

Pengungkapan FARA atas Kampanye Influencer Israel dan Implikasi Hukum, Pajak, serta Etisnya bagi Individu dan Platform

Pengajuan terbaru di bawah **Undang-Undang Pendaftaran Agen Asing AS (FARA)** telah mengungkap kampanye influencer yang disebut **“Proyek Esther,”** yang didanai oleh Kementerian Luar Negeri Israel. Dokumen yang diajukan oleh **Bridges Partners LLC** pada 26 September 2025 merinci kontrak yang disalurkan melalui **Havas Media Group Jerman** untuk melibatkan influencer media sosial dalam memposting konten pro-Israel yang ditujukan untuk audiens AS dan global. Anggaran yang diungkapkan mencapai sekitar **\$900.000** untuk periode Juni hingga November 2025, mendukung 14–18 influencer yang menghasilkan 75–90 postingan, dengan para analis memperkirakan biaya **\$6.000–\$7.000 per postingan**.

Meskipun pengajuan ini memenuhi persyaratan transparansi FARA untuk Bridges Partners sebagai agen utama, mereka menyoroti risiko yang berjenjang: kewajiban pribadi influencer yang tidak terdaftar, tugas penegakan platform di bawah hukum periklanan, dan kewajiban pajak lintas batas. Kasus ini menunjukkan bagaimana operasi pengaruh digital menguji undang-undang dari pertengahan abad kedua puluh di era amplifikasi algoritmik.

Kerangka Undang-Undang Pendaftaran Agen Asing

FARA (22 U.S.C. § 611 dan seterusnya) - yang awalnya dibuat untuk mengungkap propaganda Nazi - mewajibkan pendaftaran bagi siapa saja yang bertindak *“atas perintah, permintaan, atau di bawah arahan atau kendali”* prinsipal asing untuk membentuk kebijakan atau opini publik AS. Pengaju harus mengungkapkan aktivitas, keuangan, dan materi yang disebarkan, dengan pembaruan setiap enam bulan.

Ketentuan utama:

1. **Penerapan luas** – mencakup kontraktor pemerintah, firma hubungan masyarakat, dan individu yang melakukan pekerjaan politik atau promosi.
2. **Akuntabilitas individu** – setiap individu yang melaksanakan aktivitas tersebut harus mengajukan pendaftaran *Short-Form*, terlepas dari pengajuan pemberi kerja.
3. **Sanksi** – denda sipil untuk kelalaian yang lalai; hingga **lima tahun penjara** atau denda **\$10.000** untuk pelanggaran yang disengaja (22 U.S.C. § 618(a); 18 U.S.C. § 951).

Implikasi bagi Influencer

Kewajiban FARA

Influencer yang mengetahui sponsor Israel dan niat yang ditujukan untuk AS memenuhi syarat sebagai agen, yang memerlukan pengajuan *Short-Form* individu. Hanya kepala Bridges Partners, Uri Steinberg, yang tampaknya terdaftar. Peserta yang tidak terdaftar karena itu bisa dianggap tidak patuh. Fokus baru Departemen Kehakiman AS pada kampanye pengaruh online (lihat Laporan Tahunan Unit FARA 2023–24) menunjukkan potensi pengawasan bahkan untuk kreator mikro.

Tugas hukum periklanan

Panduan Pengesahan FTC (16 C.F.R. Part 255) menuntut pengungkapan #ad yang jelas untuk konten berbayar. Kelalaian dalam pesan politik merupakan praktik menipu di bawah Pasal 5 Undang-Undang FTC, yang membuat pencipta atau agensi sponsor tunduk pada perintah dan denda.

Pajak

Pendapatan dari postingan berbayar dianggap sebagai **pendapatan wirausaha** (26 U.S.C. § 1402). Penduduk AS harus melaporkan pada Jadwal C; non-penduduk mungkin menghadapi pemotongan 30% untuk pekerjaan yang bersumber dari AS. Ketidakpatuhan berisiko dikenakan denda hingga 75% dari pajak yang belum dibayar atau penuntutan kejahatan (26 U.S.C. § 7201).

