

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setelah berakhirnya masa jabatan Soesilo Bambang Yudhoyono sebagai presiden Republik Indonesia maka dimulai jugalah acara pesta demokrasi pemilihan umum untuk presiden yang akan datang, hal ini berarti menambah sejarah baru bagi demokrasi di Indonesia, yaitu sejarah dengan diadakannya pemilihan umum pada proses pemilihan presiden. Pemilihan umum pada dasarnya merupakan salah satu bentuk perwujudan dan bentuk partisipasi bagi rakyat Indonesia.

Menurut Haris G. Warren (dalam Haryanto,1984:81) pemilihan umum merupakan kesempatan bagi warga negara untuk memilih pejabat-pejabat pemerintah dan memutuskan apa yang mereka inginkan untuk dikerjakan pemerintah dan dalam membuat keputusan itu para warga negara menentukan apakah sebenarnya konsekuensi yang akan mereka dapatkan dari apa yang mereka putuskan. Dalam hal ini, pemilu merupakan salah satu sistem yang dapat dilihat melalui kompetisi, partisipasi dan jaminan hak-hak politik (Marijan, 2011:83).

Sistem pemilihan langsung yang ada di Indonesia tidak lepas dari kegiatan kampanye. Kampanye merupakan bagian penting dalam proses pemilihan umum. Jika merujuk pada Undang-Undang No. 8 Tahun 2012 tentang pemilu DPR, DPD,

dan DPRD dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud kampanye yaitu kegiatan-kegiatan penyampaian visi misi dan program pada waktu tahapan kampanye pemilu. Kampanye dilakukan untuk menarik perhatian rakyat dengan cara mensosialisasikan tujuan dan harapan untuk pemerintahan selanjutnya.

Kampanye saat ini tidak lagi harus dilakukan di daerah-daerah dengan membawa spanduk atau dengan orasi-orasi menggunakan pengeras suara. Seiring dengan kemajuan teknologi dimanfaatkan para aktivis untuk berkampanye, sehingga tua muda dengan mudah dapat mengakses informasi dari berbagai media. Meskipun kampanye melibatkan pendukung dengan jumlah besar namun keterlibatan pemilik suara sebagian besar dilakukan melalui media massa. Melalui kampanye pada media menjembatani pesan actor politik kepada pemilik suara (www.kompasiana.com).

William L. Rivers (2003:9) mengatakan, bahwa pada dasarnya, kondisi di dunia nyata mempengaruhi media massa dan ternyata keberadaan media massa juga dapat mempengaruhi kondisi nyata dunia. Dengan kata lain, dunia mempunyai peranan dan kekuatan untuk mempengaruhi media massa dan sebaliknya media massa juga mempunyai peranan dan kekuatan yang begitu besar terhadap dan bagi dunia ini, terlebih dalam segala sesuatu yang berkaitan dengan manusia dengan segala aspek yang melingkupinya. Oleh karena itu, media massa dan manusia mempunyai hubungan saling ketergantungan dan saling membutuhkan.

Fenomena kampanye yang dilakukan dimedia sosial sebenarnya telah dikenal sejak tahun 2009 lalu tetapi mengalami ketenaran pada pemilu yang diadakan pada pemilu tahun 2014 ini, hal ini terbukti terpilihnya Susilo Bambang Yudhoyono sebagai presiden untuk kedua kalinya pada pemilu 2009. Pada pemilu yang dilakukan oleh beberapa calon presiden dan wapres melalui media massa ternyata efektif untuk mendapatkan dukungan suara dari rakyat. (Arif Budi, 2014).

Berdasarkan pemahaman arti kampanye pada paragraf sebelumnya, idealnya kampanye dilakukan dengan cara yang positif dan seharusnya ide-ide yang dilontarkan harusnya yang terbaik yang bisa dirumuskan, serta disampaikan sesuai dengan alam pikiran orang ;lain yang kita harapkan dukungannya. Oleh sebab itu, kesalahan jika kampanye dilakukan dengan cara-cara yang tidak simpatik, karena sasaran kampanye adalah merebut hati orang lain agar ia bersedia menerima dan mendukung calon atau partai yang ditawarkan (Cangara, 2011:223-224).

