

Analisis Penyebaran Kampanye Hitam (*Black Campaign*) Pilkada Jember Melalui Media Sosial Facebook

Suyono

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Jember

Jl. Karimata No. 49 Jember 68121

suyono.sulaiman@unmuhjember.ac.id

ABSTRAK: Setelah mengalami penundaan karena pandemi Covid-19, Pilkada serentak dilaksanakan Rabu, 9 Desember 2020 yang melibatkan 270 daerah di seluruh Indonesia. Di Jawa Timur sebanyak 19 kabupaten/kota yang melaksanakan Pilkada, termasuk Kabupaten Jember. Persoalannya, Pilkada kali ini berbeda dengan sebelumnya, terutama terkait dengan pengaturan masa kampanye. KPU dengan regulasi yang baru melarang kampanye dengan cara menciptakan kerumunan massa, seperti rapat umum dan konser musik. Para kandidat dan tim pendukungnya, memanfaatkan media, khususnya media *online* dan media sosial untuk bersosialisasi menjalankan kampanye. Di antara *platform* media sosial yang ada, Facebook yang paling banyak dipakai untuk berkampanye. Metode penelitian yang digunakan pada studi ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati. Hasil penelitian menunjukkan banyak berita hoaks dan kampanye hitam yang disebarakan melalui Facebook. Kampanye hitam dengan mendeskreditkan pasangan calon, diarahkan untuk menjatuhkan lawan politiknya. Harapan dari penyebaran kampanye hitam ini, untuk memengaruhi sikap masyarakat untuk tidak memilih calon tertentu.

Kata kunci: kampanye hitam, media sosial, Facebook, Pilkada Jember

ABSTRACT: After experiencing delays due to the Covid-19 pandemic, the election was simultaneously held on Wednesday, December 9th, 2020, involving 270 regions throughout Indonesia. In East Java, as many as 19 districts/cities that carry out elections, including Jember Regency. this election is different from before. Especially when it comes to campaign arrangements. KPU with new regulations, prohibits campaigns by creating crowds, such as rallies and music concerts. The candidates and their support teams, utilizing the media, especially online and social media to socialize running the campaign. Among existing social media platforms, Facebook is the most widely used for campaigning. The research method used in this study is a qualitative method. Qualitative methods as research procedures that produce descriptive data in the form of written or oral words from people or behaviors that can be observed. The results showed that many hoax news and black campaigns were spread through Facebook. The black campaign by decrying the candidate's spouse, directed at bringing down his political opponent. The hope of spreading this black campaign, to influence the attitude of the public not to choose a particular candidate.

Keywords: black campaigns, social media, Facebook, Jember elections

PENDAHULUAN

Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) serentak digelar Rabu, 9 Desember 2020. Proses tahapan pemilihan kepala daerah kali ini, berbeda dengan beberapa Pilkada sebelumnya mengingat pemilihan kepala daerah serentak yang melibatkan 270 kabupaten/kota di seluruh Indonesia dilaksanakan saat Indonesia masih mengalami pandemi Covid-19. Karena itu, proses pendaftaran calon, pola kampanye, hingga pelaksanaan pemilihan pada Rabu, 9 Desember 2020 harus tetap mengacu pada ketentuan protokol kesehatan yang ketat untuk menanggulangi penyebaran virus corona.

Komisi Pemilihan Umum (KPU) RI, telah menegaskan bahwa Pilkada serentak tetap dilaksanakan meski banyak pihak, terutama pakar epidemiologi yang mendesak Pilkada serentak ditunda tahun depan. Hal ini untuk menghindari terjadi *cluster* baru penyebaran Covid-19, yakni *cluster* Pilkada. Kekhawatiran para epidemiologi ini merupakan hal yang wajar. Mengingat, Pilkada serentak 2020 ini, akan melibatkan sekitar 106 juta pemilih. Mereka tersebar di berbagai daerah. Untuk Pilkada tingkat provinsi saja diikuti 9 daerah, kemudian juga 224 kabupaten, serta 37 kota. Dari jumlah itu, 19 kabupaten/kota diantaranya tersebar di Jawa Timur dan salah satunya Kabupaten Jember (Kompas.com, 2020).

KPU sejauh ini menjamin pelaksanaan Pilkada tidak akan menimbulkan *cluster* baru penyebaran Covid-19. Meski dilaksanakan secara bersamaan (serentak), KPU menyatakan sudah memetakan kondisi masing-masing daerah, terkait dengan tingkat kerawanan dan zonasi penyebaran Covid-19. Di samping itu seluruh tahapan Pilkada, mulai pendaftaran dan penetapan pasangan calon (Paslon), hingga pelaksanaan kampanye dan pelaksanaan Pilkada Desember 2020 benar-benar dilaksanakan dengan mengikuti ketentuan Satgas Covid-19 secara ketat.

Seperti dijelaskan Ketua KPU Jember, Moh. Syai'in, SH., MH., pihaknya tetap akan berkoordinasi dengan semua pihak, agar tahapan Pilkada di Jember berlangsung aman dan sedapat mungkin tidak menimbulkan kasus-kasus baru, terkait penyebaran Covid-19 pada pelaksanaan Pilkada. Karena itu, pihaknya sudah memberlakukan aturan ketat kepada semua pihak, khususnya pasangan calon dan tim suksesnya, untuk mematuhi segala ketentuan

protokol kesehatan yang berlaku (Antaranews.com, 2020).

