

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemilu adalah ajang pesta demokrasi rakyat. Pemilu di Indonesia merupakan hal yang penting karena pemilu adalah sarana di mana setiap warga negara memilih para wakilnya untuk menjalankan roda pemerintahan di tingkat nasional, provinsi, dan kabupaten/ kota, baik mereka yang akan duduk di lembaga eksekutif (Presiden/Wakil Presiden, Gubernur/ Wakil Gubernur, Bupati/Wakil Bupati, dan Walikota/Wakil Walikota) maupun mereka yang akan duduk di lembaga legislatif (DPR, DPD, DPRD Provinsi dan DPRD Kabupaten/Kota).

Pemilihan umum diadakan lima tahun sekali. Tahun 2018, Indonesia tengah menyambut tahun politik. Di tahun ini, masyarakat Indonesia mengadakan pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah dan merupakan suatu kewajiban yang diselenggarakan oleh setiap daerah melalui Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPUD). Pemilihan ini adalah untuk memilih gubernur dan wakil gubernur secara langsung oleh rakyat di bebrbagai provinsi di Indonesia. Pelaksanaan pemilihan kepala daerah (disingkat pilkada) tahun 2018 dilaksanakan tepatnya pada 26 Juni 2018 untuk memilih calon gubernur dan wakil gubernur masa bakti 2018-2023. Pilkada tidak terlepas dari aktivitas kampanye. Namun, saat ini dapat terlihat bahwa terjadi transformasi dalam komunikasi politik (kampanye). Perubahan tersebut tampak dari metode kampanye yaitu dengan adanya penggunaan media. Menurut Nasrullah (2015: 4) bahwa media memiliki kekuatan yang juga berkontribusi menciptakan makna dan budaya. Peran media ini sangat besar dalam melatarbelakangi perubahan perilaku politik masyarakat saat ini untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi mengenai para calon kandidat. Sebab, pengetahuan masyarakat mengenai para kandidat yang akan dipilih sangatlah penting untuk mengetahui mana calon yang layak untuk dipilih dan menjadi pemimpin daerahnya.

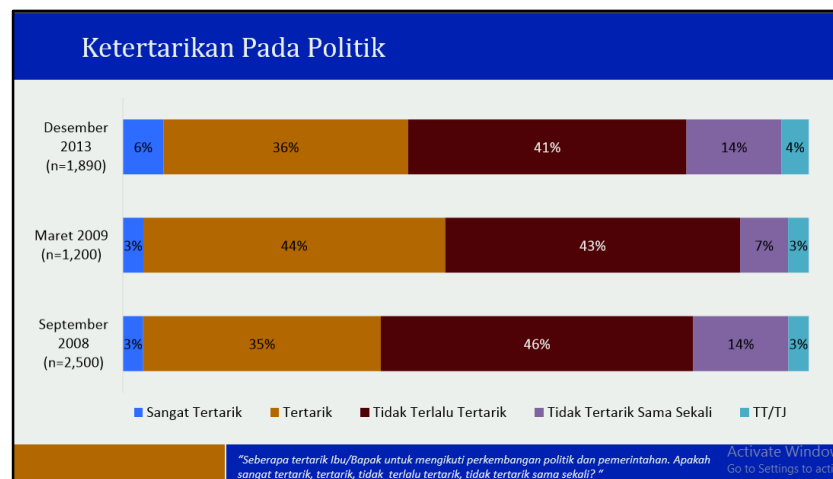
Pada dasarnya, kampanye dilakukan untuk mengutarakan ide-ide terbaik yang dapat dirumuskan sehingga disampaikan kepada masyarakat dan diterima dengan baik bahkan mendapat dukungan dari masyarakat. Lynda Lee Kaid (2004) menyatakan interaksi yang terjadi antara media, kandidat, serta warga negara menghasilkan gaungan makna retorik yang berarti pada sebuah kampanye. Dalam berkampanye, para

kandidat berorientasi untuk kepentingan politik. Tentu saja tujuan tersebut berkaitan untuk mendapatkan dukungan dari pemilih atau pemegang hak suara. Namun di era sekarang ini, banyak sekali kegiatan kampanye yang dilakukan untuk menyerang lawan politiknya (*attacking campaign*) bahkan menjatuhkan lawan politiknya. Salah satu fenomena politik yang banyak diperbincangkan masyarakat saat ini adalah kampanye hitam (*black campaign*). Dahulu kampanye hitam dikenal sebagai *whispering campaign* melalui mulut ke mulut, namun sekarang bisa dengan menggunakan media elektronik.

