

ABSTRACT

ATTITUDE OF SOCIETY TOWARDS BLACK CAMPAIGN AFTER THE ELECTION OF DISTRICT HEAD

(Dian Aprilia, Irawan Suntoro, Hermi Yanzi)

The purpose of this research was to analyze how the attitude of the society towards black campaign after election in Lingsuh suburb Rajabasa Jaya Bandar Lampung. This research used descriptive method with quantitative approach. This research result indicated that society's understanding of black campaign was 44,5% category had understood , the appreciation of society towards black campaign was 44,5 % category had liked. The tendency of society action towards black campaign was 52.4 % with category did not do it. Indicator of spreading issues or negative rumors , slander and provocations of another was 57.1 % categories was agree, and indicator of persuading society so it can develop attitude of resistance was 39,7 % category did not do it. The research result was society tend to do black campaign.

Keywords: attitude, black campaign, society.

ABSTRAK

SIKAP MASYARAKAT TERHADAP *BLACK CAMPAIGN* PASCA PEMILIHAN KEPALA DAERAH

(Dian Aprilia, Irawan Suntoro, Hermi Yanzi)

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis bagaimana sikap masyarakat terhadap *black campaign* pasca pemilihan kepala daerah di Kampung Lingsuh Rajabasa Jaya Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat mengenai *black campaign* adalah 44,5% kategori cenderung paham, penghayatan masyarakat terhadap *black campaign* adalah 44,5% kategori cenderung suka. Kecenderungan bertindak masyarakat terhadap *black campaign* adalah 52,4% dengan kategori cenderung tidak melaksanakan. Indikator kegiatan penyebaran isu-isu atau rumors negatif, fitnah dan adu domba adalah 57,1% kategori setuju, dan indikator kegiatan menghasut masyarakat hingga menimbulkan sikap resistensi adalah 39,7% kategori cenderung tidak melakukan terhadap kegiatan tersebut. Hasil penelitian ini adalah masyarakat cenderung ingin melakukan kegiatan *black campaign*.

Kata kunci: *black campaign*, masyarakat, sikap

Latar Belakang

Pemilihan umum kepala daerah dan wakil kepala daerah diatur dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004, dan Pemerintahan Daerah dalam pasal 56 dan pasal 119 serta Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 2005 Tentang Pemilihan, Pengesahan, Pengangkatan, dan Pemberhentian Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah. Pemilukada perlu dilakukan untuk menciptakan stabilitas politik dan efektivitas pemerintahan di tingkat lokal, dengan pemilukada terbuka kemungkinan untuk meningkatkan kualitas kepemimpinan nasional karena semakin terbuka peluang bagi munculnya pemimpin-pemimpin nasional yang berasal dari bawah dan/ atau daerah.

Kepala daerah atau gubernur merupakan kekuasaan tertinggi di daerah, yang berarti segala keputusan seperti kebijakan dan peraturan adalah tugas dan wewenang yang dimiliki oleh kepala daerah hal ini ditegaskan pada UU No. 32 tahun 2004 pasal 25. Oleh sebab itu, penting untuk memilih kepala daerah yang cerdas dan kreatif serta mengetahui kebutuhan rakyatnya agar tidak terjadi penyalahgunaan kekuasaan sehingga rakyat yang dikorbankan.

Pada UU No. 32 tahun 2004 pasal 75 – 85 tentang kampanye sangat jelas diterangkan tentang sistem kampanye yang benar, hingga konsekuensi pelanggaran jika terdapat kecurangan dalam berkampanye. Kampanye yang menggunakan media elektronik dan media cetak, para pasangan calon kepala daerah dan wakil kepala daerah memiliki hak yang sama untuk dapat berkampanye pada media tersebut. Pihak media sebagai alat berkampanye pun harus netral, artinya semua media baik elektronik atau cetak tidak boleh memberatkan pasangan calon

kepala daerah yang lain dan apabila hal tersebut terjadi itu berarti media tersebut melakukan pelanggaran kampanye yang telah ditetapkan oleh Undang-undang.

Untuk memenangkan pesta demokrasi pada tingkat daerah atau pemilukada, setiap pasangan calon kepala daerah dan wakil kepala daerah memiliki strategi berkampanye yang berbeda.

Para calon kepala daerah dan wakil kepala daerah memberitahukan visi dan misi mereka saat kampanye yang diatur sedemikian rupa oleh para tim sukses masing-masing calon. Kegiatan kampanye yang dilakukan oleh para tim sukses tersebut beragam, dengan tujuan memenangkan calon kepala daerah yang mereka usung, sampai pada penggunaan kampanye hitam pun mereka lakukan agar tujuan tersebut tercapai.

Black Campaign atau kampanye hitam juga menimpa calon gubernur dan wakil gubernur provinsi Lampung yang sebelumnya sudah terlaksana. Pemilihan gubernur di provinsi ini terdiri dari empat pasang calon yaitu Ridho Ficardo-Bachtiar Basri, Berlian Tihang- Mukhlis Basri, M. Alzier Dianis Thabranie- Lukman Hakim dan pasangan Herman- Zainudin Hasan.