Pada kegiatan kampanye tahun ini kenyataannya kegiatan kampanye tidak seperti idealnya. Kampanye diwarnai dengan kecurangan-kecurangan yang dilakukan oleh kandidat sebagai strategi untuk memenangkan pemilu. Berbagai macam kampanye dapat dilakukan dengan cara, yaitu : secara terbuka (kampanye positif) adalah kampanye yang lebih cenderung mengenalkan calon pemimpin secara pribadi, program kerja dan visi misinya, kampanye negative adalah kampanye yang dilakukan dengan membicarakan kejelekana orang lain namun dengan fakta

dan data yang nyata, kampanye abu-abu adalah kampanye yang menjelekkan pihak lawan namun data dan faktanya masih bau-abu, dan yang paling marak diperbincangkan khalayak saat ini adalah kampanye hitam.

Kampanye hitam adalah kampanye yang mengarah kepembunuhan karakter dan cenderung fitnah. Isinya fitnah, kebohongan dan tuduhan tanpa bukti. Berdasarkan peraturan kampanye Badan Pengawas Pemilu Nomor 6 Tahun 2014 Bab III Tentang Pelaksanaan kampanye Pasal 14 pada ayat 3 berisi “menghina seseorang, agama. Suku, ras, golongan, calon dan/atau peserta pemilu lain”, maka kampanye hitam termasuk melanggar aturan kampanye yang bersih. Kampanye jenis inilah yang bisa dijerat dengan tuduhan tidak pinda pemilu, maka dari KPU yang menerima laporan harus melakukan tindakan melapor kepada Bawaslu sebagai dasar untuk mengeluarkan rekomendasi Bawaslu tentang sanksi (Abdullah, 2009:213).

Kampanye Hitam saat ini terdengar marak karena sering terlihat di layar-layar komputer atau smartphone maupun di berbagai media massa. Tahun 2014 ini seakan dunia politik digemparkan bahkan dimulai sejak sebelum kampanye pemilu dibuka, seakan dunia informasi dipenuhi dengan berita berbagai macam kampanye kedua kandidat dari tim Jokowi-Jusuf Kalla dan Prabowo-Hatta untuk tujuan agar memenangkan pemilu 2014 ini.

Di Indonesia kasus kampanye hitam yang ditujukan kepada kedua kandidat sebagai berikut:

1. Kasus pada Jokowi yang menjadi korban kampanye hitam yaitu : situs jejaring sosial *digegerekan* oleh gambar dan pemberitaan bahwasannya Jokowi meninggal dunia.
2. Kasus pada Prabowo yaitu : keterlibatan bekas komandan jenderal kopassus itu dalam kasus pelanggaran Hak Asasi Manusia pada tahun 1998. (Candra, 2014)

Pada kurun waktu kampanye 2014 ini, persaingan terlihat sekali diantara kedua calon kandidat pada pemilihan presiden 2014. Antara Jokowi-JK dan Prabowo-Hatta bersaing untuk menyampaikan kelebihan masing-masing bahkan ada yang saling menjatuhkan satu sama lain untuk mengambil simpati pendukung.

Dari kampanye itu mereka saling mengumbar hal-hal negatif satu sama lain bahkan itu juga dilakukan bukan hanya tim sukses ataupun dari pihak kedua calon tetapi dari simpatisan mereka. Bahkan ada yang sengaja menjatuhkan kelompoknya sendiri, ini dilakukan sebagai strategi pengambilan simpati. Hal ini menimbulkan dampak terhadap penganut politik yang awam terlebih jika pemilih pemula.

Pengertian Pemilih pemula berdasarkan UU No. 10 tahun 2008 Tentang pemilihan Umum dalam Bab IV pasal 19 ayat 1 dan 2 serta pasal 20 menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan pemilih pemula adalah warga Indonesia yang pada hari pemilihan atau pemungutan suara adalah Warga Negara Indonesia yang sudah genap berusia 17 tahun dan atau lebih atau sudah/pernah kawin yang

mempunyai hak pilih, dan sebelumnya belum termasuk pemilih karena ketentuan Undang-Undang Pemilu.

Pemilih pemula umumnya belum memiliki pengalaman politik yang cukup dan keterikatan terhadap partai politik tertentu yang kemudian membuka peluang yang sangat besar untuk dirangkul kandidat mana pun. Pemilih pemula juga dalam perilakunya rentan dipengaruhi dengan informasi yang mereka dapat dari lingkungannya baik lingkungan keluarga, pendidikan, masyarakat maupun dari sosial media.