Secara harfiah kampanye hitam bisa dikatakan sebagai strategi menyampaikan pesan yang memiliki fakta secara sepihak sehingga pesan tersebut digunakan untuk membuat citra kandidat lain tampak buruk dan ditujukan oleh satu kandidat kepada kandidat lainnya untuk menjatuhkannya dimata publik. Dalam kampanye hitam pesan-pesan politik atau pernyataan digunakan untuk menyakiti lawan politik yang tidak mendasar dan tidak memiliki bukti yang absah. Umumnya yang disebut dengan kampanye hitam adalah memfitnah, mengadu domba, menghasut, menghina, atau menyebarkan berita bohong yang dilakukan oleh seorang calon/sekelompok orang/partai politik/ pendukung seorang calon, terhadap lawan mereka. Pernyataan calon kepala daerah tertentu yang ucapannya menghina atau melecehkan calon kepala daerah yang lain dan ada juga seseorang yang menyebarkan berita kelompok tertentu berkaitan dengan agama atau suku atau ras yang menimbulkan kata-kata kebencian. Kampanye hitam ini biasanya juga menyerang kandidat, visi-misi, bahkan program kerja dari satu kandidat kepada kandidat lain. Masalah gesekan atau perbedaan dijadikan topik utama yang diangkat dalam berkampanye. Banyak penyelewengan atau kecurangan-kecurangan dalam kampanye terutama pemanfaatan isu-isu negatif yang tidak memiliki data dan fakta yang jelas seperti yang terjadi pada pilkada di Indonesia saat ini.

Secara umum kampanye hitam memiliki ciri yang sangat pokok yaitu lebih banyak bual daripada fakta. Di Indonesia, politik juga bukan hal yang diminati masyarakat dalam menjalankan kehidupan dalam suatu negara. Berbagai faktor dapat menjadi penyebab tertarik dan ketidaktertarikan masyarakat terhadap dunia politik.

Berdasarkan hasil survei oleh Lembaga Survei Indonesia (LSI) bahwa respon masyarakat cenderung negatif atau tidak tertarik pada politik. Sejak tahun 2008 hingga 2013, respon masyarakat terhadap politik cenderung tidak stabil. Bahkan sebagian besar respon lebih mengarah kepada negatif (www.lsi.or.id, diakses pada 1 Mei 2018, pukul 13.20). Seperti yang digambarkan pada grafik berikut ini.



Gambar 1.1 Ketertarikan Pada Politik 2013

Sumber: www.lsi.or.id, diakses pada 1 Mei 2018, pukul 13.20

Mayoritas masyarakat saat ini belum dapat mengolah informasi politik dengan baik. Atau bisa dikatakan masyarakat saat ini lebih tertarik dengan isu-isu kandidat daripada visi dan misi yang disampaikan oleh para kandidat. Sehingga hal ini menyebabkan masyarakat kurang teredukasi dengan baik dan potensi munculnya pesan-pesan kampanye hitam sangat besar di masyarakat. Realitanya intensitas kampanye hitam ini makin meningkat dengan adanya pilkada atau pemilihan kepala daerah. Masalah ini kerap muncul karena kelompok pendukung calon tertentu berseberangan dengan kelompok pendukung calon lainnya. Di perhelatan pilkada 2018 ini isu kampanye hitam menjadi perbincangan hangat di masyarakat. Bahkan dilansir dari republika.co.id (Kamis, 01/02/2018) Bawaslu mengatakan bahwa kampanye hitam menjadi isu penting dalam pilkada 2018 ini (www.republika.co.id, diakses pada 18 Januari 2018, pukul 16.31). Bahkan dilakukan berbagai upaya pencegahan yang dilakukan pemerintah dengan diadakannya pengawasan terhadap penggunaan media sosial oleh Bawaslu, KPU, dan Menkominfo untuk pencegahan kampanye hitam ini karena pelaksanaan pilkada ini dianggap sangat rawan akan kampanye hitam. Dari upaya tersebut dapat dilihat bahwa pada kampanye hitam adalah salah satu masalah yang menjadi perhatian pemerintah dalam pilkada 2018 ini.