Persaingan yang ketat diantara keempat pasangan calon gubernur dan wakil gubernur provinsi Lampung membuat kampanye mereka semakin terasa karena masing-masing calon ingin dipilih oleh rakyat hingga terlihat adanya kampanye hitam. Misalnya seperti yang dikemukakan oleh situs *Jpnn.com* pada pasangan Ridho Ficardo-Bachtiar Basri mendapat isu bahwa “usia yang terlalu muda belum pantas untuk memimpin provinsi Lampung ditambah dengan belum pernah menjabat di pemerintahan dan dinilai masih 'hijau' di

dunia politik.” Padahal Ridho merupakan Ketua Partai Demokrat Lampung, sementara Bachtiar menjabat sebagai Bupati Tulangbawang Barat.

Kampanye yang melanggar tata tertib pemilu tersebut memang dirasakan oleh masyarakat khususnya masyarakat Kampung Lingsuh Rajabasa Jaya Bandar Lampung. Ketika peneliti mewawancarai salah satu masyarakat kampung tersebut yaitu bapak agus beliau berpendapat “isu-isu yang beredar mengenai calon gubernur kita memang banyak terlebih lagi yang negatif karena berita tersebut tersebar dari mulut ke mulut setiap warga yang berkumpul tanpa tahu sumber informasi atau kebenaran dari beritanya”. Pendapat tersebut semakin diperkuat oleh salah satu aparat kampung Lingsuh dengan mengatakan “banyak informasi yang tersebar dimasyarakat memang, tapi mereka tidak pernah tahu informasi yang mereka dapat dari mana dan kebenarannya seperti apa ,hanya tahu dari internet bahkan orang lewat saja”.

Fenomena tersebut dapat mempengaruhi sikap masyarakat untuk menentukan pilihannya. Karena *Black Campaign* atau kampanye hitam tidak hanya dapat merusak citra calon pemimpin tetapi juga dapat merubah pandangan masyarakat terhadap dunia perpolitikan di Indonesia menjadi lebih negatif. Sikap masyarakat terhadap *Black Campaign* atau kampanye hitam pasca pemilihan kepala daerah adalah respon/tanggapan yang diberikan masyarakat berupa penilaian negatif (menolak) atau positif (menerima) terhadap kegiatan kampanye yang dilakukan sebelum pemilihan kepala daerah berlangsung. Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk mengkaji lebih jauh permasalahan tersebut dengan suatu penelitian yang berjudul: “*Sikap Masyarakat Terhadap Black Campaign Pasca Pemilihan Kepala Daerah di*

Kampung Lingsuh Rajabasa Jaya Bandar Lampung Tahun 2015”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah, permasalahan pada penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

Bagaimanakah sikap masyarakat terhadap *Black Campaign Pasca* pemilihan Kepala Daerah di Kampung Lingsuh Rajabasa Jaya Bandar Lampung tahun 2015?

Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Sikap masyarakat terhadap *Black Campaign* pasca pemilihan kepala daerah.
2. Respon atau tanggapan yang diberikan masyarakat terhadap *Black Campaign*.
3. Budaya masyarakat menerima atau tidak terhadap *Black Campaign*.

Tinjauan Pustaka

Tinjauan tentang Sikap

Istilah sikap dalam bahasa Inggris disebut dengan “attitude”. Menurut Drs. H. Abu Ahmadi (2014: 162) “kesadaran individu yang menentukan perbuatan nyata dan perbuatan-perbuatan yang mungkin akan terjadi itulah yang dinamakan sikap. Jadi pengertian sikap ialah suatu hal yang menentukan sikap sifat, hakekat, baik perbuatan sekarang maupun perbuatan yang akan datang”.

Menurut *W.J Thomas* yang dikutip dari *Psikologi Sosial* karangan Ahmadi (2014: 162) “memberi batasan sikap sebagai suatu kesadaran individu yang menentukan

perbuatan-perbuatan yang nyata ataupun yang mungkin akan terjadi di dalam kegiatan-kegiatan sosial. Sikap seseorang selalu diarahkan terhadap sesuatu hal atau sesuatu obyek tertentu tidak ada suatu sikap pun yang tanpa obyek”.

Meskipun ada beberapa perbedaan tentang pengertian sikap namun ada beberapa ciri yang dapat disetujui yaitu sikap adalah sesuatu hal yang dipelajari yang mempengaruhi tingkah laku, biasanya konsisten sepanjang waktu selama situasi yang sama dan komposisinya hampir selalu kompleks. Menurut *L.L. Trustone* yang dikutip dari *Psikologi Sosial* karangan Ahmadi (2014: 163) “sikap sebagai tingkatan kecenderungan yang bersifat positif atau negatif yang berhubungan dengan obyek psikologi, obyek psikologi disini meliputi: simbol, kata-kata, slogan, orang, lembaga, ide dan sebagainya”.

