

The Streisand Effect

Oleh:

[Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD](#)

Guru Besar Manajemen, NUP: 9903252922

© RUDYCT e-PRESS

rudyct75@gmail.com

Bogor, Indonesia

7 April, 2025

Penjelasan Naratif tentang “Streisand Effect”

1. Definisi dan Inti Konsep

“**Streisand Effect**” adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan suatu fenomena paradoks di mana **usaha untuk menyembunyikan, melarang, atau menyensor suatu informasi justru menyebabkan informasi tersebut menjadi lebih terkenal atau viral**. Upaya menutup-nutupi hal tersebut justru menarik perhatian publik dan media secara lebih luas. Efek ini sangat relevan dalam era digital dan media sosial, di mana informasi dapat tersebar dengan sangat cepat dan luas.

Nama **Streisand Effect** berasal dari insiden nyata yang terjadi pada tahun 2003, melibatkan **Barbra Streisand**, seorang artis dan penyanyi ternama Amerika Serikat.

2. Asal Usul Istilah: Kasus Barbra Streisand (2003)

Pada tahun 2003, seorang fotografer bernama **Kenneth Adelman** mendokumentasikan garis pantai California untuk sebuah proyek lingkungan yang disetujui negara bagian, bertujuan untuk memantau erosi pantai. Dari **12.200 foto** yang diunggah ke situs *Pictopia.com*, salah satunya — foto dengan nomor **3850** — secara tidak sengaja menyertakan rumah Barbra Streisand di Malibu. Rumah tersebut hanya terlihat sekitar **3% dari keseluruhan gambar**, dan **tidak ditandai secara eksplisit** dalam cara yang bisa dicari melalui mesin pencari internet.

Sebelum adanya perhatian publik, foto itu hanya dilihat **enam kali**, kemungkinan besar oleh Streisand atau tim hukumnya sendiri. Namun, **Streisand memutuskan untuk mengajukan tuntutan hukum** terhadap sang fotografer dan situs tersebut, menuntut penghapusan gambar dengan alasan privasi.

Ironisnya, tindakan hukum inilah yang memicu perhatian media besar-besaran. **Kasus ini menjadi berita nasional dan internasional**, memicu rasa penasaran publik, dan **jutaan orang** kemudian mencari dan melihat gambar rumah Streisand. Alih-alih menyembunyikan rumahnya, Streisand **secara tidak langsung membuat gambar itu menjadi sangat terkenal**. Akhirnya, pengadilan menolak gugatan Streisand dan membebaskan biaya hukum kepada pihaknya.

3. Ciri-ciri Utama Streisand Effect

- **Pemicu:** Ada upaya eksplisit untuk menyembunyikan, menekan, atau menyensor informasi.
 - **Respons publik:** Justru meningkatnya rasa ingin tahu dan perhatian publik.
 - **Media amplifikasi:** Peran besar dari media (baik tradisional maupun sosial) dalam memperluas penyebaran informasi tersebut.
 - **Konsekuensi negatif bagi penyensor:** Biasanya berupa rasa malu, kerugian reputasi, atau bahkan kekalahan hukum.
-

4. Contoh-Contoh Streisand Effect dalam Sejarah dan Era Digital

A. Sebelum Era Internet

- **Frankie Goes to Hollywood – “Relax” (1983):** Lagu ini dilarang oleh BBC karena dianggap berisi konten seksual eksplisit. Larangan ini malah menjadikan lagu tersebut **semakin populer dan menjadi hit besar** di berbagai tangga lagu dunia.
- **Lady Chatterley’s Lover – D.H. Lawrence:** Novel ini dilarang di beberapa negara karena kontennya yang eksplisit, namun larangan tersebut malah memicu rasa ingin tahu masyarakat dan meningkatkan penjualannya secara besar-besaran.