Tahun 2018 merupakan tahun diselenggarakannya pemilihan kepala daerah secara serentak seluruh provinsi yang terdiri dari 31 provinsi di Indonesia. Termasuk provinsi Jawa Barat di dalamnya. Kampanye kandidat sebagai salah satu cara untuk mendapatkan dukungan dari pemilih atau pemegang hak suara dan merupakan bagian dari proses pilkada tersebut. Telah ditetapkan oleh KPU melalui website resmi www.kpu.go.id bahwa masa kampanye pilkada dimulai pada 15 Februari 2018 - 23 Juli 2018 (www.kpu.go.id, diakses pada 5 Juli 2018, pukul 18.05). Pelaksanaan pilkada itu sendiri jatuh pada 26 Juni 2018 di mana masyarakat Indonesia memilih salah satu calon gubernur dan wakil gubernur untuk menjadi pemimpin di daerahnya masing-masing. Berdasarkan data infopemilu.kpu.go.id, bahwa pada tahun 2018 pulau Jawa memiliki jumlah pemilih tetap paling banyak yang terdiri dari beberapa provinsi yaitu Jawa Barat memiliki jumlah pemilih tetap yaitu 31.730.039 jiwa, Jawa Timur dengan jumlah pemilih tetap 30.155.719 orang, Jawa Tengah sejumlah 27.068.500 orang, dan Banten sejumlah 4.219.124 orang (infopemilu.kpu.go.id, diakses pada 6 Juli 2018). Jawa Barat memiliki jumlah pemilih tetap terbanyak pada tahun 2018 yaitu sebanyak 30.155.719 jiwa dibandingkan dengan provinsi lainnya. Dengan jumlah tersebut menggambarkan bahwa Jawa Barat memiliki peran yang sangat besar dalam perhelatan pilkada ini. Besarnya jumlah pemilih tetap di Jawa Barat menjadikan provinsi ini mendapat perhatian dalam pilkada ini.

Berbagai agenda politik yang dilakukan selama pelaksanaan pemilu. Salah satunya adalah debat publik. Debat publik atau debat terbuka dilakukan oleh setiap kandidat calon gubernur dan wakil gubernur yang dilaksanakan paling banyak 3 (tiga) kali oleh KPUD. Dalam pelaksanaan pilkada ini, debat publik dilakukan oleh semua daerah yang mengadakan pemilihan gubernur dan wakil gubernur di Indonesia. Debat publik dilaksanakan dengan disiarkan melalui lembaga penyiaran publik. Pada debat tersebut, para kandidat menyampaikan visi dan misi serta program-program untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat ketika kandidat terpilih. Jawa Barat yang merupakan provinsi dengan jumlah pemilih tetap terbanyak mengadakan debat publik pemilihan gubernur yang disiarkan terbagi di beberapa stasiun televisi berbeda pada setiap putarannya di antaranya pada putaran pertama disiarkan melalui satu stasiun televisi yaitu Kompas TV pada Senin, 12 Maret 2018 pukul 19.30 WIB, tayangan putaran ke-dua disiarkan melalui dua stasiun televisi yaitu Trans 7 dalam program CNN Indonesia dan Inews pada Senin, 14 Mei 2018 pukul 19.30 WIB, dan tayangan

putaran ke-tiga disiarkan melalui dua stasiun televisi yaitu TV One dan Metro TV pada Jumat, 22 Juni 2018 pukul 19.30 WIB.