Sikap menentukan tabiat atau tingkah laku dalam hubungannya dengan perangsang yang relevan, orang-orang, atau kejadian-kejadian. Dapat dikatakan bahwa sikap merupakan faktor internal, tetapi tidak semua sikap adalah faktor internal. Menurut Ahmadi (2014: 178) adapun ciri-ciri sikap sebagai berikut:

1. Sikap itu dipelajari (*Learnability*)
2. Memiliki kestabilan (*Stability*)
3. *Personal-societal significance*
4. Berisi kognisi dan afeksi
5. *Approach-avoidance directionality*

Sikap seseorang tidak dibawa sejak lahir, tetapi harus dipelajari selama perkembangan hidupnya karena itulah sikap dapat berubah-ubah dan dipelajari. Berbeda dengan insting/naluri manusia yang dibawa sejak lahir, ia bersifat tetap dan mempunyai sifat motif-motif biogenetis seperti rasa lapar, haus, mengantuk dan sebagainya.

Tinjauan tentang Masyarakat

Beragam kesatuan hidup manusia dalam suatu kesatuan negara nasional mempunyai wujud yang beragam. Keberagaman wujud ini bukan disebabkan karena ada suku-suku bangsa yang berbeda melainkan secara horizontal ada lapisan-lapisan sosial yang berbeda. Keberagaman yang terjadi menarik manusia untuk dapat berinteraksi satu sama lain hingga menimbulkan komunikasi yang baik dan terciptalah suatu perkumpulan manusia yang disebut masyarakat. Menurut Koentjaraningrat dalam *Pengantar Ilmu Antropologi* edisi revisi 2009 “Masyarakat adalah sekumpulan manusia yang saling bergaul, atau dengan istilah ilmiah saling berinteraksi”.

Menurut Koentjaraningrat dalam *Pengantar Ilmu Antropologi* edisi revisi 2009, unsur-unsur masyarakat dapat dibagi menjadi enam konsep yaitu “masyarakat, kategori sosial, golongan sosial, kelompok dan perkumpulan, ikhtisar mengenai beragam wujud kesatuan manusia, dan interaksi antar individu dalam masyarakat”. Konsep tersebut melatarbelakangi adanya masyarakat yang tumbuh dalam suatu wilayah.

Tinjauan tentang Black Campaign

Politik merupakan kegiatan sehari-hari manusia dengan maksud yang berbeda. Berkembangnya kegiatan politik oleh masyarakat dunia memberikan pemikiran tentang adanya teori-teori politik, menurut Hertanto (2006: 15-16) ada dua teori politik yang terkenal yaitu teori politik klasik dan teori politik kontemporer.

Berkenaan dengan teori politik, dalam merealisasikan sebuah tujuan diperlukan hal pendukung agar pencapaian tujuan semakin mudah. Rencana perjuangan merupakan konsep dasar yang harus dipikirkan lebih mendalam agar tidak terjadi kesalahan saat

implementasi di lapangan. Rencana perjuangan atau biasa disebut strategi memerlukan pengalaman dan ilmu pengetahuan yang lebih. Hal yang sama juga dilakukan dalam bidang politik. Strategi politik harus dibuat seunik mungkin agar umpan tepat pada sasaran yang diinginkan.

Kampanye pada prinsipnya merupakan suatu proses kegiatan komunikasi individu atau kelompok yang dilakukan secara terlembaga dan bertujuan untuk menciptakan suatu efek atau dampak tertentu. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Kampanye adalah kegiatan yang dilaksanakan oleh organisasi politik atau calon yang bersaing memperebutkan kedudukan dalam parlemen dan sebagainya untuk mendapat dukungan massa pemilih dalam suatu pemungutan suara. Sedangkan menurut Rogers dan Storey (1987) mendefinisikan kampanye sebagai “serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu” (Venus, 2004:7). Pengertian kampanye juga di kemukakan oleh Kolter dan Roberto (1989) yang dikutip oleh Cangara (2009), “kampanye ialah sebuah upaya yang dikelola oleh suatu kelompok (agen perubahan) yang ditunjukkan untuk memengaruhi target sasaran agar bisa menerima, memodifikasi atau membuang ide, sikap dan perilaku tertentu”.

Berdasarkan pengertian kampanye di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kampanye merupakan suatu rangkaian kegiatan komunikasi politik yang terencana untuk mendapatkan pencapaian dukungan dari sasaran dalam kurun waktu tertentu.

Secara umum yang disebut dengan kampanye hitam adalah menghina, memfitnah, mengadu domba, menghasut, atau menyebarkan berita bohong yang

dilakukan oleh seorang calon/ sekelompok orang/ partai politik/ pendukung seorang calon, terhadap lawan mereka. Kegiatan kampanye ini dilakukan oleh oknum tertentu untuk menjatuhkan nama baik calon pemimpin bahkan sampai pada perubahan sikap para pemilih.