Salah satunya, Komisi Pemilihan Umum telah membuat regulasi, dengan menerbitkan aturan baru yang merupakan hasil revisi dari ketentuan sebelumnya. Melalui Peraturan KPU Nomor 10 Tahun 2020, tanggal 01 September 2020, pada Pasal 58 menyebutkan bahwa para kandidat dalam Pilkada serentak 2020, harus mengutamakan kegiatan kampanye di media sosial dan media daring. Hal ini untuk mengurangi kegiatan kampanye yang memungkinkan terjadinya kerumunan massa dalam jumlah besar. Karena itu, sesuai ketentuan Pasal 88 C, kegiatan seperti rapat umum yang menghadirkan figur tokoh publik dan juga kegiatan berupa konser musik, panggung hiburan, atraksi budaya, dan lain-lain sedapat mungkin ditiadakan. Menurut Moh. Syai'in, rapat umum dalam jumlah terbatas masih mungkin dilaksanakan, asal jumlah pesertanya tidak boleh lebih dari 50 orang. Tenggang waktu kampanye yang hanya beberapa bulan saja, tentu tidaklah cukup bagi pasangan calon untuk bisa menyapa seluruh calon pemilih, yang menurut data terakhir KPU Jember mencapai 1.825.386 pemilih. Ditambah, dengan luas wilayah yang tersebar di 31 kecamatan, 226 desa serta 22 kelurahan mustahil bisa disentuh seluruhnya oleh para pasangan calon dalam waktu yang relatif singkat.

Berdasar penelitian di lapangan, para pasangan calon (Paslon) Bupati Jember, sejauh ini menggunakan semua bentuk metode kampanye, untuk meraih dukungan calon pemilih. Para figur Paslon, hampir setiap saat turun ke masyarakat, menyapa konstituen secara langsung, dan melakukan aktivitas dari rumah ke rumah, seraya "bakti sosial" dengan membagikan masker, *hand sanitizer*, bahkan menyerahkan bantuan sembako sebagai bentuk "kepedulian" para Paslon terkait dengan pandemi Covid-19 yang masih berkepanjangan. Tak pelak, berbagai strategi kampanye dilakukan oleh para paslon dan juga jajaran tim sukses serta para relawannya, untuk bisa menggait simpati calon pemilih. Acara kunjungan ke desa, terus dilakukan para kandidat kepala daerah ini, baik pagi, siang dan malam. Tidak peduli panas dan hujan, mereka dengan setia turun ke masyarakat, untuk mengumpulkan pundi-pundi suara. Itulah modal sosial yang mereka himpun lima tahun sekali, untuk sebuah kekuasaan.

Sementara, kampanye secara *virtual* dengan memanfaatkan *platform* media sosial juga semakin marak menjelang pelaksanaan Pilkada serentak. Tim kampanye pasangan calon, telah berusaha maksimal memanfaatkan media sosial untuk memasarkan figur paslon yang didukungnya, dengan narasi, gambar, dan segala perniknya. Hampir seluruh aktivitas paslon, di-*post* di media sosial. Tidak cukup dalam bentuk gambar atau foto kegiatan, melainkan juga cuplikan video yang berisi orasi dan dialog humanis paslon dengan warga masyarakat.

Tayangan dan tampilan sosok paslon yang terkesan “peduli, merakyat, dan baik hati” itu menyeruak di berbagai *platform* media sosial, selama masa kampanye. Kita bisa menyimak aktivitas mereka melalui berbagai akun Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, dan *platform* media sosial lainnya. Demikian halnya dengan tampilan media cetak lokal dan media online tidak jauh berbeda.

TINJAUAN PUSTAKA

Demokrasi dan Kampanye Hitam dalam Penyelenggaraan Pemilihan Umum di Indonesia (Analisis atas *Black Campaign* dan *Negative Campaign*) ditulis oleh Aisyah Dara Pamungkas dan Ridwan Arifin (2019) membahas fenomena kampanye hitam dari segi penegakan demokrasi di Indonesia, terutama menggunakan pendekatan hukum dan ketentuan perundang-undangan. Kampanye hitam, menurut Aisyah, menjadi cerminan bobroknya moral bangsa Indonesia. Karena tidak bisa dipungkiri bahwa kampanye hitam, sangat memberikan dampak yang buruk bagi pendidikan politik masyarakat Indonesia. Karenanya, menjelang Pilpres 2019, kedua penulis mengharapkan masyarakat mampu memfilter segala berita yang didapat, terutama berita yang mengandung unsur kampanye kampanye negatif (*negative campaign*) dan/atau kampanye hitam (*black campaign*).

Media Sosial

Media sosial merupakan media baru (*new media*) adalah media yang muncul dan berkembang di era teknologi informasi dan komunikasi. Media sosial

memberi ruang yang luas sebagai ruang wacana *virtual*, objek, lingkungan, kenyataan, dan identitas diri. Media *virtual* mampu menampilkan berbagai fitur budaya *postmodern* dan masyarakat yang maju secara teknologi. Media baru ini merupakan terminologi untuk menjelaskan proses konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terhubung melalui jaringan internet. (Suyono, 2020).

Ada banyak media sosial yang digunakan masyarakat untuk berkomunikasi, di antaranya Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter, Youtube, dan lain-lain. Namun dari media sosial yang ada, dari hasil pengamatan peneliti Facebook yang lebih banyak dipakai oleh pasangan calon dan tim suksesnya untuk bersosialisasi. Terbukti, saat pelaksanaan Pilkada, muncul begitu banyak grup di FB, yang menyebarkan permintaan pertemanan untuk dikonfirmasi. Di samping memanfaatkan grup FB milik masyarakat, seperti IWJ (Info Warga Jember), SRJ (Suara Rakyat Jember), SPJ (Suara Pilkada Jember), dan berbagai grup lainnya, semua paslon juga telah membuat grup FB dengan nama masing-masing. Tim sukses dan relawannya juga membuat grup dengan berbagai nama yang unik, untuk menarik simpati masyarakat. Tentunya, kehadiran media sosial ini memberikan implikasi secara sosial, politik, ekonomi, hukum dan budaya. Sederet peristiwa dalam ber-media sosial yang terjadi di berbagai tempat termasuk di negara kita sebagai dampak kehadiran media sosial ini. Peristiwa-peristiwa itu dialami baik secara positif maupun negatif oleh para pengguna atau pemilik akun jejaring sosial.