B. Era Internet dan Media Sosial

- **Edward Snowden dan dokumen NSA (2013):** Pemerintah AS dan Inggris mencoba menyembunyikan kebocoran informasi tentang program pengawasan massal, tetapi usaha itu justru membuat kebocoran tersebut menjadi sorotan global.
 - **BBC dan Skandal Jimmy Saville (2012):** BBC mencoba menghambat investigasi terhadap kasus pelecehan seksual oleh presenter mereka, Jimmy Saville. Namun, usaha ini justru memperkuat perhatian publik dan mengungkap skandal besar.
 - **J.K. Rowling sebagai Robert Galbraith:** Ketika identitas J.K. Rowling sebagai penulis buku detektif *The Cuckoo's Calling* dengan nama samaran terungkap dan awalnya coba ditepis, justru publik menjadi lebih tertarik dan buku tersebut langsung melesat di tangga penjualan.
-

5. Relevansi dalam Konteks Sosial, Politik, dan Hukum

Streisand Effect tidak hanya terjadi dalam konteks selebriti dan seni, tetapi juga **banyak muncul dalam dunia politik, bisnis, bahkan akademik**. Contoh:

- Politikus yang mencoba menyembunyikan skandal pribadi malah mempercepat penyebarannya.
- Perusahaan yang mengancam jurnalis atau konsumen dengan gugatan hukum justru memperparah kerusakan reputasi mereka karena perhatian publik meningkat.

Dalam konteks hukum, **upaya pelarangan melalui jalur legal** sering kali menghasilkan efek bumerang bila tidak disertai dengan pertimbangan komunikasi publik yang matang. **Aspek psikologis** dari Streisand Effect

menjelaskan bahwa **manusia secara naluriah tertarik pada hal yang dilarang atau ditutupi**, mirip seperti “buah terlarang” (forbidden fruit).

6. Diskusi dan Refleksi: Apa Pelajaran dari Streisand Effect?

- **Transparansi lebih efektif daripada represi.** Dalam era digital, kejujuran dan komunikasi terbuka sering kali lebih baik daripada usaha sensor.
 - **Komunikasi krisis perlu strategi yang cerdas.** Respons impulsif terhadap berita atau gambar bisa memperburuk situasi.
 - **Fenomena ini adalah pengingat akan kekuatan media sosial**, di mana masyarakat luas dapat menjadi “media” itu sendiri yang menyebarkan informasi hanya dalam hitungan menit.
-

7. Penutup

Istilah *Streisand Effect*, yang pertama kali dipopulerkan oleh **Mike Masnick dari situs Techdirt pada 2005**, kini menjadi bagian penting dalam studi komunikasi, hukum media, manajemen krisis, hingga kebijakan publik. Ia mencerminkan **pergeseran kekuasaan informasi** dari tangan institusi ke tangan masyarakat luas, dan menyuarakan pesan bahwa di zaman digital ini, **kontrol informasi bukan hanya sulit — tapi bisa menjadi bumerang** jika salah langkah.

1. Karakteristik Psikologis dan Sosial dari Streisand Effect

A. Paradoks Larangan = Daya Tarik

Streisand Effect bekerja berdasarkan **kontrareaksi psikologis**: ketika seseorang merasa akses informasi dibatasi, muncullah keinginan yang lebih kuat untuk mencari tahu. Dalam psikologi, ini disebut **Reactance Theory** (Jack Brehm, 1966), yaitu respon manusia terhadap hilangnya kebebasan pilihan.

Misalnya:

Ketika sebuah pemerintah melarang akses ke situs tertentu, publik justru berlomba-lomba mencari VPN atau cara lain untuk mengaksesnya. Bukan karena mereka sangat ingin tahu sebelumnya, tetapi karena adanya larangan.

B. Efek Curiosity Gap

Larangan atau penyensoran menciptakan "celah rasa ingin tahu" – *curiosity gap* – yang memicu imajinasi publik:

"Apa yang coba disembunyikan? Kenapa dilarang? Apakah ini skandal besar?"

Hal ini memperkuat narasi, meskipun kenyataannya bisa sangat sepele. Artinya, konten yang tadinya tidak penting menjadi "penting" hanya karena dikategorikan sebagai sesuatu yang *forbidden*.

2. Perspektif Komunikasi dan Media

A. Dinamika Viralitas

Era digital menandai berakhirnya kontrol penuh terhadap aliran informasi. Sebuah isu yang "kecil" bisa menjadi besar hanya dalam **hitungan menit**, terutama karena media sosial bersifat:

- **Desentralistik** (semua orang bisa menyebarkan informasi)
- **Interaktif** (komentar, like, share mempercepat viralitas)
- **Terautomasi** (melalui algoritma trending/topik hangat)

Streisand Effect sangat erat dengan hukum "**Attention Economy**": semakin kontroversial atau dilarang sesuatu, semakin tinggi nilainya di mata publik digital.