Kampanye hitam bukan sebuah pilihan untuk berpolitik. Menurut *Machiavelli* “Black campaign adalah cara kerja tim kampanye yang tidak populer dan menggunakan semua cara untuk mencapai tujuan”. Dari beberapa penjelasan mengenai pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa Black Campaign atau kampanye hitam adalah penggunaan metode yang tidak dibenarkan dalam kampanye seperti menyebarkan isu-isu atau rumors yang merusak pencitraan lawan, sehingga merubah persepsi masyarakat pemilih, yang dilakukan oleh oknum-oknum tertentu untuk memenangkan calon yang diusungnya.

Tinjauan tentang Pemilukada

Didalam UU RI Nomor 22 Tahun 2007 tentang Penyelenggara Pemilu pengertian pemilukada adalah “Pemilu Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah adalah Pemilu untuk memilih kepala daerah dan wakil kepala daerah secara langsung dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945”. Namun sejak ditetapkannya UU RI Nomor 15 Tahun 2011 tentang Penyelenggara Pemilu istilah *Pemilukada* diuraikan langsung sehingga menjadi “Pemilihan Gubernur, Bupati, dan Walikota adalah Pemilihan untuk memilih gubernur, bupati, dan walikota secara demokratis dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945”

Dari beberapa pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan mengenai pemilukada, yaitu pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah yang dipilih langsung oleh rakyat daerah tersebut secara demokratis dengan kriteria calon pemimpin yang telah ditetapkan oleh Undang-Undang.

Tujuan tentang Pemerintah Daerah

Pemerintah daerah merupakan daerah otonom yang melakukan pemerintahannya sendiri dengan tetap diawasi oleh pemerintah pusat. Pengertian pemerintah daerah sendiri telah tertuang dalam Undang-Undang Dasar 1945 pada pasal 18 ayat 5 yang menyebutkan bahwa “pemerintah daerah merupakan daerah otonom yang dapat menjalankan urusan pemerintahan dengan seluas-luasnya serta mendapat hak untuk mengatur kewenangan pemerintahan kecuali urusan pemerintahan yang oleh undang-undang ditentukan sebagai urusan pemerintahan pusat”. Pada pengertian tersebut dijelaskan bahwa pemerintah daerah mempunyai hak yang sangat luas untuk mengatur urusan rumah tangga daerahnya sendiri, namun tetap memiliki batasan-batasan yang telah ditetapkan dalam Undang-Undang.

Sedangkan untuk pengertian pemerintahan daerah dapat dilihat dalam Undang-Undang No. 32 tahun 2004 pasal 1 ayat 2 tentang pemerintah daerah yang berbunyi:

“Pemerintahan Daerah adalah penyelenggaraan urusan pemerintahan oleh pemerintahan daerah dan DPRD menurut asas otonomi dan tugas pembantuan dengan prinsip otonomi yang seluas-luasnya dalam sistem dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945”.

Dengan demikian pemerintah daerah dapat memajukan daerahnya masing-masing sesuai dengan potensi yang dimiliki dan dapat mensejahterakan rakyatnya sesuai dengan hak dan kewajiban pemerintah daerah.

Dalam urusan pemerintahan khususnya dalam pemerintahan daerah, erat kaitannya dengan asas-asas otonomi daerah, ada tiga asas mengenai otonomi daerah yaitu :

- 1) Desentralisasi yaitu penyerahan wewenang pemerintahan oleh pemerintah pusat kepada daerah otonom untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan dalam sistem NKRI.
- 2) Dekonsentrasi yaitu pelimpahan wewenang pemerintahan oleh pemerintah pusat kepada gubernur sebagai wakil pemerintah pusat dan/ atau kepada instansi vertikal di wilayah tertentu.
- 3) Tugas pembantuan yaitu penugasan dari pemerintah pusat kepada daerah dan/ atau desa, dari pemerintah provinsi kepada kabupaten/kota dan/ atau desa, serta dari pemerintah kabupaten / kota kepada desa untuk melaksanakan tugas tertentu.

Kerangka Pikir

Pemilihan kepala daerah merupakan suatu proses dimana masyarakat dapat memilih calon pemimpin daerahnya yang dianggap mampu mensejahterakan rakyatnya. Pendekatan yang dilakukan kepada masyarakat pun berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan calon kepala daerah. Berbagai upaya pun dilakukan untuk memberikan efek baik (pencitraan) yang nantinya akan berpengaruh terhadap sikap pemilih dalam menentukan pilihannya. Dalam Pemilukada masyarakat diminta untuk dapat secara rasional, cerdas, dan kritis menilai calon kepala daerah yang akan

dipilihnya. Dan kemudian dianggap pantas dan layak untuk menjadi pemimpin di daerah mereka.

