
HAMBATAN ECPAT INDONESIA-GOOGLE DALAM MENANGANI ESKA ONLINE MELALUI PROGRAM *YOUTUBE TRUSTED FLAGGER* (2018-2021)

Muthmainnah Zifa Azzahra¹Frentika Wahyu R²

Abstract: *Since the emergence of the COVID-19 pandemic, online CSEC problems have become increasingly dynamic and continue to increase. The government realizes its limitations in dealing with online CSEC issues and then invites Google Indonesia to commit to ensuring the safety and comfort of children on its platform, namely YouTube. Through a special feature, namely YouTube Trusted Flagger which involves the local NGO ECPAT Indonesia as a Trusted Partner. During 2018-2021 this program encountered several obstacles in dealing with CSEC online through digital campaigns. The concept used in this study is the Digital Campaign from Leon Oostegard and CSEC Online from ECPAT Indonesia. The research method used is qualitative with analytical descriptive and data sources obtained from literature, books, and articles from official institutions related to the handling of CSEC in Indonesia. The results of this study indicate several obstacles; found a lack of response and reporting facilities from the YouTube platform, the government that has not considered online CSEC as an urgent problem, and limited human resources from ECPAT Indonesia in reporting CSEC content on the YouTube platform. However, ECPAT Indonesia continues to explore more effective and innovative programs in dealing with various cases of CSEC both offline and online in Indonesia.*

Keywords: *ESKA Online, ECPAT Indonesia, Digital Campaign, YouTube Trusted Flagger.*

Pendahuluan

Menuju masyarakat 5.0, ruang siber dan ruang fisik kini terintegrasi untuk semakin memudahkan kebutuhan hidup manusia dan membawa perubahan besar pada sosial. Semenjak kemunculan internet dan boomingnya penggunaan media sosial di awal tahun 2000-an permasalahan ESKA menjadi semakin dinamis. Hambatan ruang dan waktu seakan hilang dan tak lagi terbatas, segala aktivitas dan interaksi dapat dilakukan secara virtual kepada siapapun dan dimanapun selama terkoneksi jaringan internet. Ibarat dua sisi mata uang, dibalik kemudahan penggunaan internet dan media sosial, juga muncul celah penyalahgunaan hingga kejahatan di ruang siber atau yang disebut dengan cybercrime. Salah satu bentuk kejahatan yang paling berbahaya adalah praktek eksploitasi seksual komersial anak secara online (ESKA online), dengan bentuk-bentuk kejahatan seperti; *grooming online, sexting, sextortion, live streaming*, dan pornografi anak. Permasalahan ini menjadi semakin pelik dikarenakan kejahatan ESKA online tidak lagi membutuhkan kontak fisik terhadap korban.

Walaupun kejahatan ESKA bukanlah fenomena baru, dan pemerintah Indonesia telah memiliki berbagai regulasi hukum untuk menangani permasalahan ESKA secara offline dan online melalui “UU Perlindungan Anak” No. 23 Walaupun kejahatan ESKA bukanlah fenomena baru, dan pemerintah Indonesia telah memiliki berbagai regulasi hukum untuk menangani permasalahan ESKA secara offline dan online melalui “UU

¹ Mahasiswa Program S1 Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. E-mail: zaraazifa@gmail.com

² Dosen Program S1 Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.

Perlindungan Anak” No. 23 tahun 2002, “UU ITE” No. 11 tahun 2008, dan ”UU Pornografi” No. 44 tahun 2008. Namun disayangkan, pengetahuan teknis komputer dan pengalaman para penegak hukum di Indonesia dalam menangani kasus-kasus cybercrime masih terbatas sehingga proses pembuktian kasus di lapangan menjadi sulit terlacak dan penanganan pun menjadi terhambat tahun 2002, “UU ITE” No. 11 tahun 2008, dan ”UU Pornografi” No. 44 tahun 2008. Namun disayangkan, pengetahuan teknis komputer dan pengalaman para penegak hukum di Indonesia dalam menangani kasus-kasus cybercrime masih terbatas sehingga proses pembuktian kasus di lapangan menjadi sulit terlacak dan penangananpun menjadi terhambat. Pemerintah menyadari keterbatasannya dalam menangani permasalahan ESKA online di Indonesia. Maka pemerintah mengajak pihak industri digital sebagai penyedia layanan untuk turut berpartisipasi dalam menangani penyebaran konten negatif yang bermuatan ESKA secara online.