Konsekuensi reputasi

Di luar kewajiban hukum, koordinasi rahasia dengan negara asing mengikis keaslian yang menjadi dasar ekonomi influencer. Bagi pencipta yang kredibilitasnya adalah mata uang mereka, paparan publik atas pembayaran negara yang tidak diungkapkan dapat mengakhiri karier.

Implikasi bagi X Corp dan Platform Lain

Kepatuhan periklanan dan pengungkapan

Di bawah aturan FTC dan Pasal 26–39 DSA Uni Eropa, platform besar harus memastikan pelabelan transparan dari materi berbayar. Jika algoritma X mempromosikan postingan politik yang tidak diungkapkan, regulator dapat menganggap itu sebagai fasilitasi iklan menipu. Pelanggaran terhadap ketentuan transparansi iklan atau risiko sistemik DSA dapat menarik denda hingga **6% dari omset global**.

Paparan FARA

Platform biasanya terhindar dari tanggung jawab FARA sebagai pembawa netral. Namun, bukti kolaborasi langsung - seperti peningkatan algoritmik yang dijual sebagai bagian dari Proyek Esther - dapat memicu penyelidikan Departemen Kehakiman di bawah klausul “propaganda politik” undang-undang tersebut.

Pajak perusahaan

Karena pembayaran dilakukan di luar sistem penjualan iklan X, mereka tidak memengaruhi kewajiban pajak perusahaan. Paparan terletak pada regulasi, bukan pendapatan.

Implikasi Tata Kelola dan Kebijakan yang Lebih Luas

Proyek Esther menggambarkan konvergensi propaganda negara dengan pemasaran influencer. Lobi tradisional mengasumsikan batas yang terlihat antara pemerintah dan warga negara; media sosial menghapusnya. Ketika pesan geopolitik menyamar sebagai keaslian antar-teman, wacana demokratis menjadi tidak dapat dibedakan dari iklan yang ditargetkan.

Solusi yang sedang dibahas meliputi:

- Pedoman FARA yang dikeluarkan oleh Departemen Kehakiman untuk kreator online.
- Bendera wajib “sponsor asing” di tingkat platform.
- Koordinasi pajak internasional melalui OECD untuk pembayaran pengaruh lintas batas.

Insiden Verifikasi dan Penangguhan X Corp pada 4 Oktober 2025

Pada **4 Oktober 2025**, pengguna mengamati **pencabutan massal lencana verifikasi biru dan emas** dari akun-akun yang kritis terhadap kebijakan Israel atau pengungkapan Proyek Esther, termasuk jurnalis, akademisi, dan LSM. Tidak ada alasan publik yang menyertai tindakan tersebut. Tak lama kemudian, akun analitik **@Uncensored.AI**, yang telah meneliti program influencer dan moderasi X, **ditangguhkan tanpa pemberitahuan**. Komentar internal karyawan yang menggambarkan “tinjauan penegakan kebijakan” kemudian ditarik, dan karyawan tersebut dilaporkan ditegur.

Meskipun syarat X mengizinkan penghapusan lencana secara diskresioner, waktu kejadian - di tengah diskusi yang meningkat tentang pengaruh asing - memicu tuduhan bias sudut pandang. Di bawah **Undang-Undang Layanan Digital Uni Eropa**, Pasal 34 mewajibkan platform sangat besar untuk mengurangi risiko sistemik seperti disinformasi dan moderasi bermotivasi politik. Penghapusan yang terkoordinasi atau bersifat balasan dapat memicu pengawasan Komisi Eropa. Di AS, tindakan seperti itu membuka kembali perdebatan tentang ruang lingkup Pasal 230 dan peran quasi-publik platform komunikasi dominan.