B. Media Tradisional vs Media Baru

Dulu, media massa besar bisa mengendalikan narasi. Tapi kini, justru media sosial lah yang menjadi pencipta opini publik. Jika selebritas, tokoh politik, atau institusi berusaha menyensor konten, publik justru menganggapnya sebagai **tindakan otoriter atau tidak transparan**.

3. Perspektif Hukum dan Manajemen Reputasi

A. Upaya Legal Bisa Jadi Bumerang

Di banyak kasus, upaya hukum untuk menghapus konten:

- Mengundang perhatian media massa
- Dianggap bentuk intimidasi atau SLAPP (Strategic Lawsuit Against Public Participation)
- Menurunkan citra sang penggugat di mata publik

Contoh:

Di Indonesia, ketika seorang tokoh publik menggugat netizen karena komentar di media sosial, hal ini sering kali malah memperluas penyebaran komentar tersebut.

B. Manajemen Krisis Modern

Organisasi dan tokoh publik kini dituntut untuk:

- **Meningkatkan keterbukaan (transparency)**
- **Menanggapi dengan narasi, bukan represi**
- **Berpikir strategis, bukan emosional**

Contoh respons yang baik:

- "Kami menyadari konten tersebut menimbulkan kekhawatiran, dan kami siap berdiskusi terbuka." bukan:
 - "Kami akan menempuh jalur hukum dan meminta semua konten dihapus."
-

4. Relevansi Streisand Effect di Era Digital

A. Contoh Global

- **TikTok diblokir sementara di India:** membuat aplikasi ini menjadi pusat perhatian dan topik panas secara global.
- **Larangan buku-buku atau karya seni tertentu:** sering kali membuatnya laku keras di pasar gelap atau dunia maya.

B. Contoh Indonesia

- **Pemblokiran situs berita atau investigatif:** justru membuat masyarakat penasaran dan mencari cara mengaksesnya.
 - **Gugatan hukum terhadap influencer atau buzzer:** sering kali memperburuk reputasi pihak penggugat karena dianggap membungkam kritik.
-

💡 5. Implikasi Akademik dan Edukatif

A. Dalam Dunia Pendidikan dan Literasi Digital

Streisand Effect adalah **studi kasus ideal untuk literasi media dan etika komunikasi**, terutama bagi generasi muda:

- Mengajarkan pentingnya kebebasan berekspresi
- Mendorong penggunaan pendekatan etis dalam merespons kritik
- Membuka diskusi tentang transparansi, sensor, dan kebijakan publik

B. Dalam Manajemen dan Bisnis

Dalam dunia manajemen, terutama **public relations, crisis management, dan digital branding**, Streisand Effect mengajarkan bahwa:

- **Keheningan atau penjelasan terbuka** lebih baik daripada penyangkalan dan ancaman.
- **Engagement publik yang bijak** bisa membalikkan krisis menjadi kesempatan untuk membangun kepercayaan.

■ Kesimpulan

Streisand Effect bukan sekadar fenomena pop kultur, tetapi mencerminkan perubahan mendasar dalam struktur kekuasaan informasi. Di dunia yang semakin terhubung dan transparan, **upaya menutup informasi sering kali berakhir dengan keterbukaan yang lebih besar**. Oleh karena itu, organisasi, pemerintah, dan individu perlu:

- Mempelajari dinamika sosial digital
- Menyusun strategi komunikasi yang sensitif dan terbuka
- Menghindari solusi represif terhadap opini publik



📌 Judul Studi Kasus: “Ketika Sensor Menciptakan Sensasi: Streisand Effect dalam Dinamika Media Indonesia”

I. Pendahuluan: Konteks Lokal

Indonesia, sebagai negara demokratis dengan populasi pengguna internet yang besar, kerap menghadapi dilema antara **kebebasan berekspresi** dan **upaya pengendalian informasi**. Dalam beberapa tahun terakhir, sejumlah kasus memperlihatkan bahwa **upaya sensor**

atau pelarangan konten di Indonesia justru berbalik arah—membuat informasi tersebut semakin menyebar luas. Fenomena ini adalah contoh nyata dari **Streisand Effect**.

II. Studi Kasus Utama: Kasus "Film Sexy Killers" (2019)

◆ Latar Belakang

- Film dokumenter "**Sexy Killers**" yang diproduksi oleh Watchdoc bercerita tentang dampak industri batu bara terhadap lingkungan, masyarakat lokal, dan keterkaitannya dengan elite politik nasional, terutama menjelang **Pemilu 2019**.
- Film ini dipublikasikan secara **gratis di YouTube**.