Data KPU (Komisi Pemilihan Umum) menunjukkan, jumlah pemilih pemula 2014 yang berusia 17 sampai 20 tahun sekitar 14 juta jiwa, sedangkan yang berusia 20 sampai 30 tahun sekitar 45,6 juta jiwa (www.pemilu.com). Jika setiap saat calon pemilih terutama pemilih pemula disuguhi menu tentang ketidakbaikan satu sama lain calon, akibat gencarnya upaya saling menjatuhkan, maka dapat menyebabkan tidak ada yang nantinya dipilih atau malah merubah pilihannya. Kekhawatiran bertambahnya jumlah “golput” cukup beralasan.

Dari latar belakang permasalahan tersebut peneliti ingin mencari pengaruh kampanye hitam yang dilakukan para kandidat, tim sukses, baik simpatisan bahkan dari lingkungannya sendiri demi menjatuhkan satu sama lain dan demi sebuah kemenangan, sehingga berpengaruh bagi pemilih yang akan menggunakan hak pilihnya. Terlebih lagi terhadap pemilih pemula karena tidak bisa dipungkiri

para pemilih pemula adalah orang-orang yang pemikiran politiknya masih bisa dikatakan cenderung labil dalam menganalisis fenomena-fenomena politik.

Dalam penelitian ini, peneliti mencoba melakukan wawancara pra-survei pada dua informan pemilih pemula dari masyarakat desa Branti Raya yang telah mendapatkan hak pilih. Informan pertama berinisial "T", saat ditanya tentang masalah kampanye hitam dan berpengaruh kah dengan pilihannya, informan menjawab:

"saya hanya tahu sekilas saja mbak tentang kampanye hitam, saya mendengar pemberitaan tentang Jokowi yang menyebutkan bahwa Jokowi adalah orang Kristen dan Jokowi adalah boneka bagi Megawati, dari situ saya *gk* mau memilihnya *mbak*".

Dapat ditarik kesimpulan bahwa informan pertama terpengaruh oleh pemberitaan kampanye hitam di media massa. Informan kedua berinisial "E", saat ditanya tentang kampanye hitam dan pengaruhnya terhadap pilihannya, informan menjawab:

"iya saya tau kampanye hitam, tapi gimana ya walaupun saya tau pemberitaannya saya tetep yakin buat milih pilihan saya yang pertama, karena ya dia suka blusukan segala jadi saya suka cara kerjanya".

Dapat ditarik kesimpulan dari jawaban informan kedua bahwa informan tidak terpengaruh. Hasil dari pra-survei menunjukkan adanya pengaruh dan ada kemungkinan tidak berpengaruh dengan adanya kampanye hitam.

Peneliti tertarik untuk meneliti masyarakat terutama pemilih pemula pada Dusun Purworejo dan Dusun SriRejo Kelurahan Branti Raya Kecamatan Natar, alasan memilih masyarakat pemilih pemula karena pemilih pemula sering menjadi objek

kampanye dan pemilih pemula umumnya memiliki jawaban yang heterogen dan sebagian besar terpelajar. Alasan yang kedua karena masyarakat khususnya pemilih pemula pasti mempunyai jawaban yang bervariasi dan cukup mewakili jawaban-jawaban dari seluruh pemilih pemula.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas rumusan masalah yang akan diteliti adalah : Bagaimana pengaruh yang ditimbulkan kampanye hitam terhadap pilihan pemilih pemula pada pilpres 2014 ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari adanya penelitian ini adalah : untuk menganalisis pengaruh kampanye hitam terhadap pilihan pemilih pemula pada pilpres 2014.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Sebagai sumbangan pemikiran dan referensi bagi studi sosiologi politik.

2. Secara Praktis

Secara praktis dapat bermanfaat sebagai berikut :

- a. Bagi peneliti, penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan tentang pengaruh kampanye hitam terhadap pilihan pemilih pemula pada pemilihan presiden 2014.
- b. Bagi pembaca, penelitian ini dapat memberikan informasi dan sebagai pemberi referensi tentang studi sosiologi politik khususnya masalah kampanye hitam.