Merespon desakkan tersebut, Google Indonesia berkomitmen untuk menjamin keamanan dan kenyamanan pengguna terutama anak-anak pada salah satu platform miliknya yaitu YouTube, akibat terindikasi banyak ditemukan konten negatif yang melibatkan anak. Melalui sebuah fitur khusus yaitu, YouTube Trusted Flagger yang dimulai sejak akhir tahun 2017 dan melibatkan LSM lokal yang bekerja khusus untuk menghentikan ESKA berskala global yaitu, ECPAT Indonesia sebagai *Trusted Flaggers Partner* atau mitra terpercaya dengan berpartisipasi melaporkan konten negatif yang melanggar keamanan dan keselamatan anak juga melakukan edukasi melalui kampanye digital pada saluran YouTube ECPAT Indonesia di *platform* YouTube.

ECPAT Indonesia sebagai manifestasi dari kekuatan sosial berkomitmen untuk dapat menjawab keresahan Indonesia agar aman dari segala bentuk ESKA baik di ranah offline maupun online melalui 4 strategi dalam melindungi anak dari eksploitasi seksual secara fisik maupun online; Pertama, melakukan penelitian; kedua, membangun jaringan; ketiga, mengawal proses advokasi perubahan kebijakan; keempat, pendidikan kepada masyarakat, atau disebut juga dengan kampanye (ECPAT Indonesia, 2018).

Grafik 1.1 Laporan Kasus Perlindungan Anak di Ranah Daring oleh KPAI



Sumber: ECPAT Indonesia

Berdasarkan Laporan Kasus Perlindungan Anak di Ranah Daring oleh KPAI pada tahun 2016-2021 ditemui Pada data kasus anak korban kejahatan seksual online menunjukkan di tahun 2016 ditemuisebanyak 112 anak, di tahun 2017 meningkat sebanyak 126 anak, dan sempat menurun di tahun 2018 menjadi 116 anak, kemudian di tahun 2019 turun signifikan sebanyak 87 anak, di tahun pandemi covid-19 2020 kembali naik menjadi 103 anak, dan di tahun 2021 meningkat sangat drastis ditemui sebanyak 859 anak. Sedangkan pada data kasus anak korban pornografi di media sosial menunjukkan di tahun 2016 sebanyak 188 anak, di tahun berikutnya 2017 dan 2018 menurun dari 142 anak menjadi 134 anak, kemudian sempat kembali meningkat di tahun 2019 sebanyak 148 anak, di tahun 2020 menurun menjadi 44 anak, namun pada tahun 2021 meningkat drastis menjadi 345 anak.

Penyebaran materi kejahatan seksual di ranah daring atau pun pornografi di media sosial dapat berupa foto, tulisan, video dengan melibatkan anak yang dilakukan secara terorganisir oleh predator seksual. Terutama di media YouTube sebagai salah satu *platform* kegemaran anak-anak. Materi dengan bentuk *audio-visual* yang menarik, murah, dan mudah didapatkan adalah hiburan yang ditawarkan oleh YouTube. Walaupun, Pemerintah, Google, dan ECPAT Indonesia telah mengupayakan penanganan ESKA Online melalui program YouTube Trusted Flagger, namun kasus kejahatan seksual anak di internet justru semakin meningkat. Mengindikasikan adanya hambatan yang membuat program yang diupayakan masih belum berhasil dalam menangani permasalahan ESKA online yang terjadi.

Kerangka Konsep dan Teori Konsep Kampanye Digital

Kampanye digital sebagai bentuk tindakan kolektif pada ruang digital yang menekankan pada aspek khusus dari sebuah isu, dengan memiliki bentuk komunikasi terencana, sistematis, berkelanjutan, mengandung pesan dan tujuan tertentu yang biasanya untuk merubah perilaku masyarakat dengan mengoptimalkan manfaat teknologi komunikasi secara digital. Kampanye digital dari segi operasional dinilai sebagai bentuk komunikasi yang efektif dan murah serta dapat mendorong kampanye digital menjadi bentuk aksi yang sebenarnya (Ananto et.al, 2017). Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan jejaring sosial dalam format digital optimal untuk dapat dimanfaatkan dalam menjangkau pengguna media sosial lebih terhubung dengan orang lain. Executive Director Media Business Nielsen Indonesia, Hellen Katterina mengungkapkan, kemunculan media digital sebenarnya tidak membunuh media konvensional, melainkan untuk melengkapi dan meningkatkan jangkauan khalayak. Dalam suatu kampanye digital memiliki fungsi (Venus, 2012), yaitu:

- a. Sebagai sarana yang dapat merubah pola pikir masyarakat.
- b. Menggugah kesadaran dan pendapat masyarakat terhadap suatu permasalahan tertentu.
- c. Mengembangkan usaha dan membujuk khalayak untuk membeli produk yang dipasarkan.
- d. Membangun sebuah citra positif di masyarakat.