Media sosial memegang peranan yang sangat penting dalam mengekspresikan diri dan memprentasikan diri. Apapun yang menurut kita penting, akan dikomunikasikan dengan orang lain. Ekspresi inilah yang digunakan untuk membentuk citra atau gambaran di mata orang lain dan cenderung mengarah pada narsisme (Suyono, 2020). Sedangkan Rulli Nasrullah (2015) menyatakan ada empat konsep pola hubungan media berbasis *online* ini dengan khalayaknya. Di antaranya, konsep *allocation*, yakni pola yang dilakukan dengan mendistribusikan informasi secara terus-menerus kepada khalayak, *consultation* yakni pola ini memberi kebebasan kepada khalayak untuk memilih informasi di media. Selanjutnya ada pola *registration* yakni sebuah informasi di media bersumber dari khalayak

yang diberitakan. Sedangkan pola *conversation* menunjukkan adanya pertukaran informasi dari unit-unit lokal dari khalayak, dengan menggunakan media sebagai pusat komunikasi. Karena itu melalui media sosial siapapun, tim sukses pasangan calon maupun warganet pada umumnya, bisa bebas mengemukakan pendapat dan menilai setiap figur yang tampil di media sosial. Informasi apapun terkait pasangan calon, baik informasi positif maupun informasi negatif, termasuk “kampanye hitam” bisa saja, tampil menyeruak di tengah-tengah “posting gemerlap” para pasangan calon. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengungkap dan menganalisis pola kampanye hitam di media sosial, khususnya Facebook.

METODOLOGI

Studi tentang media menurut Rachmat Kriyantono (2007) bersumber pada dua perspektif, yaitu khalayak media bersifat aktif dalam menerima pesan media dan perspektif yang menganggap khalayak itu bersifat pasif dan mudah dipengaruhi secara langsung oleh media. Untuk studi tentang media sosial, khalayaknya termasuk kategori yang aktif karena mereka juga mampu merekonstruksi realitas yang ada di media sosial. Karena itu, penelitian ini sejalan dengan konsep teori *Uses & Gratifications*, dari Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch. Secara umum pendekatan ini digunakan untuk memahami mengapa khalayak secara aktif mencari media yang dapat memenuhi kebutuhannya akan informasi. Pendekatan ini lebih menitikberatkan pada apa yang dilakukan khalayak terhadap media. Dalam hal ini pemanfaatan media sosial Facebook untuk memenuhi kebutuhan akan informasi khalayak.

Adapun metode penelitian yang digunakan pada studi ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati. Penelitian deskriptif adalah suatu metode penelitian yang menggambarkan semua data atau keadaan subjek atau objek penelitian kemudian dianalisis dan dibandingkan berdasarkan kenyataan yang sedang berlangsung pada saat

ini. Selanjutnya mencoba untuk memberikan pemecahan masalahnya dan dapat memberikan informasi yang mutakhir, sehingga bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan serta lebih banyak dapat diterapkan pada berbagai masalah.

Objek dalam penelitian ini adalah informasi/berita/gambar/kutipan berita yang di-*posting* di laman media sosial, khususnya Facebook, berita atau informasi yang diteliti adalah berita atau informasi terkait dengan pasangan calon (paslon) Bupati dan Wakil Bupati Jember, yang terlibat dalam kontestasi Pilkada 2020, yang terindikasi sebagai berita bohong (hoaks) atau berita yang berekspektasi negatif atau cenderung fitnah. Sumber data dalam penelitian ini adalah semua informasi yang ter-*posting* (terunggah) di media sosial, khususnya Facebook, pada masa kampanye Pilkada. Setidaknya pada bulan September sampai Desember 2020. Sedangkan data sekunder berupa dokumen tertulis, buku, jurnal ilmiah, dan literatur lainnya yang dikutip dari penulis atau peneliti lain yang telah dipublikasikan.

Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan cara mengumpulkan berita/informasi yang diunggah di Facebook yang berisi informasi terkait aktivitas Paslon Pilkada Jember yang terindikasi sebagai berita hoaks atau berita yang berekspektasi negatif, dengan cara menangkap layar (*screenshot*) dan membandingkan dengan fakta yang sebenarnya. Demikian juga dengan informasi yang berdasarkan fakta, namun tidak layak dipublikasikan oleh orang atau pihaklain karena bertendensi fitnah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kabupaten Jember termasuk salah satu wilayah yang melaksanakan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) secara serentak atau bersamaan, bersama 270 daerah lainnya di seluruh Indonesia pada hari Rabu, 9 Desember 2020. Untuk tingkat Provinsi Jawa Timur, Pilkada juga dilaksanakan pada 19 wilayah dari 38 kabupaten/kota yang ada.

Setelah mengalami penundaan akibat pandemi Covid-19, Pemerintah akhirnya menetapkan hari Rabu, 9 Desember 2020 sebagai tanggal pelaksanaan Pilkada serentak.

Tentunya, proses tahapan Pilkada tahun ini, sangat berbeda dengan beberapa Pilkada sebelumnya. Terutama, pada tahapan yang memungkinkan berkerumunnya massa dalam jumlah besar, seperti pada tahap pendaftaran calon, masa kampanye, dan proses pemilihan di TPS. Pemerintah mencoba mengendalikan dan membatasi jumlah massa yang terlibat, dengan menerapkan protokol kesehatan ketat.

Pada Pilkada 2020, KPU Jember telah menetapkan tiga pasangan calon masing-masing, nomor urut 01, Faida MMR dan Dwi Arya Nugraha Oktavianto, untuk nomor urut 02, Hendy Siswanto dan Muh. Balyan Firjaun Barlamam (Gus Firjaun), dan pasangan nomor urut 03, Abdussalam dan Ifan Ariadna Wijaya.

Untuk bisa maju dalam Pilkada Jember 2020, pasangan Faida yang merupakan calon petahana (*incumbent*) mencalonkan diri melalui jalur perseorangan atau independen dengan mendapat dukungan suara dari 146.687 orang, sedangkan pasangan calon Hendy Siswanto maju dengan dukungan 28 kursi di DPRD Jember dari lima partai pendukung, masing-masing Partai Gerindra (Gerakan Indonesia Raya), Partai Nasdem (Nasional Demokrat), PKS (Partai Keadilan Sejahtera), PPP (Partai Perstuan Pembangunan), dan PD (Partai Demokrat).

