

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Amandemen Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945 telah membawa perubahan besar bagi sistem politik dan penyelenggaraan kekuasaan negara yang bertujuan untuk mencapai cita negara hukum dan konstitusionalisme di Indonesia¹. Hal ini kemudian termaktub dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945 yang menyatakan Negara Indonesia adalah negara hukum dan negara yang menganut prinsip demokrasi.²

Perubahan tersebut telah memberi arti yang jelas tentang negara hukum Indonesia yang memberi kebebasan bagi setiap warga negara untuk mendapatkan perlindungan terhadap hak-hak asasi, menjalankan prinsip-prinsip demokrasi serta mendapatkan jaminan peradilan yang secara rigid diatur dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945.

Satu-satunya hak politik yang masih dimiliki rakyat adalah hak memberikan suara pada saat pemilihan umum (selanjutnya disingkat pemilu) berlangsung. Untuk mengembalikan kedaulatan ke tangan rakyat, sistem pemilu telah diubah dengan sistem yang memberi peluang kepada rakyat untuk dapat menggunakan hak pilihnya secara langsung.

Melalui amandemen Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945 dengan tambahan Pasal 6 A dan Pasal 22 E, sistem pemilu yang sebelumnya diubah menjadi pemilu secara langsung, baik untuk pemilu legislatif maupun untuk pemilu presiden dan wakil presiden. Untuk pemilu legislatif yang diatur

¹ Soehino, *Ilmu Negara*, Yogyakarta: Liberty, 2010, hal.1

² Fahmi Huwayadi, *Demokrasi Oposisi dan Masyarakat Madani*, Bandung: Mizan, 2011, hal. 20

dengan Pasal 22 E, selanjutnya dijabarkan melalui Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2003 Tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah dan Dewan Perwakilan Rakyat di Daerah, sedangkan untuk pemilu presiden dan wakil presiden diatur dalam Pasal 6 A yang selanjutnya dijabarkan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2003 Tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden.

Wujud kedaulatan rakyat secara nyata dalam kehidupan berbangsa dan bernegara perlu diselenggarakan pemilu secara demokratis, transparan, jujur dan adil serta dengan pemberian dan pemungutan suara secara langsung, umum, bebas, dan rahasia.

Robert A Dahl menggambarkan pemilu sebagai gambaran ideal dan maksimal bagi suatu pemerintahan demokrasi di zaman modern. Pemilu saat ini menjadi suatu parameter dalam mengukur demokratis tidaknya suatu negara, bahkan pengertian demokrasi sendiri secara sederhana tidak lain adalah suatu sistem politik dimana para pembuat keputusan kolektif tertinggi di dalam sistem itu dipilih melalui pemilihan umum yang adil, jujur dan berkala.

Hal tersebut diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia yang menunjukkan jaminan hak memilih yang melekat pada Warga Negara Indonesia (WNI). Menurut ketentuan Pasal 23 ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia menyatakan bahwa “Setiap orang bebas untuk memilih dan mempunyai keyakinan politiknya”.

Lebih lanjut menurut ketentuan Pasal 43 ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia, dinyatakan bahwa:

Setiap warga negara berhak untuk dipilih dan memilih dalam pemilihan umum berdasarkan persamaan hak melalui pemungutan suara yang langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Oleh karena itu, warga masyarakat di daerah berdasarkan kedaulatan yang mereka miliki, harus diberi kesempatan untuk ikut menentukan masa depan daerahnya masing-masing, antara lain dengan memilih presiden dan wakil presiden secara langsung.

Kampanye ini dapat dilakukan dalam bentuk penyampaian pesan – pesan kampanye melalui media cetak dan elektronik secara berulang-ulang dalam jadwal yang telah ditentukan. Namun, yang menjadi permasalahan pada tahap kampanye ini adalah banyaknya kampanye – kampanye negatif, mencuri *start* kampanye dengan melakukan kampanye diluar waktu yang telah ditetapkan³.

Kampanye yang seperti ini tentunya melibatkan banyak pihak, khususnya media penyiaran dimana media ini memiliki peran dalam membantu mensosialisasikan proses kampanye setiap kandidat. Banyaknya media penyiaran lokal yang tumbuh dan berkembang di suatu daerah menjadikan calon-calon kepala daerah memanfaatkan hal tersebut untuk mendapatkan suara terbanyak dengan memblokir satu stasiun televisi khusus untuk kampanye satu calon kepala negara.