Model kampanye Ostegaard walaupun bukan model kampanye secara digital, namun model kampanye ini tetap relevan dan dapat diaplikasikan melalui *platform* Youtube, dikarenakan esensi dari kampanye itu sendiri masih sama hanya berbeda

media yang digunakan saja. Tahap *pertama*, mengidentifikasi masalah faktual yang dirasakan. Bila dari identifikasi ini diyakini bahwa masalah tersebut dapat dikurangi lewat pelaksanaan kampanye maka kegiatan kampanye perlu dilaksanakan dengan kemudian dicari hubungan sebab- akibat (cause and effect relationship) melalui fakta-fakta yang ada; Tahap *kedua*, manajemen kampanye, dimulai dengan desain, implementasi dan evaluasi. Dalam tahap ini untuk merumuskan strategi dan detail tujuan kampanye, target yang disasar, aktor kampanye, dan saluran hingga teknis pelaksanaan program kampanye agar dapat membekali dan mempengaruhi aspek pengetahuan, kesadaran sikap dan keterampilan khalayak sasaran tentang sebuah permasalahan. Ketiga aspek ini dalam literatur ilmiah dipercaya menjadi prasyarat terjadinya pengaruh pada perubahan perilaku, dimana sikap juga dipengaruhi oleh perubahan dari pengetahuan dan keterampilan. Yang kemudian dapat dikembangkan menjadi satu gagasan besar untuk mengembangkan strategi; Tahap *terakhir* dari model ini adalah tahap evaluasi pada penanggulangan masalah (*reduced problem*). Tahap ini disebut juga tahap pasca kampanye. Dalam hal ini evaluasi diarahkan pada keefektifan kampanye dalam menghilangkan atau mengurangi masalah sebagaimana yang telah diidentifikasi pada tahap pra-kampanye. Dimana tidak dapat dilihat hanya dari angka-angka *engagement* saja. Tapi juga harus dilihat dari perilaku audiens, apakah mereka terdampak pesan dari kampanye dengan melakukan perubahan atau tidak. Perilaku perubahan itu bisa berupa meliputi apakah pesan kampanye sampai pada khalayak, apakah khalayak dapat menerima isi pesan tersebut, dan apakah khalayak dapat mengingat pesan tersebut.

Kegiatan yang terprogram dan direncanakan dengan baik, perlu dilakukan pemantauan agar tidak keluar dari tujuan yang sudah ditetapkan. Berikut adalah bentuk-bentuk tindakan pemantauan dalam kampanye digital:

a. Adaptif

Tindakan kampanye adaptif terbuka untuk masukan baru atau wawasan baru dari praktik. Aspek adaptif juga menunjukkan bahwa kampanye merupakan kegiatan yang dinamis dan fleksibel yang selalu disesuaikan dengan perkembangan berdasarkan temuan terkini. Laporan proses berkala berfungsi sebagai sumber informasi untuk pertimbangan tindakan.

b. Antisipatif

Tindakan kampanye bersifat antisipatif merupakan kegiatan yang harus selalu memperhatikan berbagai peluang yang muncul saat menjalankan kampanye di lapangan. Dengan bersikap antisipatif pelaku kampanye telah mempersiapkan berbagai alternatif sebagai solusi terhadap masalah-masalah yang mungkin muncul.

c. Orientasi Pemecahan Masalah

Tindakan kampanye pemecahan adalah segala bentuk tindakan dalam proses tindakan yang ditujukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Ketika muncul masalah yang menghalangi tercapainya tujuan, maka perlu disadari bahwa kegiatan kampanye harus menggunakan segala bentuk pemikiran dan energi kolektif untuk menyelesaikan masalah yang muncul pada setiap langkah pelaksanaan rencana kampanye.

d. Integratif dan Koordinatif

Keberhasilan kampanye ditentukan oleh tindakan yang terintegrasi dan terkoordinasi dari para pelaksana kampanye. Koordinasi ini berlangsung tidak hanya dengan pelaksana kampanye lainnya, tetapi juga dengan berbagai pihak terkait yang

juga berpengaruh terhadap kelancaran dan keberhasilan pencapaian tujuan kampanye.