Kenyataan pada saat ini adalah pemilihan kepala daerah mulai diwarnai dengan kecurangan yang tanpa disadari oleh masyarakat mulai mempengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap calon kepala daerah. Masyarakat umum dalam menilai calon kepala daerah seharusnya melalui ilmu pengetahuan, pengalaman dan kemampuan calon pasangan kepala daerah. Akan tetapi kebanyakan dari masyarakat menilai calon kepala daerah melalui kampanye-kampanye singkat yang berisikan janji-janji untuk dapat mensejahterakan mereka. Oleh karena kenyataan tersebut setiap tim sukses dari masing-masing calon kepala daerah mengupayakan kampanye yang menguntungkan untuk meloloskan pasangan calon kepala daerah yang mereka usung menjadi pemimpin daerah tersebut. Sampai pada kampanye yang sifatnya dilarang dalam pemilihan umum pun dilakukan.

Persaingan memperebutkan kursi kepala daerah dalam pemilu yang seharusnya mengandung asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil, di dalam prosesnya terdapat penyimpangan-penyimpangan yang memperburuk citra pemilukada. Kampanye-kampanye terselubung seperti kampanye hitam atau *Black Campaign* bergabung menjadi proses dalam pesta demokrasi daerah tersebut. Hal tersebut membuat masyarakat terpengaruh karena pada umumnya masyarakat hanya menilai pada citra calon kepala daerah pada isu yang beredar tidak pada pengalaman dan kemampuan yang dimiliki. Kejadian tersebut juga menandakan adanya pengawasan yang lemah oleh Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) terhadap calon kepala daerah dalam pemilukada.

Sikap masyarakat dalam menghadapi isu-isu atau rumors tentang calon kepala daerah yang tinggi menggiring para oknum-oknum tertentu untuk terus menyebarkan berita negatif dalam masyarakat sehingga dapat menarik perhatian para pemilih dan mulai mempertimbangkan isu tersebut dalam menentukan pilihannya. Akan tetapi ketika pemilukada telah berlangsung masyarakat mulai mempertimbangkan isu yang beredar, hingga mereka mengetahui isu yang benar dan tidak. Masyarakat mulai menyadari bahwa dalam pesta demokrasi tersebut setiap calon kepala daerah akan melakukan hal apa saja yang dapat meloloskan mereka menjadi kepala daerah.

Keadaan ini dapat dirumuskan ke dalam suatu kerangka konseptual yaitu kampanye hitam atau *Black Campaign* akan terus berkembang dalam masyarakat menjelang pemilu, karena sikap masyarakat terhadap *Black Campaign* setelah pemilihan kepala daerah berlangsung pun masih mempengaruhi mereka dalam menerima kepemimpinan kepala daerah yang memenangkan pemilukada.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang memberikan penjelasan tentang permasalahan yaitu untuk mengetahui bagaimanakah sikap masyarakat terhadap *Black Campaign* pasca pemilihan kepala daerah di Kampung Lingsuh Rajabasa Jaya Bandar Lampung. Tahun 2014.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah kepala keluarga di Kampung Lingsuh Rajabasa

Jaya Bandar Lampung. Kepala keluarga yang berada di Kampung Lingsuh Rajabasa Jaya Bandar Lampung ini berjumlah 631

yang terdiri dari empat RT yaitu RT 01, 02, 03, dan 04.

Tabel 3.1 Daftar Jumlah Kepala Keluarga Kampung Lingsuh Rajabasa Jaya Bandar Lampung tahun 2014.

No.	RT	Jumlah Kepala Keluarga (KK)
1.	01	115
2.	02	268
3.	03	121
4.	04	127
Jumlah		631

Sumber: Dokumen Kelurahan Rajabasa Jaya Kota Bandar Lampung tahun 2014.

Berdasarkan data di atas, maka jumlah populasi pada penelitian ini adalah 631 kepala keluarga.

Sampel

Kemudian untuk menentukan besarnya jumlah sampel yang menjadi bahan penelitian, alokasi yang proposional dengan jumlah responden 63 kepala keluarga didelegasikan ke dalam tabel alur sample.

Tabel 3.2 Daftar Jumlah Sample Dari Seluruh Kepala Keluarga Kampung Lingsuh Rajabasa Jaya Bandar Lampung tahun 2014.

No.	RT	Jumlah Kepala Keluarga (KK)	Jumlah Sampel
1.	01	115	11
2.	02	268	27
3.	03	121	12
4.	04	127	13
Jumlah		631	63

Sumber: Analisis Data Primer.

Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Sikap masyarakat sebagai variabel terikat (x)
- b. *Black Campaign* sebagai variabel bebas (y)

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pokok pengumpulan data dalam penelitian ini adalah angket, dan teknik pendukung dalam penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif yaitu penelitian yang menggambarkan fenomena yang terjadi. Fenomena ini diteliti secara deksriptif dengan mencari informasi mengenai beberapa hal yang dianggap mempunyai relevansi dengan tujuan penelitian. Untuk mengelola dan menganalisis data digunakan rumus Interval dengan rumus sebagai berikut:

$$I = \frac{NT - NR}{K}$$

Keterangan:
I = Interval

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian tentang sikap masyarakat terhadap *black campaign* pasca pemilihan kepala daerah di Kampung Lingsuh Rajabasa Jaya Bandar Lampung Tahun 2015, maka akan dilakukan pembahasan terhadap indikator-indikator dalam penelitian ini yaitu:

1. Sikap Masyarakat

a. Indikator Pemahaman

Pemahaman berguna untuk membantu dalam pengambilan keputusan, sehingga pengambilan keputusan yang diambil

NT = Nilai Tertinggi
NR = Nilai Terendah
K = Keterangan

Informasi yang berhasil dikumpulkan dalam bentuk penguraian, selain itu disajikan dalam bentuk presentasei pada setiap tabel kesimpulan. Rumus persentase yang digunakan adalah :

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

P = Persentase

F = Jumlah jawaban dari seluruh *item*

N = Jumlah perkalian item dengan responden

akan tepat karena didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan tertentu.

Berdasarkan hasil analisis data distribusi frekuensi yang penulis lakukan terhadap 63 responden di Kampung Lingsuh Rajabasa Bandar Lampung bahwa pemahaman masyarakat terhadap *black campaign* menunjukkan bahwa 28 responden (44,5%) dengan kategori cenderung paham, berdasarkan kategori tersebut maka dapat dijelaskan bahwa responden sudah paham tentang *black campaign*.

Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Indikator Pemahaman

No.	Kelas Interval	Frekuensi	Presentase	Kategori
1	7 – 8	12	19%	Tidak Setuju
2	9 – 10	23	36.5%	Ragu-ragu
3	11 – 12	28	44,5%	Setuju
Jumlah		63	100%	

Sumber : Data Analisis Hasil Sebaran Angket

Masyarakat merupakan elemen yang sangat penting saat pemilu, oleh sebab itu kampanye hitam atau *black campaign* sangat terfokus pada sikap masyarakat dan karena itu masyarakat juga harus mempunyai pengetahuan politik yang cukup untuk menyadari adanya *black campaign*.

Selain masyarakat harus memiliki pengetahuan politik yang cukup, masyarakat harus didukung juga dengan sikap yang bijaksana dalam menyikapi segala informasi yang datang untuk mempengaruhi sikap mereka. *Black campaign* atau kampanye hitam bukan merupakan suatu hal yang baru dalam pemilu, melainkan kegiatan yang sering ada pada saat kampanye atau sebelum pemilu berlangsung yang tanpa disadari oleh masyarakat menjadi perhatian oleh mereka. Peristiwa dimana *black campaign* mulai menyebar dimasyarakat menjadi perhatian masyarakat ketika hampir setiap orang membicarakannya. Pemahaman mengenai *black campaign* penting adanya agar masyarakat dapat membedakan informasi yang sekedar rumors atau fakta.

Untuk menangani masalah *black campaign* sehubungan dengan kognitif atau pengetahuan masyarakat tentang hal tersebut, maka perlu diadakan sosialisasi baik dari lembaga terkait dengan pemilu atau Bawaslu atau elemen pemerintahan lainnya yang bersangkutan, agar masyarakat memiliki peranan dalam penanggulangan masalah *black campaign* yang semestinya dapat dicegah.

b. Indikator Penghayatan

Penghayatan merupakan komponen yang berhubungan dengan rasa senang atau rasa tidak senang terhadap objek sikap. Berdasarkan hasil analisis data distribusi frekuensi yang penulis lakukan terhadap 63 responden di Kampung Lingsuh Rajabasa Bandar Lampung terhadap indikator penghayatan masyarakat terhadap *black campaign* menunjukkan bahwa 28 responden (44,5%) dengan kategori cenderung suka, karena menurut responden kampanye hitam atau *black campaign* merupakan bagian dari politik yang tidak bisa dihindari tetapi masyarakat masih dapat bersikap bijak dalam menilai kemampuan dari calon pemimpin yang mereka pilih.

Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Indikator Penghayatan

No.	Kelas Interval	Frekuensi	Presentase	Kategori
1	7 – 8	16	25.4%	Cenderung Tidak Suka
2	9 – 10	19	30.1%	Netral
3	11 – 12	28	44,5%	Cenderung Suka
Jumlah		63	100%	

Sumber : Data Analisis Hasil Sebaran Angket

Dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa 44,5% masyarakat tidak terganggu dengan *black campaign* atau kampanye hitam ini, bukan berarti

mereka tidak peduli dengan adanya informasi yang beredar mengenai calon pemimpin yang akan mereka pilih, hanya saja masyarakat lebih mengutamakan

pendekatan yang dilakukan oleh pasangan calon pemimpin saat sebelum pemilihan berlangsung.

c. Indikator Kecenderungan Bertindak

Komponen kecenderungan bertindak merupakan komponen yang berhubungan dengan perilaku terhadap objek sikap. Komponen ini menunjukkan intensitas sikap, yaitu menunjukkan besar kecilnya kecenderungan bertindak atau berperilaku seseorang terhadap objek sikap. Berdasarkan hasil analisis data distribusi frekuensi yang penulis lakukan terhadap 63 responden di Kampung Lingsuh Rajabasa Bandar Lampung terhadap indikator kecenderungan bertindak

masyarakat terhadap *black campaign* menunjukkan bahwa 33 responden (52.4%) cenderung melakukan *black campaign*.