Dalam artian calon pemilih ini menawarkan kerja sama dengan stasiun televisi untuk menampilkan segala bentuk kampanye yang mendukung posisinya di pemilu. Penulis menemukan fakta bahwa beberapa calon presiden dan wakil

³ Miriam Budiardjo, *Dasar – Dasar Ilmu Politik*, Jakarta: Gramedia Pustaka, 2008, hal. 176

presiden melakukan pelanggaran pada tahap kampanye pemilu⁴. Dimana calon mengadakan monopoli pada satu stasiun televisi dengan memasang iklan kampanye lebih dari 10 kali setiap harinya dan memasang iklan kampanye dengan durasi lebih dari 30 detik.

Sebagai contoh pada stasiun televisi Metro TV menayangkan iklan kampanye lebih dari 10 spot per hari serta program yang terindikasi *blocking time* dengan kandidat nomor urut 1.

Batas maksimum pemasangan iklan kampanye di televisi untuk setiap pasangan calon secara kumulatif sebanyak 10 (sepuluh) spot berdurasi paling lama 30 (tiga puluh) detik untuk setiap stasiun televisi setiap hari selama masa kampanye. Dan hal tersebut dilakukan diluar waktu dan jadwal kampanye yang telah di tentukan oleh Komisi Pemilihan Umum. Hal ini tentunya menimbulkan kesan bahwa ada ketidakadilan dalam sistem kampanye yang dilakukan dalam pemilihan presiden dan wakil presiden kaitannya dalam penggunaan media televisi sebagai media kampanye. Adanya iklan kampanye serta salah satu program dengan durasi lebih dari satu jam memberikan kesan negatif bahwa media televisi tersebut mendukung salah satu calon walikota sehingga ada ketidakadilan dan proporsionalitas yang rendah dalam pemilihan presiden dan wakil presiden dalam tahap kampanye.

Meski diperbolehkan beriklan secara mandiri, ada batasan-batasan yang harus dipatuhi peserta pemilu. Batasan tersebut telah diatur dalam Peraturan KPU (PKPU) Nomor 23 Tahun 2018 tentang Kampanye Pemilu. "Batasannya sama bahwa sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Ada ketentuan-ketentuan

⁴ Rusli M Karim, *Pemilu Demokrasi Kompetitif*, Yogyakarta: PT.Tiara Wacana Yogya, 2011, hal. 2

yang sudah mengatur jumlah paling banyak yang dapat dilakukan oleh peserta pemilu dalam beriklan,".

Berikut aturan iklan kampanye mandiri yang ditetapkan oleh KPU:

- a. Media cetak (koran harian) paling besar 810 milimeter kolom atau 1 (satu) halaman, untuk setiap media cetak (koran harian), setiap hari selama masa kampanye melalui iklan. Baca juga: Iklan Kampanye di Media Online Akan Dibatasi
- b. Radio, paling banyak 10 spot, durasi paling lama 60 detik per spot, untuk setiap stasiun radio, setiap hari selama masa kampanye melalui iklan.
- c. Televisi, paling banyak 10 spot, durasi paling lama 30 detik per spot untuk setiap stasiun televisi, setiap hari selama masa kampanye melalui iklan.
- d. Media *daring* (*online*), paling besar ukuran horizontal 970×250 piksel dan ukuran vertikal paling besar 298×598 piksel untuk setiap media *daring* (*online*), setiap hari selama masa kampanye melalui iklan.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka penulis mengangkat **judul “Tinjauan Yuridis Terhadap Kampanye Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden 2019 Dalam Penggunaan Media Televisi Sebagai Media Kampanye Dilihat Dari Undang – Undang Nomor 35 Tahun 2002 Tentang Penyiaran”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dirumuskan permasalahan penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana faktor utama calon presiden dan wakil presiden menggunakan media televisi sebagai media kampanye?

2. Bagaimana peranan komisi penyiaran televisi dalam mengawasi stasiun televisi yang menjadi media kampanye?
3. Bagaimana sanksi hukum terhadap media televisi yang lebih memihak terhadap salah satu calon presiden dan wakil presiden

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui faktor utama calon presiden dan wakil presiden menggunakan media televisi sebagai media kampanye.
2. Untuk mengetahui peranan komisi penyiaran televisi dalam mengawasi stasiun televisi yang menjadi media kampanye.
3. Untuk mengetahui sanksi hukum terhadap media televisi yang lebih memihak terhadap salah satu calon presiden dan wakil presiden.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari hasil penelitian ini bisa dilihat dari manfaat teoritis dan manfaat praktis, masing-masing sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Menambah khazanah teori mengenai kampanye pemilihan umum presiden dan wakil presiden 2019 dalam penggunaan media televisi sebagai media kampanye
- b. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pedoman untuk kegiatan penelitian yang sejenis.