Konsep Eksploitasi Seksual Komersial Anak Online

Dalam kehidupan sehari-hari, eksploitasi seksual dapat dipengaruhi oleh budaya, sosial, hak asasi manusia, peran gender, inisiatif hukum dan kriminal dan akan selalu berubah seiring waktu. Mendefinisikan eksploitasi seksual dapat membantu upaya global untuk mengidentifikasi dan memberantasnya, tetapi harus diakui bahwa definisi eksploitasi seksual berasal dari lensa budaya, sosiopolitik, dan geografis. ESKA, yang merupakan singkatan dari Eksploitasi Seksual Komersial Anak, merupakan suatu kegiatan memanfaatkan anak-anak oleh sindikat-sindikat tertentu guna dijadikan objek seksual untuk kepentingan ekonomi. Namun pada faktanya, justru anak-anak seringkali tidak merasa menjadi korban, mereka justru merasa mendapatkan keuntungan secara komersial. Kejahatan ESKA sendiri terbagi menjadi beberapa kategori, antara lain; 1). Prostitusi anak, 2) Pornografi anak, 3) Perdagangan anak untuk tujuan seksual, 4) Perkawinan anak, dan 5) Pariwisata seks anak. Pariwisata seks anak yang merupakan salah satu kategori kejahatan ESKA, memiliki beberapa ciri yang mana pelakunya disinyalir merupakan orang asing atau wisatawan asing ([Asah Digital ECPAT Indonesia, 2021](#)).

Eksploitasi seksual anak secara online adalah segala bentuk perbuatan/perlakuan terhadap anak yang bertujuan untuk melakukan eksploitasi seksual dan dilakukan dengan menggunakan atau memanfaatkan internet, yang dimana anak dalam posisi tidak sepenuhnya memahami, tidak mampu untuk memberikan persetujuan, atau untuk itu anak tidak siap secara perkembangan, atau yang melanggar hukum, atau tabu sosial masyarakat yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan orang lain ([Terminology Guidelines for The Protection of Children form Sexual Exploitation and Sexual Abuse, 2016](#)). Eksploitasi seksual terhadap anak secara online erat kaitannya dengan pemaksaan dan dapat melibatkan banyak bentuk tindakan kejahatan, Selain paksaan secara fisik, hal ini juga dapat melibatkan intimidasi psikologis, pemerasan atau ancaman seperti ancaman bahaya melalui internet bentuk-bentuk kejahatan tersebut bercirikan sebagai berikut ([ECPAT Indonesia, 2016](#)):

- a. *Child Sexual Abuse/Exploitation Material (CSA/EM)*
Materi yang menampilkan eksploitasi seksual terhadap anak didefinisikan sebagai manifestasi apapun dengan cara apapun. Pelaku membuat dan/atau mendistribusikan CSA/EM ini melalui email, SMS, chat messenger, jaringan berbagi file *peer-to-peer* (seperti: *eDonkey, BitTorrent, Gigatribe*) platform media sosial, dan aplikasi untuk komunikasi terenkripsi atau tidak terenkripsi. (misalnya: *Skype, Telegram, WhatsApp*).
- b. *Child Grooming*
Rayuan untuk tujuan seksual (*online grooming*) adalah proses menjalin atau mengembangkan hubungan dengan anak melalui penggunaan internet atau teknologi digital lainnya dengan tujuan untuk mendapatkan kepercayaan korban.
- c. *Sexting*
Tindakan seorang anak mengirimkan pesan atau gambar eksplisit secara seksual yang mengungkapkan sisi seksual mereka. Gambar atau video yang dikirimkan ini mungkin (semi-telanjang), erotis dan/atau aktivitas seksual dan biasanya dibagikan dengan pacar atau teman dekat.

d. *Live Streaming of Child Sexual Abuse*

Siaran langsung eksploitasi seksual anak adalah kondisi ketika seseorang dipaksa tampil di depan kamera atau webcam untuk melakukan aktivitas seksual atau menjadi korban eksploitasi seksual. Biasanya, hadiah uang harus dibayarkan agar penganiaya anak dapat melihat video eksploitasi secara langsung.

e. *Sextortion*

Sextortion adalah proses pemaksaan seseorang untuk memberikan seks, uang atau barang berharga lainnya sebagai imbalan untuk seks atau untuk menghasilkan materi seksual. *Sextortion* ditandai dengan keseimbangan kekuatan antara pelaku dan korban, yang memungkinkan pelaku memaksa dan menekan korban untuk memberikan kepuasan seksual atau finansial.

Untuk melindungi anak-anak dari bahaya ESKA online, pemerintah, kelompok masyarakat sipil, dan sektor swasta juga memiliki peran penting dalam pencegahan. Dengan menyediakan fitur untuk meminimalkan kerentanan anak saat menggunakan aplikasi atau situs web yang terhubung ke Internet ([Panduan Internet Aman untuk Anak Pencegahan Eksploitasi Seksual Anak di Internet ECPAT Indonesia, 2018](#)) yaitu:

- a. Panduan Orangtua di *Google Play*
- b. Mengaktifkan “*Google Safe Search*”
- c. Pengaturan “*Restricted Mode*” di YouTube
- d. Menggunakan *YouTube Kids*
- e. Pelaporan Konten Negatif

Metode

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis, dimana dalam penelitian ini dijelaskan mengenai bagaimana hambatan ECPAT Indonesia – Google dalam menangani ESKA Online melalui program *YouTube Trusted Flagger* pada tahun 2018-2021. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Dimana data-data tersebut diperoleh dari wawancara terhadap pihak ECPAT Indonesia, buku, jurnal penelitian, laporan tahunan ECPAT Indonesia, dan artikel dari lembaga resmi terkait penanganan ESKA online di Indonesia. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, yaitu penarikan kesimpulan berdasarkan kasus yang berangkat dari hal umum dan memiliki kawasan yang luas menuju hal yang bersifat khusus serta spesifik layaknya piramida terbalik.