Debat publik pemilihan gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat 2018 salah satu wujud pelaksanaan agenda politik yang disiarkan melalui televisi swasta nasional. Atas kerjasama KPUD dengan beberapa media dalam menyiarkan tayangan “Debat Publik Pemilihan Gubernur 2018” yang terdiri dari 3 (tiga) putaran. Namun, pada debat publik pemilihan gubernur kali ini terdapat insiden yang membuat heboh masyarakat yaitu pada tayangan debat publik pemilihan gubernur di Jawa Barat. Pada tayangan debat pilgub Jabar terdapat beberapa pesan di luar konteks penyampaian visi dan misi ataupun program kerja yang disampaikan oleh satu kandidat kepada kandidat yang lain. Seperti ketika Deddy Mizwar mengkritik pertanyaan yang disampaikan oleh Ridwan Kamil dengan mengatakan Ridwan Kamil memiliki pengetahuan yang kurang.

Selain itu pada tayangan putaran kedua, terdapat insiden “2019 Ganti Presiden” yang mewarnai panggung debat cagub Jabar. Pada debat tersebut sempat terjadi keributan di tengah pelaksanaan debat dengan munculnya *closing statement* dari pasangan calon gubernur dan wakil gubernur nomor 4 (Sudrajat-Syaikhu). Hal tersebut cukup membuat masyarakat resah karena terdapat beberapa pesan yang dianggap melanggar aturan dalam berkampanye yang disampaikan oleh pasangan calon gubernur dalam debat pilgub Jawa Barat. Dilansir dari pikiran-rakyat.com menyatakan, lembaga yang berfungsi dalam pengawasan pemilu (Bawaslu) telah menyatakan tindakan tersebut merupakan pelanggaran dan merekomendasikan KPU untuk memberi teguran kepada pelaku pelanggaran kampanye dalam debat publik tersebut (www.pikiran-rakyat.com, diakses pada 10 Juli 2018, pukul 08.00).

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk menganalisis lebih dalam mengenai analisis isi pesan *black campaign* (kampanye hitam) pada Tayangan “Debat Publik Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2018”. Adapun alasan penulis memilih judul penelitian yang saat ini sedang penulis dalami yakni *pertama*, kampanye hitam merupakan salah satu bentuk dari kampanye yang memiliki peran sangat penting dalam pemilihan gubernur dan wakil gubernur politik dan menjadi konsekuensi dalam berjalannya sistem politik. Namun, maraknya kampanye hitam mengakibatkan kurangnya informasi yang diperoleh masyarakat sehingga tidak tereduksi. Baik mengenai informasi kandidat

ataupun dunia politik. *Kedua*, Jawa Barat merupakan provinsi dengan jumlah pemilih tetap terbanyak pada pilkada serentak ini di bandingkan dengan provinsi lainnya. Sehingga Jawa Barat memiliki potensi politik yang besar dan menjadi perhatian perhatian pemerintah pada saat ini. Oleh karena itu, latar belakang di atas mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul:

“Pesan Kampanye Hitam dalam Media (Analisis Isi Kuantitatif Pada Tayangan Debat Publik Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat 2018)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan perihal kampanye hitam yang telah sedikit dijabarkan dalam latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

Apakah ada konten pesan kampanye hitam dalam Tayangan “Debat Publik Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2018” terkait kategori berikut:

- (a) Berapa persentase konten pesan kampanye hitam dalam Tayangan “Debat Publik Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2018” terkait penghinaan?
- (b) Berapa persentase konten pesan kampanye hitam dalam Tayangan “Debat Publik Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2018” terkait fitnah?
- (c) Berapa persentase konten pesan kampanye hitam dalam Tayangan “Debat Publik Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2018” terkait adu domba?
- (d) Berapa persentase konten pesan kampanye hitam dalam Tayangan Program “Debat Publik Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2018” terkait hasutan?
- (e) Berapa persentase konten pesan kampanye hitam dalam Tayangan “Debat Publik Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2018” terkait menyebarkan berita bohong?

