



**Representasi *Black Campaign* Dalam Spanduk Kampanye Pilkada Jakarta
2012**

Skripsi

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan

Pendidikan Strata 1

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Nama : Sony Kusuma Anugerah

Nim : D2C008103

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2013

Nama : Sony Kusuma Anugerah

NIM : D2C008103

Judul : Representasi *Black Campaign* Dalam Spanduk Kampanye Pilkada Jakarta 2012

Abstrak

Kampanye merupakan salah satu kegiatan rutin yang dilakukan, saat menjelang suatu pemilihan umum. Berbagai cara dilakukan dalam kampanye untuk menarik simpati masyarakat. Banyak cara berkampanye yang dilakukan tim sukses dari partai atau calon untuk bisa memperoleh dukungan dari masyarakat, bahkan kampanye hitam. Kampanye hitam dianggap mampu membentuk opini publik untuk menciptakan citra buruk pihak lawan politik. Seperti yang terjadi pada Pilkada Jakarta 2012 kemarin, banyaknya temuan pelanggaran terutama dalam kaitan kampanye hitam. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bentuk kampanye hitam yang terjadi pada Pilkada Jakarta 2012 melalui konstruksi makna pada salah satu media berkampanye, yaitu spanduk.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan analisis semiotika untuk menganalisis objek penelitian. Teknik analisis yang dilakukan dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes. Teks atau kata dalam spanduk diuraikan dalam dua tahap untuk mencari makna-makna yang terkandung didalamnya. Tahap pertama pembahasan kata melalui makna denotasi, dan tahap kedua pembahasan kata melalui makna konotasi yang selanjutnya akan didapat mitos yang berkembang dimasyarakat.

Kata-kata pada teks dalam spanduk penelitian ini, merupakan sesuatu yang ambigu. Dibutuhkan kedalaman makna yang dilanjutkan dengan mengkonstruksikan makna, sehingga akan didapat suatu cerita atau fenomena yang terjadi didalamnya. *Black campaign* merupakan salah satu bentuk kegiatan propaganda politik, yang berkonotasi negatif dalam penilaian publik. *Black campaign* bertujuan untuk membentuk opini publik untuk citra yang buruk terhadap lawan politiknya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam spanduk kampanye Pilkada Jakarta ini, *Black campaign* digunakan sebagai kampanye yang menyerang sisi pribadi, kebijakan-kebijakan politik, dan dilakukan oleh pelaku yang anonim.

Kata kunci: Representasi, *Black Campaign*, Kampanye.

Name : Sony Kusuma Anugerah

NIM : D2C008103

Title : Black Campaign Representation Inside The Banner Campaign From Elections of Regional Heads Jakarta 2012

Abstract

The campaign is one of the routine activities performed, the eve of a general election. Various methods are used in a campaign to draw public sympathy. Many ways to conducted a successful team of the party or candidate to earn the support of the community, even black campaign. Black campaign is considered capable of forming public opinion to create a bad image of the political opposition. As happened in Jakarta 2012 elections yesterday, the number of findings of violations, especially in relation to black campaign. This research aims to describe the shape of a black campaign that occurred in Jakarta Election 2012 through the construction of meaning in one of the media campaign, the banner.

This research used a qualitative approach using semiotic analysis to analyze the research object. Engineering analysis performed using Roland Barthes' semiotic theory. Text or words in the banner outlined in two stages to find the meanings contained therein. The first stage of the discussion of the meaning of words through denotation, and the second stage through the discussion of connotations which would then be obtained myths that developed in the community.

The words on the banner text in this research, is something that is ambiguous. It takes a depth of meaning that continue to construct meaning, to get up a story or phenomena that occur therein. Black campaign is one form of political propaganda activities, which is a negative connotation in the public assessment. Black campaign aims to shape public opinion to a bad image against his political opponents.

Results of this research indicate that in the Jakarta election campaign banners, Black campaign is used as a campaign attacking the personal, political policies, and conducted by the anonymous perpetrator.

Key Word: Representation, Black Campaign, Campaign.

PENDAHULUAN

Indonesia telah menjadi salah satu negara yang menganut demokrasi sebagai sistem pemerintahannya. Salah satu instrumen terbesar dari sistem demokrasi di Indonesia adalah adanya proses pemilu. Pada tahun 2005, Indonesia mengalami kemajuan proses demokrasi karena rakyat Indonesia mendapatkan haknya untuk memilih langsung calon pemimpin wilayah atau daerahnya melalui PILKADA, yang pada awalnya Kepala Daerah dicalonkan oleh DPRD dan dipilih atau diputuskan oleh Presiden.

Kegiatan Pilkada tentu saja tidak lepas dari kegiatan berkampanye. Charles U Larson (dalam Ruslan, 2008:25-26) membagi jenis kampanye menjadi tiga jenis, yaitu kegiatan menjual produk, gagasan perubahan sosial, dan kandidat. Kampanye kandidat merupakan kampanye yang berorientasi bagi calon untuk kepentingan kampanye politik. Hal ini tentu saja berkaitan untuk mendapatkan dukungan dari pemilih atau pemegang hak suara. Namun pada kenyataannya sekarang ini banyak kegiatan kampanye yang dilakukan untuk menyerang lawan politiknya (*attacking campaign*).