Hasil dan Pembahasan

A. Kemitraan ECPAT dan Google Indonesia

ECPAT (*End Child Prostitution, Child Pornography & Trafficking Of Children For Sexual Purposes*) bersama 102 organisasi anggota di 93 lebih negara telah bekerja untuk terwujudnya hak semua anak hidup bebas dari eksploitasi, pelecehan, mendorong perubahan sistemik, dan juga sosial kritis bersama dengan pemerintah, lembaga antar pemerintah, sektor swasta, masyarakat, dan termasuk anak-anak itu sendiri secara global. ECPAT Indonesia juga berfokus pada pencapaian tujuan pencapaian untuk mengubah pola pikir dan perilaku masyarakat secara keseluruhan dan melakukan upaya penguatan prespektif hak anak dalam pencegahan dan penanganan kasus ESKA terkhusus di ranah online.

Dalam hal menjawab urgensi dari permasalahan serius di era digital, raksasa teknologi dunia yaitu Google berkomitmen untuk memberantas tindakan ESKA serta mencegah penyebaran materi yang bermuatan ESKA (CSAM) di ruang online melalui pemanfaatan teknologi Google yang telah dipatenkan untuk mencegah, mendeteksi, menghapus, dan melaporkan pelanggaran konten negatif yang bermuatan ESKA di platform Google.

Pada pertengahan tahun 2017, pemerintah Indonesia dan Google bersepakat untuk menerapkan program *Trusted Flaggers* guna meninjau konten yang ditandai dan menghapus konten yang dianggap tidak pantas untuk internet di platform seperti YouTube. *Trusted Flaggers* adalah fitur andal dalam melaporkan konten yang melanggar panduan komunitas Youtube dengan cara memberikan flag yang dapat dilakukan oleh individu, lembaga pemerintah, dan lembaga swadaya masyarakat (LSM) untuk membantu memberantas materi pelecehan seksual terhadap anak-anak (CSAM) di platform Youtube.

B. Program YouTube Trusted Flagger

Hubungan kemitraan ECPAT Indonesia bersama Google melahirkan sebuah inisiasi program dalam *workplan YouTube Trusted Flagger* yang diupayakan oleh ECPAT Indonesia sejak 2019 dalam mengurangi konten eksploitasi seksual anak yang terdapat di internet secara signifikan pada tahun 2021. Namun dalam pelaksanaannya, program tersebut menemui beberapa hambatan yang berdampak pada penanganan ESKA online di Indonesia.

YouTube memungkinkan orang dimana saja untuk berbagi cerita mereka dengan dunia. Namun, dibalik semua kemudahan dan layanan yang menyenangkan, YouTube seperti gagal dalam memberikan jaminan keamanan pengguna, dari ancaman kejahatan eksploitasi seksual terkhusus anak-anak; dalam konteks pembagian materi yang menampilkan anak melakukan aktivitas dan tantangan yang bersifat provokatif atau bertema dewasa/ yang menjurus ke arah seksual; grooming online pada kolom komentar di video yang menampilkan anak dengan menawarkan uang, pujian, suka, atau insentif lainnya kepada anak di bawah umur agar mau melakukan kontak fisik dengan tujuan seksual; *live streaming* dimana perilaku predator yang melibatkan komunikasi dengan atau tentang anak di bawah umur, dll

ECPAT Indonesia – Google memiliki target untuk berkontribusi menurunkan konten eksploitasi seksual anak di internet secara signifikan pada tahun 2021 yang dimulai sejak tahun 2019 untuk membantu pemerintah Indonesia dalam menangani permasalahan ESKA online di Indonesia melalui *workplan YouTube Trusted Flagger*. Kampanye digital *YouTube Trusted Flagger* yang dijalankan oleh Asisten Manajer Program ECPAT Indonesia, merupakan jenis kampanye *ideologically or cause oriented campaign* yaitu jenis kampanye yang berorientasi pada perubahan sosial atau biasa disebut dengan *social change campaigns*, dimana ditujukan untuk menangani masalah sosial melalui perubahan sikap dan perilaku publik (Venus, 2012). ECPAT Indonesia dalam program ini berfokus untuk mendorong pemantauan konten digital bermuatan eksploitasi

seksual anak yang terdapat di Youtube dengan; merumuskan indikator konten bermuatan ESKA secara nasional; serta dengan mendapatkan dukungan partisipasi masyarakat untuk melakukan pemantauan terhadap konten yang mengandung ESKA di internet melalui poin-poin berikut:

a. Membentuk tim untuk melakukan pemantauan terhadap konten-konten eksploitasi seksual anak yang ditemukan di YouTube