2. Manfaat Praktis

a. Manfaat bagi masyarakat:

- 1) Masyarakat diharapkan lebih paham mengenai kampanye pemilihan umum presiden dan wakil presiden 2019 dalam penggunaan media televisi sebagai media kampanye
- 2) Masyarakat diharapkan dapat berpartisipasi aktif dalam mengawasi proses kampanye pemilihan umum presiden dan wakil presiden 2019 dalam penggunaan media televisi sebagai media kampanye.

b. Manfaat bagi Partai Politik:

- 1) Membantu agar partai lebih tahu dalam berkampanye menggunakan media televisi agar tidak terjadi pelanggaran
- 2) Mendorong partai politik membuka diri dalam berkampanye menggunakan media televisi
- 3) Partai politik dapat mempertimbangkan saran atau masukan dari masyarakat tentang cara berkampanye menggunakan media televisi

E. Keaslian Penelitian

Dari berbagai penelusuran pustaka yang telah penulis lakukan, dapat diambil kesimpulan bahwa belum ada penelitian setingkat yang telah dilakukan berkenaan dengan judul : Tinjauan Yuridis Terhadap Kampanye Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden 2019 Dalam Penggunaan Media Televisi Sebagai Media Kampanye Dilihat Dari Undang – Undang Nomor 35 Tahun 2002 Tentang Penyiaran

Jika di kemudian hari ternyata ada skripsi yang sama dengan skripsi ini, sebelum skripsi ini dibuat maka saya akan bertanggung jawab sepenuhnya sesuai dengan ketentuan yang berlaku

F. Kerangka Teori

Kampanye menurut kamus bahasa Indonesia adalah serentak mengadakan gerakan bisik- gerakan dengan jalan menyiarkan kabar angin kampanye. Menurut Rice dan Paisley menyebutkan bahwa kampanye adalah keinginan untuk mempengaruhi kepercayaan dan tingkah laku orang lain dengan daya tarik yang komunikatif. Kampanye politik adalah bentuk komunikasi politik yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang atau organisasi politik dalam waktu tertentu untuk memperoleh dukungan politik dari masyarakat. Pengertian kampanye berdasarkan Undang - Undang Nomor 1 Tahun 2015 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah pada pasal 1 angka 26 adalah kegiatan Peserta Pemilu untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi, dan program Peserta Pemilu.

Pada pemilihan umum tidak terlepas dari kegiatan kampanye. Kampanye dan pemilu bagai dua sisi mata uang yang tidak bisa dipisahkan satu sama lain. Kampanye adalah sebuah tindakan doktrin bertujuan mendapatkan pencapaian dukungan. Usaha kampanye bisa dilakukan perorangan atau sekelompok orang yang terorganisir untuk melakukan pencapaian suatu proses pengambil keputusan didalam suatu kelompok, kampanye juga bisa dilakukan guna untuk mempengaruhi, penghambatan, pembelokan pencapaian. Menurut pasal 1 ayat 26 Undang-Undang Nomor 10 tahun 2008 tentang pemilihan umum DPR, DPD, DPRD yang disebut kampanye adalah kegiatan peserta pemilu untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi dan program peserta pemilu. Jadi

berdasarkan pada definisi diatas arti kampanye adalah sebuah *purpose to something*.

Kampanye adalah aktivitas komunikasi yang ditujukan ntuk memengaruhi orang lain agar ia memiliki wawasan, sikap dan perilaku sesuai dengan kehendak atau keinginan penyebar atau pemberi informasi. Adapun jenis jenis kampanye adalah sebagai berikut : Keputusan Komisi Pemilihan Umum (KPU) N0. 35 Tahun 2004 Tentang Kampanye Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden mengatur semua jenis atau bentuk kampanye. Ada 9 jenis kampanye yaitu:

- a. Debat publik / debat terbuka antar calon
- b. Kegiatan Lain yang tidak melanggar peraturan perundang-undangan
- c. Pemasangan alat peraga di tempat umum
- d. Penyebaran bahan kampanye kepada umum
- e. Penyebaran melalui media cetak dan media elektronik
- f. Penyiaran melalui radio dan atau televisi
- g. Pertemuan Terbatas
- h. Rapat umum
- i. Tatap muka dan dialog

Kampanye adalah bagian yang inheren dari kegiatan pemilu langsung. Oleh karena itu, kampanye harus direncanakan,dibuat, strategi dan teknik baik yang menyangkut materi kampanye maupun model kampanye. Salah satu strategi yang dimunculkan dalam pelaksanaan kampanye adalah kampanye melalui media. Menurut PKPU Nomor 23 tahun 2018 tentang Kampanye Pemilu

Pemilihan Umum adalah memilih seorang penguasa, pejabat atau lainnya dengan jalan menuliskan nama yang dipilih dalam secarik kertas atau dengan

memberikan suaranya dalam pemilihan. Pemilihan Umum adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945.