Kampanye menyerang terdapat dua jenis kampanye, yaitu *black campaign* dan *negative campaign*. *Black Campaign* merupakan model kampanye dengan cara membuat suatu isu atau gosip yang ditujukan kepada pihak lawan, tanpa didukung fakta atau bukti yang jelas (fitnah). Sedangkan *Negative Campaign* merupakan model kampanye yang lebih menonjolkan dari segi kekurangan lawan politik, dan dari apa yang telah disampaikan mempunyai bukti atau fakta yang jelas.

Black campaign terlihat seperti dibawah ini yang terdapat pada spanduk kampanye Pilkada untuk menjatuhkan salah satu pasangan Cagub dan Cawagub Jokowi-Ahok.



Gambar 1.1 Spanduk Pilkada 2012



Gambar 1.2 Spanduk Pilkada 2012

Pada dasarnya, *black campaign* merupakan kampanye yang terselubung. Pelaku *black campaign* biasanya juga tidak memperlihatkan identitas seseorang ataupun kelompok politik. Isi dari *black campaign* pun tidak irasional dan tidak dapat dibahas secara terbuka, sehingga kebanyakan khalayak akan menerima isi kampanye ini secara “bulat”, tanpa memproses dari isi kampanye hitam ini. Berdasarkan hal tersebut diatas peneliti tertarik untuk meneliti Bagaimana bentuk *black campaign* melalui konstruksi makna dalam spanduk kampanye Pilkada Jakarta 2012?.

ISI

Penelitian ini menggunakan perspektif interpretif yaitu untuk mencari sebuah pemahaman bagaimana kita membentuk dunia pemaknaan melalui interaksi dan bagaimana kita berperilaku terhadap dunia yang kita bentuk itu. (Ardianto & Q-Anees,2007:124-150)

Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai makna suatu tanda dengan menggunakan analisis semiotika yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis semiotika Roland Barthes. Barthes menggunakan istilah konotasi (makna ganda) dan denotasi (makna tunggal) yang menunjukkan tingkatan-tingkatan makna. Maka denotasi adalah tingkat pertama yang bersifat objektif yang dapat diberikan.

Jadi dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan, namun juga mengandung makna kedua bagi tanda denotatif yang melandasi kebenarannya. Barthes menyebut denotasi, yaitu makna paling nyata dari tanda. Konotasi adalah istilah yang digunakan barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua. Tanda konotatif menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai nilai dari kebudayaannya (Sobur, 2009:128). Signifikasi tahap kedua yang berhubungan dengan isi tanda bekerja melalui mitos (*myth*). Mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam.

Secara denotatif kalimat “Endonesa Tercina” (spanduk 1) merupakan kalimat penegasan, untuk cinta Indonesia namun dengan cara penyampaian yang sedikit kasar atau dengan cara menyindir. Endonesa Tercina berarti bangsa yang tecinta. Spanduk ini sebenarnya bermaksud untuk membangkitkan kecintaan terhadap bangsa Indonesia namun dengan penyampaian yang berupa sindirian

Sedangkan spanduk 2 Secara denotatif kalimat “Haram...!!! Orang Kafir Menjadi Pemimpin Orang Islam” mempunyai arti berupa himbauan ataupun penegasan larangan bagi yang membacanya. Kata-kata yang dipakai dalam teks ini merupakan kata-kata yang tegas, karena pada akhir kata pertama yaitu “haram” diakhiri dengan tanda seru “!”.

Kalimat pada teks spanduk 2 ini merupakan kalimat dengan pesan persuasif. Pesan persuasif adalah pesan yang berisikan bujukan, yakni mengingatkan kepada khalayak bahwa telah terdapat hukum yang mengatur orang (agama Islam) untuk memilih pemimpinnya.

Sedangkan untuk makna konotasi representasi black campaign dalam spanduk Endonesa Tercina! (spanduk 1) ini ditujukan kepada calon wakil Gubernur Basuki Tjahaja Purnama atau yang lebih dikenal dengan panggilan Ahok. Spanduk ini bertujuan untuk mempersuasi pembacanya agar tidak memilih pasangan Jokowi – Ahok. Ahok yang merupakan orang keturunan Cina, pada dasarnya akan berpihak, menguntungkan, dan lebih mendahulukan kaumnya. Latar belakang Ahok yang sebagai pengusaha, juga akan memuluskan pengusaha-pengusaha non-pribumi untuk mencari keuntungan di kota Jakarta.

Sedangkan spanduk 2 ini bertujuan untuk mempersuasi pembacanya agar tidak memilih Jokowi sebagai pemimpin (Gubernur) pada Pilkada Jakarta 2012. Spanduk ini mengatakan bahwa Jokowi merupakan sosok orang kafir, hal ini dikarenakan Jokowi merupakan anak dari perkawinan yang berbeda agama yaitu bapak dari Jokowi beragama Islam dan Ibu dari Jokowi beragama Nasrani. Perkawinan berbeda agama terutama bagi seorang muslim sangat terlarang diajarkan agama Islam.