Dengan membentuk sebuah tim khusus yang berfungsi untuk melakukan pemantauan terhadap konten-konten eksploitasi seksual anak yang ditemukan melanggar pedoman komunitas di YouTube. Menurut Oostegard dengan melakukan pemantauan atau prosedur penilaian secara deskriptif bertujuan untuk mengidentifikasi dan/atau mengukur pengaruh atau akar dari masalah yang sedang berjalan secara faktual, sehingga dapat mengembangkan solusi yang efektif dan sesuai sasaran. Di tahun 2020 di saat proses penanganan ESKA online yang tiap tahun semakin bervariasi bahkan meningkat ECPAT Indonesia menginisiasi untuk mendorong mitra *Down to Zero Alliance* berpartisipasi melaporkan konten dengan metode “*flagging*” untuk menandai konten-konten yang mengandung unsur ESKA yang ditemukan pada akun YouTube ECPAT Indonesia yang kemudian dianalisa dan diputuskan untuk dihapus atau tidak (ECPAT Indonesia, 2020)

b. Mengembangkan indikator konten yang termasuk bermuatan eksploitasi seksual anak sebagai dasar untuk panduan Youtube Flagger

Pengembangan indikator konten yang bermuatan ESKA berfungsi penting dalam memberikan gambaran yang sesuai dari permasalahan yang ingin dilakukan penanganan dan untuk memastikan rancangan bentuk program intervensi yang akan dilakukan. Namun disayangkan hingga sekarang pengembangan indikator konten tersebut belum ada secara khusus dari pemerintah, sebagai upaya spesifik dalam menangani permasalahan ESKA online yang nantinya juga sebagai dasar untuk panduan *Youtube Flagger*. ECPAT Indonesia menilai saat ini pemerintah belum dapat melihat situasi online sebagai situasi urgent dan berbahaya yang perlu untuk segera ditindak.

c. Mengadakan pertemuan konsultasi dengan pemerintah dan organisasi perlindungan anak untuk mendorong pengembangan indikator penghapusan konten bermuatan eksploitasi seksual anak secara nasional

Menurut Oostegard, pertemuan nasional juga dimaknai sebagai suatu upaya riset formatif dalam tahapan perancangan kampanye yang berisikan proses dialog atau komunikasi yang terbuka antar anggota pertemuan dan konsultan untuk mengidentifikasikan masalah, menyusun strategi, hingga membentuk saluran teknis pelaksanaan program bersama-sama secara integratif dan koordinatif. ECPAT Indonesia bersama Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak dan Google Indonesia menyelenggarakan Konferensi Nasional Internet Aman untuk Anak – TEMAN ANAK #SAFERINTERNETDAY pada tahun 2018 untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk kejahatan seks online terhadap anak yang berkembang di Indonesia dan sekaligus untuk memperkuat peran organisasi masyarakat, pemerintah, CSO, dan sektor swasta, publik figur dalam

mendalami langkah-langkah yang sudah dilakukan dalam pengembangan indikator penghapusan konten untuk mewujudkan internet yang aman untuk anak.

d. Membuat berbagai kanal aduan untuk memudahkan publik dalam melaporkan konten eksploitasi seksual anak di Youtube

Oostegard dalam teorinya menerangkan pada program kampanye bertujuan untuk membekali dan mempengaruhi aspek pengetahuan, sikap dan keterampilan khalayak sasaran. Upaya membuat berbagai kanal aduan untuk memudahkan publik berpartisipasi aktif untuk melaporkan konten eksploitasi seksual anak yang di temukan di platform YouTube adalah wadah untuk mengukur pengetahuan dan keterampilan dalam merespon isu ESKA yang terjadi sebagai keberhasilan kampanye yang dilakukan dalam merubah sikap target kampanye. ECPAT Indonesia menyediakan kanal aduan publik melalui website resmi ECPAT Indonesia (<https://ecpatindonesia.org/laporkan-kasus-esa/>) atau melalui link Google Form http://bit.ly/lapor_youtube dan *Internet Watch Foundation* (<https://report.iwf.org.uk/id>) yang juga bekerjasama dengan ECPAT Indonesia dengan mengadopsi mekanisme dari ECPAT dan kerjasama international

e. Membuat Panduan dan Materi KIE tentang indikator konten video eksploitasi seksual anak serta mekanisme pelaporan melalui ECPAT Indonesia

Membuat panduan dan materi KIE tentang indikator konten video eksploitasi seksual anak dalam teori kampanye Oostegard, tahap ini sudah termasuk dalam tahap pelaksanaan kampanye. Dengan tersedianya panduan menandai sebagai upaya penguatan literasi digital agar masyarakat dapat lebih memahami terkait isu yang sedang dikampanyekan dan dapat turut melaporkan konten yang bermuatan ESKA yang ditemukan di YouTube bahkan juga dapat turut menyebarkan mekanisme pelaporan konten yang melanggar panduan komunitas YouTube ke ECPAT Indonesia.