Dalam pelaksanaan pemilihan umum asas - asas yang digunakan diantaranya sebagai berikut :

a. Langsung

Langsung, berarti masyarakat sebagai pemilih memiliki hak untuk memilih secara langsung dalam pemilihan umum sesuai dengan keinginan diri sendiri tanpa ada perantara

b. Umum

Umum, berarti pemilihan umum berlaku untuk seluruh warga negara yang memenuhi persyaratan, tanpa membedakan - bedakan agama, suku, ras, jenis kelamin, golongan, pekerjaan, kedaerahan, dan status sosial yang lain.

c. Bebas

Bebas, berarti seluruh warga negara yang memenuhi persyaratan sebagai pemilih pada pemilihan umum, bebas menentukan siapa saja yang akan dicoblos untuk membawa aspirasinya tanpa ada tekanan dan paksaan dari siapa pun.

d. Rahasia

Rahasia, berarti dalam menentukan pilihannya, pemilih dijamin kerahasiaan pilihannya. Pemilih memberikan suaranya pada surat suara dengan tidak dapat diketahui oleh orang lain kepada siapa pun suaranya diberikan.

e. Jujur

Jujur, berarti semua pihak yang terkait dengan pemilu harus bertindak dan juga bersikap jujur sesuai dengan peraturan perundang - undangan yang berlaku.

f. Adil

Adil, berarti dalam pelaksanaan pemilu, setiap pemilih dan peserta pemilihan umum mendapat perlakuan yang sama, serta bebas dari kecurangan pihak manapun.

Pemilihan Umum pemilu dalam pelaksanaannya memiliki tiga tujuan yakni:

- 1) Sebagai mekanisme untuk menyeleksi para pemimpin pemerintahan dan alternatif kebijakan umum (*public policy*).
- 2) Pemilu sebagai pemindahan konflik kepentingan dari masyarakat kepada badan badan perwakilan rakyat melalui wakil - wakil yang terpilih atau partai yang memenangkan kursi sehingga integrasi masyarakat tetap terjaga.
- 3) Pemilu sebagai sarana memobilisasi, menggerakkan atau menggalang dukungan rakyat terhadap Negara dan pemerintahan dengan jalan ikut serta dalam proses politik.

Pada azasnya setiap warganegara berhak ikut serta dalam Pemilihan Umum. Hak warga negara untuk ikut serta dalam pemilihan umum disebut Hak Pilih, yang terdiri dari:

- a. Hak pilih aktif (hak memilih)
- b. Hak pilih pasif (hak dipilih)

Regulasi Penyiaran sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran (UU Penyiaran) mengatur tentang media penyiaran yang menggunakan frekuensi terbatas milik publik. Oleh karena frekuensi yang terbatas itu, harus digunakan sebesar-besarnya untuk penyampaian informasi yang baik kepada masyarakat.

Menurut Joseph R. Dominick, ada dua teori yang membenarkan mengenai keterbatasan frekuensi,

1. *The scarcity theory*, teori ini mengungkapkan bahwa pada hakekatnya jumlah frekuensi yang ada di muka bumi ini terbatas. Oleh karena itu, tidak semua individu dapat menggunakannya. Meskipun demikian, pada dasarnya kita memiliki hak yang sama untuk memanfaatkannya. Penentuan siapa yang boleh mengelola sebuah frekuensi menjadi penting karena logika yang berlawanan tersebut.
2. *The pervasive presence theory*, teori ini mengungkapkan bahwa media penyiaran mempunyai pengaruh yang besar dengan variasi-variasi pesan yang dimilikinya. Dengan penetrasi yang besar bahkan menembus pada wilayah pribadi, perlu diaturlah agar semua kepentingan masyarakat dapat terlindungi dan terwadah⁵

Berdasarkan teori di atas, hal ini berarti bahwa dengan terbatasnya frekuensi penyiaran, maka suatu penyiaran itu harus diatur dengan suatu regulasi agar dapat digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan atau informasi kepada publik secara adil dan berimbang, dengan mengesampingkan kepentingan pribadi pemilik media

⁵ Dari Lisa Mardiana, *Thesis: Implementasi Kebijakan Sistem Stasiun Jaringan Dalam Industri Penyiaran Televisi Di Kota Semarang*, Semarang: Universitas Diponegoro, 2011, hal. 17-18.