Pasangan calon Abdussalam meraih dukungan 22 kursi DPRD Jember, masing-masing dari PDIP (Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan), PKB (Partai Kebangkitan Bangsa), PAN (Partai Amanat Nasional), Partai Golkar (Golongan Karya), dan PB (Partai Berkarya). Mereka bersaing untuk memperoleh dukungan suara sebanyak-banyaknya dari masyarakat Jember yang mempunyai hak pilih (sesuai ketentuan KPU hak pilih Jember sebesar 1.834.441 pemilih) untuk bisa terpilih sebagai Bupati dan Wakil Bupati Jember, periode 2021-2024 mendatang.

Kampanye Pilkada

Tahapan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) yang paling krusial adalah masa kampanye, yakni waktu yang diberikan kepada para kandidat atau pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati, melakukan kegiatan sosialisasi visi, misi dan program kerjanya

kepada masyarakat pemilih agar lebih dikenal dan selanjutnya dipilih oleh masyarakat yang punya hak pilih.

Sesuai peraturan KPU, tahapan masa kampanye Pilkada 2020, dimulai tanggal 26 September sampai dengan 5 Desember 2020. Tahapan masa kampanye itu dimulai dengan pertemuan terbatas, tatap muka, dialog, penyebaran bahan kampanye, pemasangan alat peraga kampanye (APK), dan kegiatan lainnya. Sementara kegiatan debat publik atau debat terbuka antar pasangan calon dilaksanakan sebanyak tiga kali dengan difasilitasi oleh KPU, dengan jadwal yang sudah ditetapkan. Kegiatan lainnya, adalah kampanye melalui media massa, cetak, elektronik, serta media sosial.

Meski KPU sudah memfasilitasi kegiatan kampanye melalui berbagai kegiatan, namun tidak seluruh agenda kegiatan kampanye dapat terlaksana. Penyebabnya, pandemi Covid-19 yang masih belum reda, banyak agenda yang sulit dilaksanakan. Misalnya, pertemuan tatap muka yang melibatkan banyak peserta, tidak bisa dilaksanakan. Karena KPU membatasi kegiatan tatap muka hanya boleh dihadiri tidak lebih 50 peserta, setiap kali pertemuan.

Demikian juga dengan kegiatan kampanye kunjungan ke basis pemilih. Jember yang terdiri 31 kecamatan dengan 226 desa dan 22 kelurahan, tentu tidak akan mungkin dikunjungi seluruhnya oleh pasangan calon Bupati, dalam tempo hanya 1,5 bulan masa kampanye. Karena itu, berbagai upaya dilakukan para Paslon untuk bisa dikenal masyarakat. Termasuk berkampanye melalui berbagai media, mulai media massa cetak, elektronik di radio dan televisi, serta memanfaatkan media sosial.

Kehadiran media sosial telah memberikan implikasi secara sosial, politik, ekonomi, hukum dan budaya. Sederet peristiwa dalam ber-media sosial yang terjadi di berbagai tempat termasuk di negara kita sebagai dampak kehadiran media sosial ini. Peristiwa-peristiwa itu dialami baik secara positif maupun negatif oleh para pengguna atau pemilik akun jejaring sosial. Demikian juga, kampanye yang dilakukan oleh masing-masing paslon untuk mempromosikan dirinya agar terpilih menjadi kepala daerah pada Pilkada kali ini, tentu tidak hanya hitam-putih. Di media sosial, warganet bisa bebas mengemukakan pendapat dan menilai setiap

figur yang tampil. Sehingga tidak hanya informasi positif saja yang diunggah di media sosial. Tidak jarang, jejak digital yang merupakan sisi gelap para paslon calon, tiba-tiba tampil menyeruak, di tengah-tengah “posting gemerlap” paslon di media sosial.

Hasil penelusuran penulis dalam sebulan terakhir, postingan yang bernada negatif terkait dengan paslon, banyak bermunculan di media sosial Facebook. Pola kampanye hitam (*black campaign*) di Facebook cukup beragam. Ada yang terang-terangan menyerang Paslon dengan menampilkan foto atau gambar terkait dengan paslon dengan komentar miring (negatif). Ada juga unggahan yang mengutip pemberitaan media *online*, dengan diberi komentar dan pola-pola kampanye negatif lainnya. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengungkap dan menganalisis pola kampanye hitam di media sosial, khususnya Facebook.

Kampanye Hitam

Meski kegiatan kampanye sudah diatur sedemikian rupa oleh KPU, termasuk tata cara berkampanye, namun diantaranya untuk proses kampanye, paslon harus menghindari ujaran kebencian, fitnah, dan hoaks. Termasuk di dalamnya, Paslon atau tim kampanye Paslon dilarang berkampanye hitam, selama masa kampanye berlangsung. Kampanye hitam menurut Wirnyaningsih, staf pengajar Fakultas Hukum UI yang juga mantan Bawaslu, menyatakan salah satu masalah yang kerap mencuat dalam setiap Pemilu adalah kampanye hitam (*black campaign*) yang dilakukan oleh salah satu kandidat atau tim kampanye kandidat tersebut untuk menjatuhkan kandidat lainnya.

Di Indonesia, kampanye hitam masih sering terjadi dikarenakan sulitnya kegiatan itu ditindak. Menurut Wirnyaningsih, letak kesulitannya terdapat pada pengaturan dalam Undang-undang No. 8 Tahun 2012 tentang Pemilihan Umum. Pada pasal 249 ayat (4) bahwa pelanggaran kampanye baru dapat ditindak apabila ada pengaduan atau pelaporan terlebih dahulu kepada Bawaslu mengenai adanya dugaan pelanggaran atau kelalaian dalam pelaksanaan pemilu. “Adanya batas kedaluwarsa yang begitu cepat, yaitu hanya 7 (tujuh) hari sejak diketahui dan/atau ditemukannya pelanggaran

Pemilu lah yang menjadikan pelanggaran tersebut sulit ditindak, karena biasanya baru dilaporkan kepada Bawaslu setelah batas kedaluwarsa tersebut,” jelasnya.