◆ Pemicu Streisand Effect

- Film ini ditayangkan hanya beberapa hari sebelum pemilu, dan memicu reaksi dari sejumlah pihak politik.
- Di beberapa daerah, pemutaran film ini **dilarang secara resmi oleh pemerintah lokal** dan **dianggap mengganggu ketertiban umum**.
- Beberapa kelompok menuduh film tersebut sebagai "propaganda politik" dan "tendensius".

◆ Dampak Larangan

- **Alih-alih meredam penonton**, larangan tersebut **meningkatkan perhatian publik** secara eksponensial.
- Dalam hitungan hari:
 - Ditonton lebih dari **20 juta kali**.
 - Menjadi **trending topic nasional**.

- Diperbincangkan secara luas di media sosial dan forum digital.

◆ Analisis Naratif

- Larangan dan pelabelan film sebagai "berbahaya" justru memancing rasa ingin tahu publik.
 - Netizen melihat larangan sebagai indikasi bahwa ada "sesuatu yang disembunyikan".
 - Dampak emosional dari narasi korban tambang dalam film memperkuat efek viralitasnya.
-

III. Contoh Lainnya di Indonesia

◆ Kasus Meme Jokowi – Thanos (2018)

- Sebuah meme yang menggambarkan Presiden Jokowi sebagai Thanos sempat ditanggapi oleh pihak berwenang.
- Tanggapan resmi tersebut menimbulkan kehebohan dan **memperbanyak penyebaran meme**, yang semula hanya berskala terbatas.

◆ Kasus Blokir Internet Papua (2019)

- Pemerintah memblokir akses internet di Papua dan Papua Barat pasca kerusuhan.
 - Akibatnya, publik Indonesia dan internasional mempertanyakan tindakan tersebut, dan justru **meningkatkan sorotan terhadap isu Papua** di media asing dan lembaga HAM global.
-

IV. Analisis Strategis

✓ Pelajaran Positif (Do's)

Strategi	Penjelasan
Transparansi dan Narasi Proaktif	Menanggapi konten sensitif dengan klarifikasi berbasis data dan empati lebih efektif daripada pelarangan.
Kolaborasi dengan komunitas digital	Pemerintah dan institusi dapat mengundang dialog terbuka melalui diskusi publik daring.
Pemantauan isu secara real-time	Menggunakan analisis big data dan sentimen publik untuk menilai potensi viralitas sebuah isu sebelum merespons.

✗ Kesalahan Umum (Don'ts)

Strategi Keliru	Dampaknya
Pemblokiran mendadak tanpa penjelasan	Mengundang spekulasi dan menyulut rasa ingin tahu kolektif.
Respon emosional atau ancaman hukum	Mengubah opini publik menjadi simpati terhadap pihak yang disensor.
Stigma "hoaks" tanpa pendekatan edukatif	Menurunkan kredibilitas lembaga yang menyampaikan informasi.

V. Kesimpulan dan Refleksi

Streisand Effect adalah **realitas komunikasi digital kontemporer**, di mana **upaya mengontrol informasi tanpa strategi cerdas dapat menjadi kontra-produktif**. Di Indonesia, kasus seperti "Sexy Killers",

blokir Papua, atau respons terhadap meme politik, menunjukkan bahwa pendekatan **represif** sering kali memperkuat sebaran informasi yang ingin dibatasi.

Institusi, pemerintah, dan pemimpin komunikasi publik perlu mengadaptasi pendekatan yang lebih transparan, edukatif, dan kolaboratif. Pendekatan ini lebih mampu membangun kepercayaan, menjaga reputasi, dan menghindari efek bumerang yang merugikan.

■ Lampiran: Rekomendasi untuk Pembelajaran

Modul Integratif untuk Kuliah atau Pelatihan:

- Mata Kuliah: *Komunikasi Krisis, Etika Media, Hukum Digital*
- Topik: *"Mengenal dan Mengelola Streisand Effect dalam Konteks Lokal"*
- Kegiatan: Simulasi manajemen krisis digital (role-play), analisis konten media sosial, studi dampak kebijakan sensor.