Undang – Undang Nomor 35 Tahun 2002 Tentang Penyiaran mencoba untuk menegakkan demokratisasi di bidang penyiaran. Prinsip dasar penyelenggaraan penyiaran berkaitan dengan prinsip-prinsip penjaminan dari negara agar aktivitas penyiaran yang dilakukan oleh lembaga penyiaran berdampak positif bagi publik.

Dalam hal ini, publik harus memiliki akses yang memadai untuk dapat terlibat, memanfaatkan, mendapatkan perlindungan, serta mendapatkan keuntungan dari kegiatan penyiaran. Guna mencapai keberhasilan dari prinsip ini, juga dibutuhkan prinsip lain, yang secara melekat (*embedded*) menyokongnya, yakni prinsip *diversity of ownership* (keberagaman kepemilikan) dan *diversity of content* (keberagaman isi) dari lembaga penyiaran.

Dengan kedua prinsip *diversity* ini diharapkan, negara dapat melakukan penjaminan terhadap publik melalui penciptaan iklim kompetitif antar lembaga penyiaran agar bersaing secara sehat dalam menyediakan pelayanan informasi yang terbaik kepada publik.

Menurut Pasal Angka 1 Undang – Undang Nomor 35 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, lembaga penyiaran adalah penyelenggara penyiaran, baik lembaga penyiaran publik, lembaga penyiaran swasta, lembaga penyiaran komunitas maupun lembaga penyiaran berlangganan yang dalam melaksanakan tugas, fungsi, dan tanggung jawabnya berpedoman pada peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Peran penting televisi untuk menyampaikan informasi secara adil dan berimbang, tidak terlepas dari fungsi penyiaran sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, yang sehat, kontrol, dan perekat sosial.

Televisi sebagai lembaga penyiaran juga harus diselenggarakan berdasarkan asas manfaat, adil dan merata, kepastian hukum, keamanan, keberagaman, kemitraan, etika, kemandirian, kebebasan, dan tanggung jawab.

Berkaitan dengan pokok bahasan mengenai pelaksanaan kampanye pemilihan presiden dan wakil presiden, para jurnalis maupun wartawan, dalam pemberitaan di media televisi, juga terikat Undang - Undang Nomor 40 tahun 1999 Tentang Pers (UU Pers), lebih khusus diatur dalam Kode Etik Jurnalistik, Pasal 6 mengamanatkan bahwa pers nasional wajib:

- a. Memenuhi hak masyarakat untuk mengetahui;
- b. Menegakkan nilai-nilai dasar demokrasi, mendorong terwujudnya supremasi hukum, dan Hak Asasi Manusia, serta menghormati Kebhinekaan;
- c. Mengembangkan pendapat umum berdasarkan informasi yang tepat, akurat, dan benar;
- d. Melakukan pengawasan, kritik, koreksi, dan saran terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan umum; dan
- e. Memperjuangkan keadilan dan kebenaran

G. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini terdiri dari berbagai cara dan kegiatan yang dilakukan dalam rangka mengumpulkan data - data dan bahan - bahan yang diperlukan untuk melengkapi penyusunan skripsi ini. Penulis menggunakan metode penelitian normatif dan melakukan kajian kepustakaan (*Library Research*) yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti dan mengadakan penelusuran *literature* hukum serta menganalisa data sekunder,

tujuan untuk memperoleh data - data atau kebenaran yang akurat sesuai dengan peraturan yang berlaku guna mendapatkan kepastian hukum tetap.

Bahan pustaka yang digunakan terdiri dari:

1. Bahan Hukum Primer

Adalah bahan hukum yang mempunyai kekuatan hukum yang mengikat terdiri dari : Undang – Undang Dasar 1945, Nomor 23 Tahun 2003 Tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2007 tentang Penyelenggara Pemilihan Umum, Peraturan KPU (PKPU) Nomor 23 Tahun 2018 tentang Kampanye Pemilu, Undang – Undang Nomor 35 Tahun 2002 Tentang Penyiaran

2. Bahan Hukum Sekunder

Adalah bahan hukum yang berupa tulisan – tulisan ilmiah di bidang hukum yang dapat memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer seperti tentang pemilu

3. Bahan Hukum Tersier

Adalah bahan – bahan atau tulisan - tulisan yang dapat menambah penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, terdiri dari artikel, kliping, seminar, internet, kamus hukum dan lainnya.