Selain itu, penggunaan media elektronik dalam kegiatan-kegiatan kampanye hitam (*black campaign*) belum diatur secara lengkap dan memadai oleh Undang-undang maupun peraturan terkait dengan pemilihan umum, sehingga pemikiran para penegak hukum belum sampai pada pelanggaran yang dilakukan melalui media dan cara tersebut (law.ui.ac.id, 2021).

Kampanye hitam merupakan sebuah upaya berkampanye dengan merusak atau mempertanyakan reputasi seseorang, terutama reputasi pasangan calon, melalui sebuah propaganda negatif. Meski kampanye negatif (biasanya mengungkap fakta terkait dengan kekurangan atau kelemahan seseorang), dalam sebuah kompetisi pemilihan masih dianggap wajar. Namun kampanye hitam (*black campaign*), dianggap tidak etis, karena argumen yang dilontarkan kerap berupa fitnah, dan bukan fakta yang sebenarnya. Kampanye hitam sering berupa informasi hoaks. Sementara, narasi *hoax* begitu mudahnya diproduksi dan disebarluaskan melalui media sosial. Terkadang menyebar luas sampai viral, yang sulit diketahui siapa pembuatnya. Banyak konten hoaks yang tersebar secara anonim. Meski ada nama, biasanya nama yang digunakan palsu. Kondisi demikian, semakin diperparah dengan sikap sebagian masyarakat yang kurang selektif dan dengan mudahnya mem-*posting* (*nge-share*) ulang, tanpa dicari sumber dan kebenaran informasi yang disebarluaskannya.

KPU melarang penggunaan kampanye hitam, selama masa kampanye berlangsung. Larangan yang sama juga untuk kegiatan kampanye dengan membagikan sembako atau uang, yang masuk kategori *money politics*. Sesuai Peraturan KPU (PKPU) No. 10 tahun 2020, kegiatan kampanye harus mengacu pada penerapan protokol kesehatan, termasuk membatasi jumlah pengujung kampanye tatap muka, yakni 50 orang di dalam ruang, dan 100 orang di luar ruangan.

Struktur Kategori Kampanye Hitam

Penyusunan kategori menjadi salah

satu tahapan penting dalam penelitian analisis ini. Kategori berhubungan dengan isi pesan dikategorikan. Eriyanto (2011) memaparkan tiga prinsip dalam membentuk kategorisasi antara lain terpisah satu sama lain (*mutually exclusive*), lengkap (*exhaustive*), dan kategori reliabel. Dalam penelitian ini, kategorisasi kampanye hitam yang termuat di media sosial Facebook, dapat dirumuskan sebagai berikut:

Tabel 1. Struktur Kategorisasi

Kategorisasi	Unit Analisis	Indikator
A. Bentuk-bentuk Kampanye Hitam	Kalimat dan Foto/Meme	A.1: Foto /Meme A.2: Kalimat/Unggahan A.3: Berita A.4: Video
B. Sasaran Kampanye Hitam	Kalimat dan Foto/Meme	B.1: Pemerintah/ Pembkab B.2: Calon Bupati, Calon Wakil Bupati B.3: Partai Politik B.4: KPU Jember B.5: Masyarakat

Sumber: Diolah Peneliti, 2019

Bentuk-bentuk kampanye hitam (*black campaign*) yang dimaksud dalam penelitian ini adalah unggahan di media sosial khususnya Facebook, selama masa kampanye Pilkada Jember 2020 yang tersebar diberbagai laman media sosial, sebelum dan sesudah masa kampanye. Tepatnya, awal November hingga awal Desember 2020.

Bentuk kampanye hitam tersebut ada yang berupa foto atau *meme* salah satu pasangan calon Bupati, ada juga yang berbentuk foto atau *meme* dengan disertai narasi (*caption*). Bentuk lainnya, berupa narasi yang *diposting*, serta potongan/guntingan berita yang pernah di muat di media massa, beberapa waktu silam. Sedangkan sasaran kampanye hitam, selain ditujukan kepada pasangan calon Bupati, juga partai politik, dan juga masyarakat (*netizen*) yang mendukung pasangan calon tertentu.

Unggahan di media sosial Facebook yang masuk kategori kampanye hitam adalah *postingan* yang memenuhi kriteria kampanye hitam, seperti diulas di halaman sebelumnya. *Postingan* tersebut memenuhi beranda Facebook para *netizen* dan grup-grup yang dibentuk untuk mendukung salah satu pasangan calon bupati, yang ditayangkan selama kurun waktu awal November hingga awal Desember

2020, yakni saat berlangsungnya masa kampanye.

Salah satu kriteria unggahan berbau kampanye hitam, yakni dilihat dari narasi (*caption*) yang berisi hal-hal negatif salah satu atau keduanya dari pasangan calon. Berikutnya adalah foto atau *meme* yang menunjukkan kekurangan atau kelemahan pasangan calon, serta video dengan kriteria yang sama. Lebih lanjut, bentuk-bentuk kampanye hitam pasangan calon Bupati, seperti dalam tabel berikut:

Tabel 2. Bentuk-Bentuk Kampanye Hitam Paslon No. 1

No.	Nama Pasangan Calon	Judul Kampanye Hitam		
		Unggahan/Berita	Foto	Video
1	Faida / Dwi Arya Nugraha Octavianto	Kalau Pemimpin Jember Bukan Faida	--	--
2	Faida / Dwi Arya Nugraha Octavianto	Kalau Sampek Faida Menang...	--	--
3	Faida / Dwi Arya Nugraha Octavianto	Di Tipu Pemimpin Itu Penyesalan...	--	--
4	Faida / Dwi Arya Nugraha Octavianto	Eep dan Polmark manipulasi data	--	--
5	Faida / Dwi Arya Nugraha Octavianto	GTT-PTT ungkap Bobroknya...	--	--
6	Faida / Dwi Arya Nugraha Octavianto	Pejabat di Era Faida di duga mbangkang		--
7	Faida / Dwi Arya Nugraha Octavianto	--	Kalau bukan masa Pilkada, bodo amat dengan foto ini	--
8	Faida / Dwi Arya Nugraha Octavianto	Faida Dan Aroma Korupsi	--	--
9	Faida / Dwi Arya Nugraha Octavianto	Satu-satunya di Indonesia	--	--
10	Faida / Dwi Arya Nugraha Octavianto	Untuk Pertama Kalinya	--	--
11	Faida / Dwi Arya Nugraha Octavianto	Lur..Jaga TPS mu...	--	--
12	Faida / Dwi Arya Nugraha Octavianto	Opo ra da da ajorr mon alocak2 periode	--	--
13	Faida / Dwi Arya Nugraha Octavianto	Malah oleh gubernur surat mendagri....	--	--
14	Faida / Dwi Arya Nugraha Octavianto	Sudah kita ketahui bersama, betapa sulitnya	--	--
15	Faida / Dwi Arya Nugraha Octavianto	Rilis resmi Polmark Faida unggul	--	--
16	Faida / Dwi Arya Nugraha Octavianto	Faida Permainkan Uang Rakyat	--	--
17	Faida / Dwi Arya Nugraha Octavianto	--	Faida Cukup 1 Periode	--
18	Faida / Dwi Arya Nugraha Octavianto	Faida tidak peduli Jember	--	--

Sumber: Diolah Peneliti, 2021

Di antara pasangan calon Bupati Jember yang maju dalam Pilkada 2020, Paslon nomor urut 1, yakni Faida, MMR dan Dwi Arya Nugraha Octavian ternyata yang banyak mendapat “serangan” kampanye hitam (*black campaign*) di Facebook. Jumlahnya sampai puluhan unggahan, namun secara konten, setidaknya peneliti menemukan 18 unggahan yang mengarah pada bentuk kampanye hitam. Sebagian besar berupa narasi atau teks, hanya beberapa yang berupa foto dengan *caption*. Anehnya, hampir seluruh isi pesan kampanye hitam, ditujukan kepada calon Bupati, Faida, yang

juga seorang petahana. Sementara, pasangannya Dwi Arya Nugraha Octavian hampir tidak tersentuh kampanye hitam.

Adapun isi pesan yang banyak menyudutkan Faida, yakni menyangkut kebijakan pemerintahannya selama lima tahun yang dianggap tidak berhasil. Misalnya, pesan yang disampaikan Ghazan Ayubi, yang berbunyi “Klu Sampek Faida menang di Jember Saya bersumpah tidak akan tinggal di Jember.” Pesan yang bernada kampanye hitam ini, mendapat cukup banyak respon pembaca. Tercatat, *like* dan *emoticon* lainnya berjumlah 296

dan mengundang komentar sebanyak 703.

Bila dianalisis sebenarnya komentar Ghozan ini sebagai reaksi dari unggahan sebelumnya yang diunggah pendukung Paslon No. 1 yang berbunyi “Kalau Bukan Faida yang Memimpin Jember.” Pesan ini menggambarkan seolah-olah hanya Faida yang bisa menyelamatkan uang rakyat dari upaya “*penggarongan*” yang dilakukan para politisi Jember. Isi pesan lainnya yang menyanjung keberhasilan Bupati Faida, selama lima tahun memimpin Jember. Senada dengan Ghozan, Moh. Lan, juga membuat unggahan yang berbunyi “Ditipu Pemimpin, Itu Penyesalan tetapi Mempertahankan Pemimpin Penipu, Itu kebodohan.” Tulisan ini juga mendapat *like* dan komentar yang cukup banyak, yakni 54 suka dan beberapa *emoticon* lain, serta dikomentari 71 feskuber.

Kampanye hitam lain yang ditujukan kepada Calon Bupati Faida, pada Pilkada 2020,

adalah menyangkut kebijakan petahana selama memimpin Jember. Diantaranya, pelayanan yang kurang baik. Hal ini ditunjukkan dengan sulit dan lamanya, proses pengurusan surat-surat atau dokumen kependudukan, sampai soal surat peringatan Gubernur Jatim kepada Bupati Jember, serta puncaknya isu tentang pemberhentian Faida dari Bupati oleh anggota DPRD Jember. Meski banyak pendukung Faida yang memuji kepemimpinannya “tegak lurus” tanpa kompromi, namun sejumlah *postingan* justru ada yang mengkaitkan Bupati Faida dengan isu-isu korupsi. Bahkan isu-isu ini oleh yang mengunggah dikutip dari beberapa media *online*. Faida juga tidak lepas dari isu perselingkuhan, seperti dalam *postingan* Tiar Deka. Ia mengunggah foto Faida dengan seorang laki-laki dengan komentar “Kalau bukan masa pilkada, bodo amat dengan foto ini,” yang kemudian dikomentari oleh 64 orang.

Tabel 3. Bentuk-Bentuk Kampanye Hitam Paslon No. 2

No.	Nama Pasangan Calon	Judul Kampanye Hitam		
		Unggahan	Foto	Video
1	Hendy Siswanto / Muh. Balya Firjaun Barlaman	Waduh ada apa ya? Makki mendesak aparat hukum periksa Hendy	--	--
2	Hendy Siswanto / Muh. Balya Firjaun Barlaman	Hendy dan Aroma Korupsi	--	--
3	Hendy Siswanto / Muh. Balya Firjaun Barlaman	Figur Hendy Diduga Berafiliasi dengan FPI	--	--
4	Hendy Siswanto / Muh. Balya Firjaun Barlaman	Jember Tempatnya Orang Miskin, hanya Dia Yang Kaya	--	--
5	Hendy Siswanto / Muh. Balya Firjaun Barlaman	--	Hendy dan Aroma 212	--
6	Hendy Siswanto / Muh. Balya Firjaun Barlaman	--	Hendy dan Habib Rizieq	--
7	Hendy Siswanto / Muh. Balya Firjaun Barlaman	--	Bersama Habib Rizieq di Arab Saudi	--
8	Hendy Siswanto / Muh. Balya Firjaun Barlaman	--	Apakah ini yang kalian sebut kedamaian?	--