ECPAT Indonesia juga membuat Panduan “Terminologi Perlindungan Anak dari Eksploitasi” yang diterbitkan bersama Kemennppa pada tahun 2019, modul “*Smart School Online*” yang menarget khusus civitas sekolah; guru, siswa orangtua untuk bersama-sama saling menyokong dalam menghadapi tantangan di era digital. Selain itu, terdapat juga konten panduan mekanisme pelaporan yang juga turut di kampanyekan oleh ECPAT Indonesia secara digital melalui kanal YouTube ECPAT Indonesia.

f. Mengadakan pilot project pelatihan bagi organisasi perlindungan anak tentang indikator konten video yang mengandung eksploitasi seksual anak serta mekanisme pelaporan di YouTube

Pilot project adalah upaya uji coba implementasi sistem terkait pengembangan sistem baru yang umumnya dilakukan pada beberapa unit kerja dengan metode percontohan dengan tujuan untuk mengedukasi masyarakat serta merubah sikap sesuai tujuan kampanye. Uji coba kampanye memudahkan menyusun strategi dan memberikan gambaran tentang respon awal sebagian khalayak sasaran terhadap pesan-pesan kampanye. Respon ini pada suatu momen akan digunakan sebagai

pembandingan ketika melakukan evaluasi proses dan akhir kampanye (Venus, 2012:205). *Smart School Online* (SSO) sebagai pilot project masyarakat dalam mendorong penggunaan internet lebih baik dan menangkal dampak negatif dari internet yang dilaksanakan oleh ECPAT Indonesia dan Google Indonesia serta didukung oleh ICT Watch, Sejiwa, Kemkominfo, Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak dan Kementerian Pendidikan.

C. Hambatan ECPAT Indonesia menangani ESKA online melalui program *YouTube Trusted Flagger* (2018-2021)

a. Hambatan dari Sikap Pemerintah

Penanganan ESKA online membutuhkan keterlibatan dan kerjasama dari multistakeholders untuk menanganinya terutama oleh negara atau pemerintah. Dalam undang-undang telah tertuang peran dan fungsi pemerintah untuk melindungi hak-hak anak, melakukan pembinaan/pengawasan terhadap anak, serta hukum yang tegas terhadap pelaku ESKA dalam menjamin keamanan dan keselamatan anak. Walaupun demikian, sikap pemerintahan sebagai pimpinan atau eksekutif yang memiliki hak dalam membuat kebijakan masih belum serius dalam menanggapi dan menangani isu ESKA online di Indonesia. Seperti halnya yang terjadi dalam program *YouTube Trusted Flaggers*, dimana peran pemerintah sebagai fasilitator belum maksimal. Melihat keterbatasan sikap pemerintah tersebut memunculkan hambatan lain di masyarakat yaitu adanya keraguan public control atau melakukan pelaporan atas temuan konten ESKA di internet. Permasalahan ini seperti tak berujung jika kesadaran masyarakat tidak terfasilitasi dengan baik.

b. Hambatan dari Pengetahuan YouTube

Dalam perjalanan pelaksanaan program *YouTube Trusted Flagger*, ECPAT Indonesia sebagai mitra terpercaya bersama YouTube sebagai provider atau penyedia fasilitas dari jasa layanan internet juga turut mendapati hambatan seperti: buruknya respon laporan konten aduan untuk ditindaklanjuti, minimnya fasilitas yang memadai maupun aksesibilitas/mekanisme pelaporan dan pengulasan aduan yang dihimpun kepada partner *Trusted Flaggers*, minimnya wadah diskusi dan komunikasi untuk merespon konten berdasarkan konteks lokal. Menyadari keterbatasan pengetahuan yang dimiliki oleh pihak YouTube, namun disisi lain bersikap kurang kooperatif menyebabkan hambatan internal dalam proses kampanye yang dilakukan oleh ECPAT Indonesia.

c. Hambatan dari Keterampilan SDM ECPAT Indonesia

Sumber daya manusia memiliki peranan vital dalam menjalankan roda kampanye seperti perencanaan, pelaksanaan, pengelolaan kampanye, melakukan flagging konten yang ditemukan di platform YouTube, dan membuat laporan kegiatan. Dari peran yang cukup banyak dijalankan oleh tim ECPAT Indonesia, perubahan mekanisme dan minimnya fasilitas yang disediakan oleh YouTube juga turut menghambat pekerjaan tim ECPAT yang juga memiliki keterbatasan sumberdaya, waktu dan keterampilan dalam pengelolaan laporan *flagging*.