Menurut responden kegiatan kampanye hitam atau *black campaign* pada pemilukada seharusnya bisa dicegah apabila ada ketegasan dari lembaga yang berwenang untuk mengawasi jalannya kampanye pada saat pemilukada, karena pemilukada merupakan kegiatan yang penting untuk menentukan calon pemimpin yang sanggup untuk mensejahterakan rakyat di daerahnya.

Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Indikator Kecenderungan Bertindak

No.	Kelas Interval	Frekuensi	Presentase	Kategori
1	12	33	52.4%	Kecenderungan Tidak Melakukan
2	11	16	25,4%	Netral
3	10	14	22.2%	Kecenderungan Melakukan
Jumlah		63	100%	

Sumber : Data Analisis Hasil Sebaran Angket

Dalam lingkungan kemasyarakatan *black camapign* atau kampanye hitam itu sendiri tidak terlalu menjadi hal yang dipertimbangkan dalam memilih pemimpin. Perlu adanya sosialisasi untuk memberikan masyarakat pedoman yang akan dijadikan acuan dalam memilih pemimpin seperti dalam bentuk kegiatan-kegiatan antisipasi untuk mencegah pengaruh *black campaign* pada masyarakat, atau jika memang sudah terlanjur terjadi, maka tindakan yang diambil juga tepat sebagai langkah penanggulangannya. Seperti memiliki rencana kerja khusus untuk menangani masalah-masalah yang berkaitan dengan kampanye.

2. Black Campaign

a. Kegiatan Penyebaran Isu-Isu Atau Rumors Negatif, Fitnah dan Adu Domba

Kegiatan penyebaran isu-isu atau rumors negatif, fitnah dan adu domba merupakan kegiatan nyata yang dapat terlihat melalui berbagai media elektronik atau media sosial maupun dari mulut ke mulut , maka tindakan menjelek-jelekan seseorang, menyebarkan isu-isu negatif, dan mengadu domba merupakan kegiatan *black campaign* atau kampanye hitam. Berdasarkan hasil analisis data distribusi frekuensi yang penulis lakukan terhadap 63 responden di

Kampung Lingsuh Rajabasa Bandar Lampung terhadap indikator kegiatan penyebaran isu-isu atau rumors negatif, fitnah dan adu domba menunjukkan bahwa 36 responden (57,1%) dengan kategori setuju, karena menurut responden kegiatan penyebaran isu-isu atau rumors negatif, fitnah dan adu domba sering terjadi saat menjelang pemilu atau pun pilukada, dan biasanya penyebaran isu-isu atau rumors negatif, dan fitnah melalui media elektronik terlebih media sosial dimana setiap orang bebas berkomentar dan memberikan tanggapan.

Peristiwa maraknya isu-isu atau rumors negatif, dan fitnah biasanya terjadi pada masa kampanye, dimana masyarakat masih bingung untuk memilih calon pemimpin karena setiap calon pemimpin atau kepala daerah pasti

menjanjikan pemerintahan yang pro rakyat dan ideal. Melihat dampak yang ditimbulkan tidak hanya kepada calon pemimpin yang sedang mencari perhatian publik, masyarakat juga akan semakin kurang percaya dan peduli terhadap politik. Bentuk upaya yang perlu dilakukan untuk menanggulangnya adalah dengan memberikan kesempatan pada masyarakat untuk lebih mengenal calon pemimpinnya, tidak saat kampanye saja tetapi sebelum adanya pilukada. Dan Seharusnya calon pemimpin yang ingin mendaftarkan dirinya saat pilukada melakukan pendekatan terhadap masyarakatnya agar terjadi komunikasi yang baik dan mengurangi tingkat kesalahpahaman antara masyarakat dan calon pemimpinnya yang mungkin terjadi.

Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Indikator Kegiatan Penyebaran Isu-Isu atau Rumors Negatif, Fitnah dan Adu Domba

No.	Kelas Interval	Frekuensi	Presentase	Kategori
1	5 - 6	9	14,3%	Tidak Setuju
2	7 - 8	18	28,6%	Ragu-ragu
3	9 - 12	36	57,1%	Setuju
Jumlah		8	100%	

Sumber : Data Analisis Hasil Sebaran Angket

b. Kegiatan Menghasut Masyarakat Hingga Menimbulkan Sikap Resistensi

Kegiatan menghasut masyarakat hingga menimbulkan sikap resistensi merupakan kegiatan yang dapat terjadi pada saat menjelang pilukada bahkan setelah pilukada berlangsung. Peristiwa seperti ini memberikan celah kepada pasagan lawannya untuk terlihat seperti pahlawandi mata masyarakat. Oleh karena itu kegiatan yang biasanya

terselubuh oleh oknum-oknum tertentu ini sangat berbahaya dan harus mendapat pencegahan.