Sumber: Diolah Peneliti, 2021

Hampir sama dengan pasangan calon nomor satu, pasangan calon Bupati Hendy Siswanto dengan Muhammad Balya Firjaun Barlaman atau yang akrab disapa Gus Firjaun ini, hanya menerpa sang calon Bupati, yakni Hendy Siswanto. Sedikitnya ada delapan *postingan* dengan konten berbeda, yang bermuatan kampanye hitam dalam bentuk narasi, sebagian mengutip berita di media massa,

dan sebagian berupa foto-foto diri Hendy Siswanto. Isu yang diangkat untuk “menjatuhkan” calon Bupati Hendy Siswanto, sebagian besar berisi kutipan media massa terkait dengan isu korupsi, saat yang bersangkutan masih berdinasi di Kementerian Perhubungan. Beberapa itu yang menyeruak adalah isu korupsi pembangunan jalur kereta api ganda (*double track*).

Isu lain yang disematkan para *netizen* untuk memengaruhi pemilih adalah, isu kedekatan Hendy Siswanto dengan Habib Rizieq Shihab, dengan *caption* bahwa ia adalah anggota FPI dan

isu radikalisme. Isu ini disematkan dengan foto-foto yang menunjukkan kedekatan Hendy dengan HRS. Bahkan, foto Hendy saat mengunjungi rumah HRS di Arab Saudi sempat diunggah berulang-ulang.

Tabel 4. Bentuk-Bentuk Kampanye Hitam Paslon No. 3

No.	Nama Pasangan Calon	Judul Kampanye Hitam		
		Unggahan	Foto	Video
1	Abdus Salam / Ifan Ariadna Wijaya	--	Yang belum kebagian...	--
2	Abdus Salam / Ifan Ariadna Wijaya	--	--	Partai Keluarga Harapan...
3	Abdus Salam / Ifan Ariadna Wijaya	Hasil Exit Poll..	--	--
4	Abdus Salam / Ifan Ariadna Wijaya	--	Semua cara dilakukan..	--
5	Abdus Salam / Ifan Ariadna Wijaya	Untuk menjatuhkan..	--	--
6	Abdus Salam / Ifan Ariadna Wijaya	Curriculum Vitae.. Paslon 03 ..	--	--
7	Abdus Salam / Ifan Ariadna Wijaya	--	Tim Petahana Mulai ...	--
8	Abdus Salam / Ifan Ariadna Wijaya	--	Memulai Karier dengan kebohongan	--
9	Abdus Salam / Ifan Ariadna Wijaya	Mengapa mengawali Pilkada dengan ...	--	--
10	Abdus Salam / Ifan Ariadna Wijaya	--	Jejak Digital memang kejam..	--
11	Abdus Salam / Ifan Ariadna Wijaya	Dia itu Kumpul...	--	--
12	Abdus Salam / Ifan Ariadna Wijaya	Dan Dia sekuat Tenaga menutupi...	--	--

Sumber: Diolah Peneliti, 2021

Sementara untuk pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati nomor urut 03, Abdus Salam dan Ifan Ariadna Wijaya, selama masa kampanye Pilkada 2020, juga banyak mendapat serangan kampanye hitam. Meski pasangan ini, mengusung tema pemimpin milenial, pemimpin Metal, karena keduanya masih terbilang muda, namun justru pasangan ini dianggap belum layak karena belum punya pengalaman.

Tidak hanya itu, pasangan calon Bupati ini, tercatat yang paling banyak mendapat "serangan pribadi" dari para fesbuker. Sedikitnya ada 12 jenis kampanye hitam yang kontennya berbeda dari puluhan postingan yang bernada menjatuhkan peserta Pilkada ini. Baik Abdus Salam atau yang akrab disapa Cak Salam, maupun Ifan Ariadna yang disapa Mas Ifan, keduanya sama-sama mendapat serangan pribadi dari para *netizen*.

Paslon yang diusung PDIP ini, diserang karena bagi-bagi uang atau *money politic*, dengan ilustrasi uang pecahan Rp 20 ribuan disertai dengan

gambar pasangan calon nomor urut 03. Selain dituduh bagi-bagi uang, Cak Salam juga diserang dengan video seseorang yang memanfaatkan PKH (Program Keluarga Harapan) untuk memberi dukungan kepadanya. Dalam video pendek tersebut jelas meminta para penerima PKH, untuk mendukung Paslon No. 03 dalam Pilkada.

Isu tak sedap lainnya yang ditimpakan kepada Cak Salam, meski ia seorang pengusaha properti yang terbilang sukses, namun hutangnya juga milyaran. Diduga hutang-hutang itu, untuk membiayai pencalonannya sebagai Bupati Jember. Untuk menepis kabar tersebut, para pendukungnya justru mengunggah surat dari Pengadilan Negeri Jember, terkait dengan persyaratan pencalonan, yang menyatakan bahwa Cabup Salam tidak punya tanggung hutang.

Sementara, pasangannya yakni Ifan Ariadna, justru banyak disorot terkait dengan kehidpan pribadinya, terkait rumah tangga yang dijalannya. Banyak *postingan* yang bernada

kampanye hitam yang memasang foto-foto pengusaha yang kini bermukim di Tangerang, Banten itu, dengan sosok wanita yang berbeda-beda. Netizen ada yang menganggap Ifan mengawali kariernya dengan kebohongan dan ketidak-jujuran.

Narasi itu disematkan dengan disertai foto-foto dirinya, berselfi dengan perempuan yang berbeda. Ada yang dengan perempuan berjilbab, tapi di foto lain menunjukkan ia berswafoto dengan perempuan mengenakan celana pendek.