Dalam model kampanye Oostegard di atas, hambatan dari masing-masing komponen ini turut mempengaruhi hasil dari perilaku target kampanye. Secara teori efektivitas kampanye melalui media sosial tidak bisa sepenuhnya memiliki pengaruh signifikan jika kampanye yang dilakukan bersifat memobilisasi. Sistem kerja di media sosial bergerak cukup perlahan. Para pengguna media sosial bukan orang yang bisa digiring begitu saja oleh opini, tapi cenderung bergerak dengan kemauan dan kesadaran sendiri berdasarkan ketertarikan pada fakta.

Kesimpulan

Meningkatnya kasus ESKA online yang semakin mengancam keamanan dan keselamatan anak-anak di Indonesia membutuhkan aksi yang tepat dan cepat. Adanya kolaborasi yang diinisiasi oleh Google Indonesia sehingga terwujud program *Trusted Flaggers* adalah upaya nyata dalam menangani kasus ESKA online dengan mengurangi dan memberhentikan penyebaran materi ESKA yang dapat diakses dengan mudah oleh anak-anak. ECPAT Indonesia dalam program *YouTube Trusted Flagger* yang dikampanyekan secara digital dan mulai aktif dijalankan pada tahun 2018-2021 melalui 6 tahapan berikut, melakukan pemetaan, dan pengembangan indikator konten-konten ESKA yang ditemukan di Youtube, mengadakan pertemuan konsultasi dengan pemerintah dan organisasi perlindungan anak, membuat panduan dan materi KIE serta kanal khusus pelaporan konten eksploitasi, dan mengadakan *pilot project* pelatihan bagi organisasi perlindungan anak tentang indikator konten video yang mengandung eksploitasi seksual anak serta mekanisme pelaporan di Youtube.

Namun dalam proses pengaplikasian program, terdapat beberapa hambatan yang ditemukan, yaitu respon dan fasilitas pelaporan yang kurang dari tim YouTube, pemerintah yang kurang serius dan belum menganggap permasalahan ESKA online sebagai suatu hal yang mendesak dan perlu ditindak, dari tim ECPAT Indonesia kekurangan SDM yang kredibel dalam mengelola, mencari konten-konten ESKA di *platform* YouTube, dan melaporkannya, pandemic Covid-19 yang meningkatkan angka kasus ESKA online, skeptisme masyarakat atas tindak lanjut dari pelaporan kasus, juga kesenjangan literasi digital di kota dengan di pedesaan dalam proses penghimpunan data ESKA yang akurat, membuat penanganan ESKA online di melalui kampanye digital program *YouTube Trusted Flagger* di Indonesia masih sulit ditangani.

Daftar Pustaka

- Ananto, D., Hartanto, D. D., & Sylvia, M. (2017). "Perancangan Kampanye Sosial Bagi Orang Tua Tentang Pentingnya Anak Beretika Di Media Digital", Jakarta
- Antar, Venus. 2004. "Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis Dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi", Bandung. Simbiosis Rekatama Media.
- ECPAT Indonesia. "Asah Digital-Modul Bentuk-bentuk Eksploitasi Seksual Anak Online", Jakarta
- ECPAT Indonesia. "Catatan Akhir Tahun ECPAT Indonesia Tahun 2017", Jakarta.
- ECPAT Indonesia. "Catatan Pemantauan Kasus eksploitasi seksual terhadap anak di Indonesia Tahun 2018", Jakarta.
- ECPAT Indonesia. "ECPAT Indonesia Annual Report 2016", Jakarta.
- ECPAT Indonesia. "ECPAT Indonesia Final Report 2018", Jakarta.

- Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. 2018. "Buku Panduan Internet Aman untuk Anak: Pencegahan Eksploitasi Seksual Anak Di Internet", Jakarta.
- Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. 2019. "Buku Panduan Terminologi Perlindungan Anak dari Eksploitasi", Jakarta.
- Kloess, Juliane A., Anthony R. Beech, dan Leigh Harkins, "Online Child Sexual Exploitation: Prevalence, Process, and Offender Characteristics," *Trauma, Violence, and Abuse* 2014, Vol. 15(2), 126-139. DOI:10.1177/1524838013511543
- Koentjaraningrat. 1993. "Metode-metode Penelitian Masyarakat". Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945