Dimensi Etis dan Moral

Di luar undang-undang dan pengajuan, terdapat pertanyaan moral yang lebih dalam: **apa artinya bagi kebenaran dan persetujuan ketika percakapan demokratis diam-diam dibeli dan dijual?**

1. **Penipuan audiens** – Membayar influencer untuk menyajikan propaganda negara sebagai keyakinan pribadi melemahkan persetujuan yang terinformasi. Warga negara berhak tahu ketika persuasi dibayar oleh pemerintah - terutama yang terlibat dalam konflik bersenjata.
2. **Manipulasi empati** – Mengeksploitasi kepercayaan parasosial mengubah koneksi emosional menjadi alat diplomasi negara. Pengikut mengira mereka mendengar teman; pada kenyataannya, mereka adalah target kampanye terselubung.
3. **Erosi ruang jurnalistik** – Ketika “pendapat pribadi” yang disponsori membanjiri umpan, mereka mengesampingkan jurnalisme independen dan suara sipil yang tidak memiliki pendanaan setara. Asimetri informasi menjadi asimetri moral.
4. **Tanggung jawab platform** – Ketidaktransparanan algoritmik X Corp mengubah akuntabilitas moral menjadi probabilitas statistik. Perusahaan yang mendapat keuntungan dari keterlibatan - bahkan kemarahan - memikul tanggung jawab etis atas bagaimana sistemnya membentuk persepsi.
5. **Keterlibatan dan hati nurani** – Influencer yang menerima kontrak semacam itu mungkin memenuhi hukum dengan pengungkapan kemudian, namun semangat keaslian - pakta moral antara pembicara dan pendengar - telah rusak.

Dalam hal moral, Proyek Esther bukan hanya catatan hukum; ini adalah gejala dari pergeseran etis yang lebih luas di mana kebenaran menjadi komoditas dan kepercayaan demokratis menjadi aset yang dapat diperdagangkan.

Kesimpulan

Pengajuan FARA Proyek Esther menandai kemenangan kecil untuk transparansi tetapi mengungkapkan kesenjangan besar dalam penegakan dan etika. Perantara terdaftar; influencer individu tampaknya tidak. Masing-masing menghadapi potensi paparan di bawah FARA, FTC, dan hukum pajak, sementara X Corp menghadapi pengawasan yang meningkat di bawah DSA dan kecaman publik atas persepsi sensor.

Namun, konsekuensi paling serius mungkin adalah moral: erosi kepercayaan publik pada ucapan otentik. Ketika narasi negara membeli suara pribadi dan platform mengatur visibilitas, batas antara persuasi dan manipulasi larut. Memperbarui hukum diperlukan; membangun kembali integritas adalah keharusan. Hingga kebenaran dan sponsor menempati ruang yang terpisah, wacana demokratis akan tetap menjadi sandera bagi penawar tertinggi.

Referensi

- Bridges Partners LLC, *Pengajuan Undang-Undang Pendaftaran Agen Asing*, Departemen Kehakiman AS (26 September 2025).
- *Responsible Statecraft*, “Siapa ‘influencer’ yang dibayar Israel \$7.000 per postingan?” (2 Oktober 2025).
- *Jerusalem Post*, “Di dalam ‘Proyek Esther’ Israel” (1 Oktober 2025).
- *Al Mayadeen English*, “Proyek Esther: Influencer pro-‘Israel’ berbayar menghindari aturan FARA” (3 Oktober 2025).

- *Middle East Eye*, "Israel membayar influencer AS untuk membalikkan opini publik negatif" (3 Oktober 2025).
- *ProPublica*, "Akun terverifikasi di X berkembang saat menyebarkan disinformasi konflik Israel-Hamas" (19 Desember 2023).
- *Rolling Stone*, "Grok mengklaim sempat ditangguhkan dari X setelah menuduh Israel melakukan genosida" (12 Agustus 2025).
- *Business Standard*, "Mengapa AI Grok milik Musk sempat ditangguhkan di X" (12 Agustus 2025).
- *Finance Yahoo News*, "X mencabut lencana verifikasi emas dari The New York Times" (Oktober 2023).
- *Al Jazeera*, "Penutupan bayangan: Apakah raksasa media sosial menyensor suara pro-Palestina?" (24 Oktober 2023).
- Komisi Eropa, *Proses Undang-Undang Layanan Digital terhadap X Corp*, 2023–2025.
- Departemen Kehakiman AS, *Laporan Tahunan Unit Penegakan FARA 2023–2024*.
- Komisi Perdagangan Federal AS, *Panduan Pengesahan*, 16 C.F.R. Part 255 (2023).
- Dinas Pendapatan Internal, *Publikasi 334: Panduan Pajak untuk Bisnis Kecil* (2024).