1.3 Tujuan Penelitian

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

Untuk mengetahui konten pesan kampanye hitam dalam Tayangan “Debat Publik Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2018” terkait kategori berikut:

- (a) Untuk mengetahui persentase konten pesan kampanye hitam dalam Tayangan “Debat Publik Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2018” terkait menghina.
- (b) Untuk mengetahui persentase konten pesan kampanye hitam dalam Tayangan “Debat Publik Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2018” terkait memfitnah.
- (c) Untuk mengetahui persentase konten pesan kampanye hitam dalam Tayangan “Debat Publik Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2018” terkait mengadu domba.
- (d) Untuk mengetahui persentase konten pesan kampanye hitam dalam Tayangan “Debat Publik Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2018” terkait menghasut.
- (e) Untuk mengetahui persentase konten pesan kampanye hitam dalam Tayangan “Debat Publik Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat Tahun 2018” terkait menyebarkan berita bohong.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak terkait sebagai berikut.

(a) Manfaat Akademis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada program Ilmu Komunikasi di bidang Komunikasi Politik,
- 2) Bagi pihak lain diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya.
- 3) Memberikan kontribusi terhadap kajian analisis isi terutama mengenai konten program televisi.

(b) Manfaat Praktis

- 1) Mendeskripsikan konten dalam kampanye, terutama dari segi salah satu bentuk kampanye yaitu kampanye hitam.
- 2) Penelitian analisis isi kuantitatif juga merupakan salah satu bahan data mentah yang kemudian bisa dimanfaatkan di penelitian lain dengan topik yang berkaitan.

1.5 Tahapan Penelitian

Dalam menyelesaikan tugas akhir ini, penulis melalui tahapan berikut.

(1) Observasi

Pada tahap ini peneliti mencari fenomena dan pokok permasalahan yang akan diangkat menjadi topik penelitian. Setelah topik ditemukan, kemudian peneliti menentukan judul penelitian. Peneliti menemukan ketertarikan pada topik kampanye terutama kampanye hitam.

(2) Merumuskan dan Mengidentifikasi Masalah

Setelah menentukan judul penelitian, kemudian menurunkan menjadi rumusan masalah dan kemudian diturunkan kembali menjadi pertanyaan-pertanyaan ilmiah dalam identifikasi masalah yang kemudian menjadi fokus dan batasan dari penelitian.

(3) Pengumpulan Data

Data primer yang diperoleh dari hasil *coding* oleh dua orang *coder* dengan disajikan format yang sama terhadap konten pesan kampanye hitam dalam Tayangan “Debat Publik Pemilihan Gubernur Jawa Barat 2018”. Sedangkan data sekunder diperoleh dari penelitian terdahulu untuk melengkapi data penelitian ini.

(4) Menganalisis Data

Data yang telah terkumpul dan dianalisis, kemudian hasil temuan didistribusikan ke dalam bentuk tabel frekuensi dan menghitung dengan rumus statistik.

(5) Menyajikan dan Membahas Data

Hasil data yang telah diperoleh kemudian disajikan dan dibahas secara detail, ditambah dengan pengaplikasian teori-teori yang dapat memperkuat pembahasan masalah dalam penelitian

(6) Kesimpulan dan Saran

Menyimpulkan seluruh proses penelitian dari awal hingga akhir kemudian memberikan saran yang berkaitan dengan masalah yang diangkat dalam penelitian dengan harapan dapat bermanfaat bagi peneliti juga bagi yang membaca penelitian ini

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui studi literatur dari berbagai sumber, baik buku maupun penelitian terdahulu yang dilakukan di perpustakaan FKB di Universitas Telkom yang mulai dari observasi hingga pencarian objek dan penyusunan bab satu hingga bab lima, dilakukan selama bulan Agustus 2017 hingga November 2018.