Privatum Jurnal Fakultas Hukum Unsrat*, 15(5). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lexprivatum/article/view/61895>
- Lim, M. (2022). Disinformation and digital media regulation in Southeast Asia: Navigating between control and freedom. *Journal of Current Southeast Asian Affairs*, 41(2), 235–257.

- <https://doi.org/10.1177/1868103422107821>
- Mahendra, K., & Sukartik, D. (2024). Jurnalisme Clickbait di Media Online tribunpekanbaru.com dan riauonline.co.id. *Jurnal Rise Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi (JRMDK)*, 6(1), 118–131.
- Marwick, A. E., & Boyd, D. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society*, 13(1), 114–133. <https://doi.org/10.1177/1461444810365313>
- Mastura, F. P., Utami, D., & Lukitowati, S. (2023). Etika Jurnalistik Penggunaan Clickbait oleh Vodcast Deddy Corbuzier dalam Mengemas Isu Seksualitas. *MEDIUM: Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi UIR*, 11(1), 52–67. <https://doi.org/10.35678/medium.v11i1.3411>
- McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory* (6th ed.). SAGE Publications, Inc.
- Molyneux, L., & Coddington, M. (2020). Aggregation, Clickbait and Their Effect on Perceptions of Journalistic Credibility and Quality. *Journalism Practice*, 14(4), 429–446. <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1628658>
- Munger, K., & Phillips, J. (2022). Right-Wing YouTube: A Supply and Demand Perspective. *The International Journal of Press/Politics*, 27(1), 186–219. <https://doi.org/10.1177/1940161220964767>
- Ningrum, A. S., & Ni'ami, M. (2025). *Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Bagi Korban Tayangan Click Bait di*
- Nawaffani et al. | *Tantangan Etika Jurnalistik Online....*
- Youtube [Universitas Muhammadiyah Surakarta]. <https://eprints.ums.ac.id/135167/>
- Nurhalimah, Dulwahab, E., & Muslim, A. (2024). Pemahaman Wartawan Urban Media Network Bekasi Mengenai Clickbait di media online. *Annaba: Jurnal Ilmu Jurnalistik*, 9(3), 311–330. <https://doi.org/10.15575/annaba.v9i3.37761>
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2021). The Psychology of Fake News. *Trends in Cognitive Sciences*, 25(5), 388–402. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2021.02.007>
- Peraturan Dewan Pers Tentang Pedoman Pemberitaan Media Siber, Pub. L. No. 1/Peraturan-DP/III/2012 (2012).
- Peraturan Dewan Pers Tentang Pedoman Pengelolaan Akun Media Sosial Perusahaan Pers, Pub. L. No. 1/PERATURAN-DP/X/2022 (2022).
- Prastyo, B. A. (2021). *Fenomena Clickbait Jurnalism pada Media Online RedNews.co.id pada Periode Bulan Maret 2021 sampai Juni 2021* [Universitas Muhammadiyah Ponorogo]. <https://eprints.umpo.ac.id/7113/>
- Rahman, A. (2025, July 19). Netizen Menduga, Orang Tua yang Menuntut Rp 25 Juta ke Guru Ahmad Zuhdi Adalah Politikus Partai Perindo. *Jawa Pos*. <https://www.jawapos.com/nasional/016320649/netizen-menduga-orang-tua-yang-menuntut-rp-25-juta-ke-guru-ahmad-zuhdi-adalah-politikus-partai-perindo>
- Setiawan, H. (2025, July 14). Di Mata Masyarakat ASN Kemenag Dicap Sebagai Malaikat, Menag Ingatkan Pegawainya Minimal Tidak Seperti Iblis. *Jawa Pos*.

<https://www.jawapos.com/nasional/016295197/di-mata-masyarakat-asn-kemenag-dicap-sebagai-malaikat-menag-ingatkan-pegawainya-minimal-tidak-seperti-iblis>

Undang-Undang Republik Indonesia
Nomor 11 Tahun 2008 Tentang
Informasi Dan Transaksi Elektronik,
Pub. L. No. 11 Tahun 2008 (2008).

Undang-Undang Republik Indonesia
Tentang Perubahan Atas Undang-
Undang Nomor 11 Tahun 2008
Tentang Informasi Dan Transaksi
Elektronik, Pub. L. No. 1 Tahun 2024
(2024).

Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151.
<https://doi.org/10.1126/science.aap9559>