■ GLOSARIUM: *Streisand Effect* dan Istilah Terkait

Istilah	Definisi
Streisand Effect	Fenomena di mana upaya untuk menyembunyikan, menyensor, atau menghapus informasi justru menyebabkan informasi tersebut tersebar lebih luas, terutama melalui media digital dan internet. Dinamai berdasarkan kasus Barbra Streisand pada tahun 2003.
Censorship (Sensor)	Tindakan pengendalian informasi oleh otoritas atau individu untuk mencegah penyebaran konten yang dianggap berbahaya, kontroversial, atau memalukan.
Backfire Effect	Reaksi psikologis di mana individu justru semakin mempercayai informasi salah atau sensitif setelah diberikan bantahan atau koreksi. Dalam konteks Streisand Effect, sensor bisa menimbulkan efek kebalikan.
Digital Virality	Proses penyebaran informasi yang sangat cepat dan meluas melalui platform digital seperti media sosial, forum daring, atau situs berita.
Information Cascade	Keadaan ketika individu mengambil keputusan atau menyebarkan informasi berdasarkan apa yang dilakukan oleh orang lain, bukan dari penilaian pribadi atau fakta yang kuat.
Online Reputation Management	Praktik strategis untuk memantau, memengaruhi, dan mengendalikan persepsi publik terhadap individu atau institusi di ruang digital.

Istilah	Definisi
Whistleblower	Individu yang mengungkapkan praktik tidak etis, ilegal, atau membahayakan publik dari dalam suatu organisasi atau institusi.
Digital Footprint	Jejak data yang ditinggalkan oleh individu saat menggunakan internet, termasuk jejak pencarian, unggahan media sosial, dan interaksi daring lainnya.
Internet Meme	Simbol budaya, ide, atau gaya yang menyebar dengan cepat dari orang ke orang di internet, sering kali dalam bentuk gambar, video, atau teks humoris.
Freedom of Information	Prinsip bahwa publik memiliki hak untuk mengakses informasi yang dimiliki oleh lembaga publik atau pemerintah sebagai bagian dari transparansi dan akuntabilitas.
Algorithmic Amplification	Proses di mana algoritma media sosial memperbesar jangkauan suatu konten berdasarkan keterlibatan pengguna, yang sering kali berkontribusi pada efek viral termasuk Streisand Effect.

DAFTAR PUSTAKA (Topik: Streisand Effect)

1. Buni, C., & Chemaly, S. (2016). The Streisand effect: How attempts to repress information backfire. *Harvard Kennedy School Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy*.
<https://shorensteincenter.org/the-streisand-effect/>
2. Greenberg, A. (2013, October 15). The 'Streisand Effect' snaps back at anti-piracy group. *WIRED*.
<https://www.wired.com/2013/10/streisand-effect/>
3. McGeeveran, W. (2007). The law of online obscurity. *Minnesota Law Review*, 91(5), 1119–1192.
https://www.minnesotalawreview.org/wp-content/uploads/2012/01/McGeeveran_Final.pdf
4. Nissenbaum, H. (2004). Privacy as contextual integrity. *Washington Law Review*, 79(1), 119–158.
5. Solove, D. J. (2007). *The future of reputation: Gossip, rumor, and privacy on the Internet*. Yale University Press.
6. Zuckerman, E. (2009). The Streisand Effect and censorship backfire. *Berkman Center for Internet & Society Research Publication Series*, (2009-05).
https://cyber.harvard.edu/publications/2009/streisand_effect_and_censorship_backfire
7. Anderson, N. (2010, April 14). The Streisand Effect: When censorship backfires. *Ars Technica*. <https://arstechnica.com/tech-policy/2010/04/the-streisand-effect-when-censorship-backfires/>
8. Tufekci, Z. (2015). Algorithmic harms beyond Facebook and Google: Emergent challenges of computational agency. *Colorado Technology Law Journal*, 13, 203–218.

9. Barocas, S., Hood, S., & Ziewitz, M. (2013). Governing algorithms: A provocation piece. *Governing Algorithms Conference Report*. New York University. <https://governingalgorithms.org/>
10. Wikipedia contributors. (2023). *Streisand effect*. In Wikipedia, The Free Encyclopedia. https://en.wikipedia.org/wiki/Streisand_effect
11. ChatGPT 4o (2025). Copilot of this article. Access date: 7 April 2025. Writer's account. <https://chatgpt.com/c/67f39b7c-5eac-8013-b2f5-0ff79c4a91ea>