Tabel 5. Sasaran Pesan Kampanye Hitam Pasangan Calon Bupati Pilkada 2020

No.	Sasaran Kampanye Hitam	Jumlah Postingan		
		Postingan	Foto	Video
1	Faida / Dwi Arya Nugraha Octavianto	16	2	0
2	Hendy Siswanto / Muh. Balya Firjaun Barlaman	4	4	0
3	Abdus Salam / Ifan Ariadna Wijaya	6	5	1
4	Pemerintah	0	0	0
5	KPU / Penyelenggara	0	0	0
6	Masyarakat	0	0	0
	JUMLAH	26	11	1

Sumber: Diolah Peneliti, 2021

Dari tabel sasaran pesan kampanye hitam diketahui bahwa yang paling banyak mendapat serangan kampanye hitam adalah pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati nomor urut 01, yakni pasangan Faida dan Dwi Arya Nugraha Octavian. Pasangan yang maju melalui jalur independen/perseorangan itu mendapat *postingan* kampanye hitam dari para fesbuker sebanyak 18 kali, dengan rincian 16 kali berupa narasi/teks dan 2 kali dalam bentuk *postingan* foto. Namun dari jumlah itu, seluruh kampanye hitam itu tertuju pada calon Bupati Faida, yang juga calon petahana.

Sementara itu, pasangan nomor urut 02, Hendy Siswanto dan KH Firjaun Barlaman, mendapat *postingan* kampanye hitam sebanyak 8 kali. Sebanyak 4 *postingan* berupa teks yang bersumber pada berita media massa/*online*, selebihnya berupa foto yang menunjukkan kedekatan Hendy dengan Habib Rizieq Shihab. Sedangkan pasangannya KH Firjaun Barlaman, tidak tersentuh *postingan* kampanye hitam.

Pasangan milenial Abdus salam dan Ifan Ariadna yang mendapat nomor urut 03, juga cukup banyak mendapat serangan dari *netizen* berupa kampanye hitam, sebanyak 12 kali. Jumlah itu terbagi, 6 kali untuk Cak Salam dan 6 kali untuk Mas Ifan. Kampanye Hitam yang ditujukan kepada pasangan yang diusung PDIP dan beberapa partai lain, lebih pada persoalan pribadi, terutama menyangkut perempuan. Untuk sasaran lain, seperti Pemerintah Pusat/Daerah, KPU sebagai penyelenggara dan

juga masyarakat, tidak ditemukan *postingan* yang bernada kampanye hitam maupun berita hoaks seputar penyelenggaraan Pilkada 2020.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini, bahwa pada pelaksanaan kampanye Pilkada 2020, masih banyak ditemukan bentuk-bentuk kampanye hitam yang *diposting* melalui media sosial, khususnya Facebook. Para *netizen* atau fesbuker, mem-*posting* tulisan/narasi yang sebagian besar bersumber dari berita media massa atau *online*, untuk “menyerang” calon Bupati dan calon Wakil Bupati. Sebagian lagi dalam bentuk foto yang diberi teks (*caption*). Hanya satu, kampanye hitam dalam bentuk video.

Sasaran kampanye hitam terbanyak ditujukan kepada Paslon No.01, terutama calon petahana, dr. Faida, hingga 18 kali *postingan*. Sementara Paslon No. 2, H. Hendy mendapat *postingan* kampanye hitam sebanyak 8 kali, dan paslon No. 03, mendapat *postingan* kampanye hitam sebanyak 12 kali, yang ditujukan pada calon Bupati, Abdus Salam, maupun calon wakilnya Ifan Ariadna. Sementara terkait dengan pemerintah, penyelenggara KPU, maupun masyarakat pemilih, tidak ditemukan *postingan* di media sosial Facebook, yang dapat dikategorikan sebagai kampanye hitam.

Penyebaran kampanye hitam maupun hoaks di media sosial, sudah seharusnya dihentikan.

Para netizen harusnya bisa bersikap lebih dewasa dalam berdemokrasi, dengan menampilkan kampanye berupa keunggulan program kerja dari masing-masing Paslon yang didukungnya agar dipilih oleh rakyat. Kampanye hitam, apalagi dengan isi pesan yang kurang mendidik, tentu banyak dampaknya. Mengingat, media sosial, termasuk Facebook, tidak hanya dilihat orang dewasa, tapi hampir segala usia.

Karenanya, masyarakat diharapkan mampu memilih dan memilah konten di media sosial secara bijak. Masyarakat bisa ikut peduli dengan melaporkan media sosial yang kontennya berisi berita hoaks atau kampanye hitam, agar akun yang memuat hal yang tidak patut dapat terblokir oleh sistem. Atau bisa jadi melaporan konten-konten yang dianggap melanggar etika, kesusilaan, dan berita hoaks ke pihak berwajib untuk diproses secara hukum.

<https://www.antaraneews.com/berita/1690494/menakar-peluang-head-to-head-di-pilkada-jember>

<https://jurnal.dpr.go.id/index.php/kajian/article/download/1885/893>

<https://law.ui.ac.id/v3/permasalahan-black-campaign-dalam-pemilihan-umum-wawancara-dengan-wirdyaningsih-s-h-m-h/>

<https://media.neliti.com/media/publications/285683-demokrasi-dan-kampanye-hitam-dalam-penye-cd3f22b6.pdf>

<https://law.ui.ac.id/v3/permasalahan-black-campaign-dalam-pemilihan-umum-wawancara-dengan-wirdyaningsih-s-h-m-h/>

DAFTAR PUSTAKA

Eriyanto. 2011. Analisis Framing. Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media. Yogyakarta. LKIS Printing Cemerlang.

Ghafar, Jnedjri M. (2013). Demokrasi dan Pemilu di Indonesia. Jakarta: Konstitusi Press.

Kriyantono, Rachmat.2010. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

_____.2007. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Kencana: Jakarta.

McQuail, Denis (1987): Mass Communication Theory: An Introduction (2nd edn). London: Sage.

Nasrullah, Rulli. (2015). Media sosial. Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung. Simbiosis Rekatama Media.

Suyono. (2020). Jurnalisme Partisipatif - Tantangan Jurnalis di Era New Media. LPPM UM Jember.

<https://www.kompas.com/tren/read/2020/12/05/193100165/berikut-daftar-270-daerah-yang-gelar-pilkada-serentak-9-desember-2020?page=all>