Berdasarkan hasil analisis data distribusi frekuensi yang penulis lakukan terhadap 63 responden di Kampung Lingsuh Rajabasa Bandar Lampung terhadap indikator kegiatan menghasut masyarakat hingga menimbulkan sikap resistensi menunjukkan bahwa 25 responden (39,7%) dengan kategori tidak setuju.

Menurut responden, kegiatan menghasut masyarakat hingga menimbulkan sikap resistensi adalah tidak dibenarkan dan masyarakat pun mulai dapat membedakan informasi yang mereka terima karena banyak masyarakat yang mulai peduli dengan jalannya pemerintahan daerah demi kemajuan dan kesejahteraan masyarakat daerah tersebut.

Masyarakat mulai bijak menyikapi informasi yang tersebar dan menjadi perhatian. Karena mereka mulai mencari data-data dan bukti yang kuat, apabila benar dan terbukti bersalah maka sikap resistensi bisa mereka lakukan, tidak semena-mena hanya

karena hasutan oknum-oknum tertentu saja. Tetapi sikap lapang dada dan bisa menerima kekalahan adalah hal yang harus dicoba diterapkan oleh masyarakat apabila pemimpin yang mereka pilih kalah, dan mendukung kebijakan-kebijakan pemimpin terpilih hingga sikap resistensi bisa ditanggulangi. Sikap adil dan tidak tebang pilih juga harus diterapkan oleh calon pemimpin atau kepala daerah terpilih agar masyarakat tidak merasa dikelompok-kelompokan atau tidak diperdulikan dimasa kepemimpinannya.

Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Indikator Kegiatan Menghasut Masyarakat Hingga Menimbulkan Sikap Resistensi

No.	Kelas Interval	Frekuensi	Presentase	Kategori
1	7 – 8	25	39,7%	Tidak Setuju
2	9 – 10	19	30,15%	Ragu-ragu
3	11 – 12	19	30,15%	Setuju
Jumlah		63	100%	

Sumber : Data Analisis Hasil Sebaran Angket

Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan

Setelah penulis melakukan penelitian, kemudian menganalisis data yang diperoleh maka penulis akan mencoba menjelaskan kondisi yang sebenarnya sesuai dengan data yang diperoleh mengenai sikap masyarakat terhadap *black campaign* pasca pemilihan kepala daerah di Kampung Lingsuh Rajabasa Jaya Bandar Lampung Tahun 2015. Peneliti menyimpulkan bahwa sikap masyarakat terhadap *black campaign* cenderung paham dan ingin melakukan, karena *black campaign* tidak berpengaruh besar pada masyarakat saat

adanya kegiatan Pemilukada atau setelahnya. Sebagian besar masyarakat memiliki pengetahuan politik yang cukup baik sehingga mereka dapat menyaring informasi yang positif dan benar adanya. Tetapi kegiatan *black campaign* atau kampanye hitam juga harus tetap mendapat perhatian dari lembaga yang terkait dengan penyelenggaraan Pemilukada karena tidak semua masyarakat memiliki pengetahuan yang cukup baik mengenai politik.

Saran

Setelah penulis melakukan penelitian, menganalisis, dan mengambil

kesimpulan dari hasil penelitian, maka penulis dapat mengajukan saran sebagai berikut:

1. Akibat dari *black campaign* akan lebih dipertegas peraturan dan sanksi kampanye dalam pemilu/kada untuk menghindari terjadinya konflik antara kelompok yang berkampanye
2. Mengikuti peraturan kampanye dengan baik, dengan demikian partai politik juga memberikan situasi kampanye yang baik dan menghindari *money politics*.
3. Badan Pengawas Pemilu dan lembaga terkait lainnya perlu melakukan pendampingan kampanye secara jujur dan sesuai dengan aturan agar tidak terjadi pemihakan antara kepada salah satu peserta kampanye.

Undang-Undang RI Nomor 22 Tahun 2007 tentang Penyelenggara Pemilu. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Daftar Pustaka

Ahmadi, Abu. 2014. *Psikologi Sosial*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Venus, Antar. 2004. *Manajemen Kampanye*. Jakarta: PT Gramedia Utama.

Cangara, Hafied. 2009. *Komunikasi Politik*. Jakarta: Rajawali Pers.

Hertanto. 2006. *Teori-Teori Politik dan Pemikiran Politik di Indonesia*. Bandar Lampung: Universitas Lampung.

Koentjaraningrat. 2009. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: PT. Renika Cipta.

Undang-undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah. Yogyakarta: Pustaka Widyatama.