PENUTUP

Black campaign menjadi suatu cerminan politik di Indonesia pada saat ini, dimana kampanye dilakukan tidak didasari sesuai dengan undang-undang dan etika yang berlaku. Kampanye merupakan suatu kegiatan dari calon, tim sukses partai atau kelompok-kelompok yang mendukung untuk meyakinkan masyarakat agar mau memilihnya untuk menjabat, dengan menawarkan atau menjanjikan apa yang akan dilakukan dalam program kerjanya. Kampanye yang positif tidak boleh dilakukan dengan cara menghina seseorang, ras, suku, agama, golongan calon atau peserta pemilu serta menghasut dan mengadu domba perseorangan ataupun masyarakat.

Kenyataan pada saat ini, *black campaign* bisa menjadi bumerang bagi pihak pengirim isu karena masyarakat akan bersimpati terhadap korban kampanye ini. Gambaran ini tercermin dengan terpilihnya pasangan Jokowi-Ahok untuk menjabat sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur dengan banyaknya terpaan *black campaign* pada diri mereka.

KESIMPULAN

Black campaign pada spanduk ini, digambarkan sebagai kampanye yang menyerang sisi pribadi, dan cenderung tidak ada hubungannya dengan kampanye serta mengesampingkan etika undang-undang dalam berkampanye, seperti pada pasal 78 ayat 2 dan 3.

Black campaign dianggap sebagai salah satu strategi yang jitu untuk menjatuhkan pihak lawan, serta tidak membutuhkan dana yang besar sehingga *black campaign* sangat mudah untuk dilakukan. Orientasi semata-mata hanya untuk kekuasaan, sehingga berbagai cara dilakukan agar tujuannya yaitu terpilih dalam pemilu tercapai.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro, dan Bambang Q-Anees. 2007. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Budiardjo, Miriam. 2008. *Dasar-dasar Ilmu Politik*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Budiman, Kris. 2011. *Semiotika Visual – Konsep, Isu, dan Problem Ikonisitas*. Yogyakarta : Jalasutra
- Emzir. 2010. *Analisis Data : Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada
- Fiske, John. 1992. *Introduction to Communication Studies*. Bandung : Citra Aditya Bakti
- Fiske, John. 2011. *Cultural and Communication Studies*. Yogyakarta : Jalasutra
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nasution, S. 2003. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung : Tarsito
- Ruslan, Rosady. 2008. *Kiat dan Strategi Public Relations*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada
- Sobur, Alex. 2003. *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Sobur, Alex. 2006. *Semiotika Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Sunardi, St. 2004. *Semiotika Negativa*. Yogyakarta : Penerbit Buku Baik Yogyakarta
- Van Zoest, Aart. 1991. *Fiksi dan Nonfiksi Dalam Kajian Semiotik*. Jakarta : Intermedia
- Wibowo, Indriawan Seto Wahyu. 2011. *Semiotika Komunikasi-Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta : Mitra Wacana Media

Lain-lain :

Laely Wulandari, S.H., M.Hum. Makalah “*Black campaign* sebagai tindak pidana politik”

Internet :

<http://megapolitan.kompas.com/read/2012/05/09/12403053/Ini.Jenis.Kampanye.yang.Menye.rang.Lawan.> (diakses 13 oktober 2012, 16:00)

<http://id.wikipedia.org/>

<http://abisyakir.wordpress.com/2012/09/17/prediksi-jokowi-menang-di-pilkada-dki-putaran-2/> (diakses 12 februari 2013, 22:08)

<http://www.wikimu.com/News/DisplayNews.aspx?id=2319> (diakses 19 februari 2013, 00:51)

<http://www.merdeka.com/jakarta/tata-pkl-ahok-lirik-pengusaha-pribumi.html> (diakses 1 mei 2013, 01:00)

<http://finance.detik.com/read/2013/02/27/144925/2181170/4/ahok-tak-ada-lagi-pengusaha-dapat-proyek-cuma-karena-kedekatan> (diakses 1 mei 2013, 01:10)

<http://www.republika.co.id/berita/nasional/jabodetabek-nasional/13/03/19/mjwfr1-ahok-keberatan-dengan-ump-perusahaan-silakan-minggir> (diakses 1 mei 2013, 01:13)

http://www.wartamerdeka.com/index.php?option=com_content&view=article&id=2472:waktu-ahok-bupati-belitung-timur-banyak-hajikan-guru-ngaji&catid=77:dki-jakarta&Itemid=420 (diakses 1 mei 2013, 01:23)

<http://www.republika.co.id/berita/menju-jakarta-1/news/12/08/08/m8g2ta-fitnah-ibu-jokowi-rhoma-terancam-dipidanakan> (diakses 23 april 2013, 18:35)

<http://ahok.org/berita/news/ini-komentar-ibunda-jokowi-soal-isu-sara/> (diakses 27 april 2013, 00.25)