

**PENGARUH *BLACK CAMPAIGN* TERHADAP PEMBENTUKAN
PERILAKU PEMILIH PEMULA PADA PEMILIHAN UMUM
PRESIDEN TAHUN 2019**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

**NANCI PUTRI
NIM. 150801010**

**Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Pemerintahan
Program Studi Ilmu Politik**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU PEMERINTAHAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2019 M/ 1441 H**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan dibawah ini

Nama : Nanci Putri
NIM : 150801010
Jurusan : Ilmu Politik
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini,saya:

1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggung jawabkan.
2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.
3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.
4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.
5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.

Bila dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini,maka saya siap dikenai sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 15 Juli 2019

Yang Menyatakan,



Nanci Putri

NIM. 150801010

**PENGARUH *BLACK CAMPAIGN* TERHADAP PEMBENTUKAN PERILAKU
PEMILIH PEMULA PADA PEMILU PRESIDEN 2019**

(Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh)

S K R I P S I

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry
Darussalam Banda Aceh Sebagai Salah Satu Beban Studi Program
Sarjana (S.1) Dalam Ilmu Politik

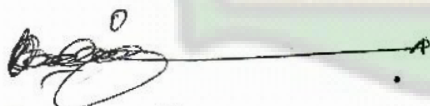
Oleh:

**NANCI PUTRI
NIM. 150801010**

**Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Pemerintahan
Program Studi Ilmu Politik**

Pembimbing I,

pembimbing II,



Dr. Hasanuddin Yusuf Adan, MCL, MA
NIP: 196207192001121001



Ramzi Murziqin, M.A
NIP: 198605132019031006

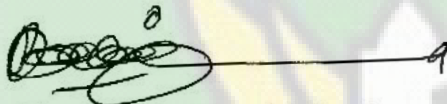
**Pengaruh *Black Campaign* Terhadap Pembentukan Perilaku Pemilih Pemula
Pada Pemilu Presiden Tahun 2019
(Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh)**

Telah Diuji oleh Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima
Sebagai Salah Satu Beban Studi Program
Sarjana (S-1) Dalam Ilmu Politik

Pada Hari/Tanggal : Selasa, 30 Juli 2019

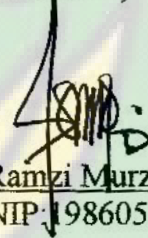
di Darussalam-Banda Aceh
Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi

Ketua,



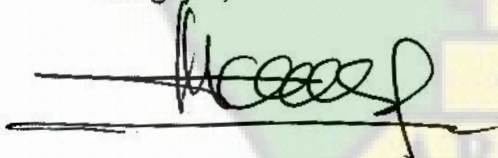
Dr. Hasanuddin Yusuf Adan, MCL., MA
NIP: 196207192001121001

Sekretaris,



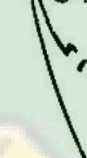
Ramzi Murziqin, MA
NIP: 198605132019031006

Penguji I,



Dr. Muhammad AR, M. Ed.
NIP: 196007211997031001


Penguji II,



Aklima, S.Fil.I. M.A.
NIP: 198810062019032009

Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry
Darussalam-Banda Aceh




Dr. Prata Dewi, S.Ag., M.Hum
NIP: 197307232000032002

Abstrak

Nama : Nanci Putri
NIM : 150801010
Fakultas/jurusan : Ilmu Sosial Dan Ilmu Pemerintahan/Ilmu Politik
Judul : Pengaruh *black campaign* terhadap pembentukan perilaku pemilih pemula pada pemilihan umum presiden tahun 2019
Tebal halaman skripsi: 63 halaman
Pembimbing I : Dr. Hasanuddin Yusuf Adan
Pembimbing II : Ramzi Muziqin M.A
Kata Kunci : *pengaruh, black campaign, perilaku pemilih pemula.*

Black campaign yang terjadi di kalangan mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh mempengaruhi pola pikir mereka dalam menentukan hak pilih pada pemilu 2019, hal ini terjadi karena maraknya penyebaran bentuk-bentuk *black campaign* yang diterima mahasiswa di jejaring sosial mereka seperti WhatsApp, serta sasaran *black campaign* adalah pemilih pemula yang masih mudah dipengaruhi hal ini dikarenakan karakteristik pemilih pemula merupakan pemilih yang rasa penasarannya masih dalam terhadap pemilu, serta mereka yang masih berpikir secara rasional. Oleh karenanya peneliti merumuskan masalah bagaimana pengaruh *black campaign* dalam membentuk perilaku pemilih pemula serta persepsi mahasiswa UIN Ar-Raniry terhadap *black campaign* di media sosial. Dengan permasalahan di atas penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang mana metode ini mengupas permasalahan dengan cara turun dan melihat sendiri permasalahan yang terjadi di lapangan, serta pengumpulan data yang digunakan melalui wawancara terhadap informan. Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh penulis, ditemukan beberapa kasus *black campaign* yang terjadi di kalangan mahasiswa yang mana kasus *black campaign* paling banyak didapati bentuk-bentuk *black campaign* yang merujuk ke pasangan calon no urut 01 Joko Widodo dan Ma'ruf Amin berupa video-video dan gambar menggunakan kata sindiran. Dengan adanya video dan gambar yang tersebar, Perilaku mahasiswa UIN ar-raniry terbentuk untuk tidak memilih pasangan calon no 01 melainkan memilih pasangan calon no urut 02 Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno, serta persepsi mahasiswa mengenai *black campaign* yang tersebar di media sosial juga bermacam-macam mulai dari menyebarkan apa yang mereka terima hingga penolakan masal yang dilakukan untuk pasangan calon no urut 01. Dari hasil yang ditemukan peneliti di lapangan maka disimpulkan bahwa *black campaign* sangat berpengaruh dalam hal pola pembentukan perilaku serta mempengaruhi persepsi mahasiswa UIN Ar-Raniry pada pemilihan umum tahun 2019 ini

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah Swt dengan berkat dan karuniaNya manusia bisa menikmati alam ini. Bahwa shalawat beriring salam penulis sampaikan kepada Nabi besar Muhammad Saw beserta keluarga dan para sahabatnya yang telah memenuhi dunia ini dengan ilmu pengetahuan dan berperadaban dengan Alquran dan sunnahnya. Berkat rahmat dan hidayahNya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul ***“PENGARUH BLACK CAMPAIGN TERHADAP PEMBENTUKAN PERILAKU PEMILIH PEMULA PADA PEMILU 2019”***

Karya ilmiah ini di susun dalam rangka memenuhi dan merupakan suatu beban studi untuk melengkapi program sarjana S1 pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry. Dalam penulisan karya ilmiah ini penulis banyak mengalami kesulitan dan hambatan ataupun pengalaman dalam penulisan masalah

ini.

Secara khusus penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada ayahanda tercinta Jumono yang penulis paling sayangi dan banggakan serta ibunda Siti Rahmah yang dengan susah payah melahirkan dan mendidik Ananda dengan kasih sayang, curah keringat, tidak lelah dan putus asa dalam berusaha dan berdoa kepada Allah Swt. Serta adik-adik yang selalu memberi motivasi dan semangat agar penulis segera lulus dan kepada seluruh keluarga besar yang mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Dan juga ucapan terimakasih yang tidak terhitung penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, diantaranya:

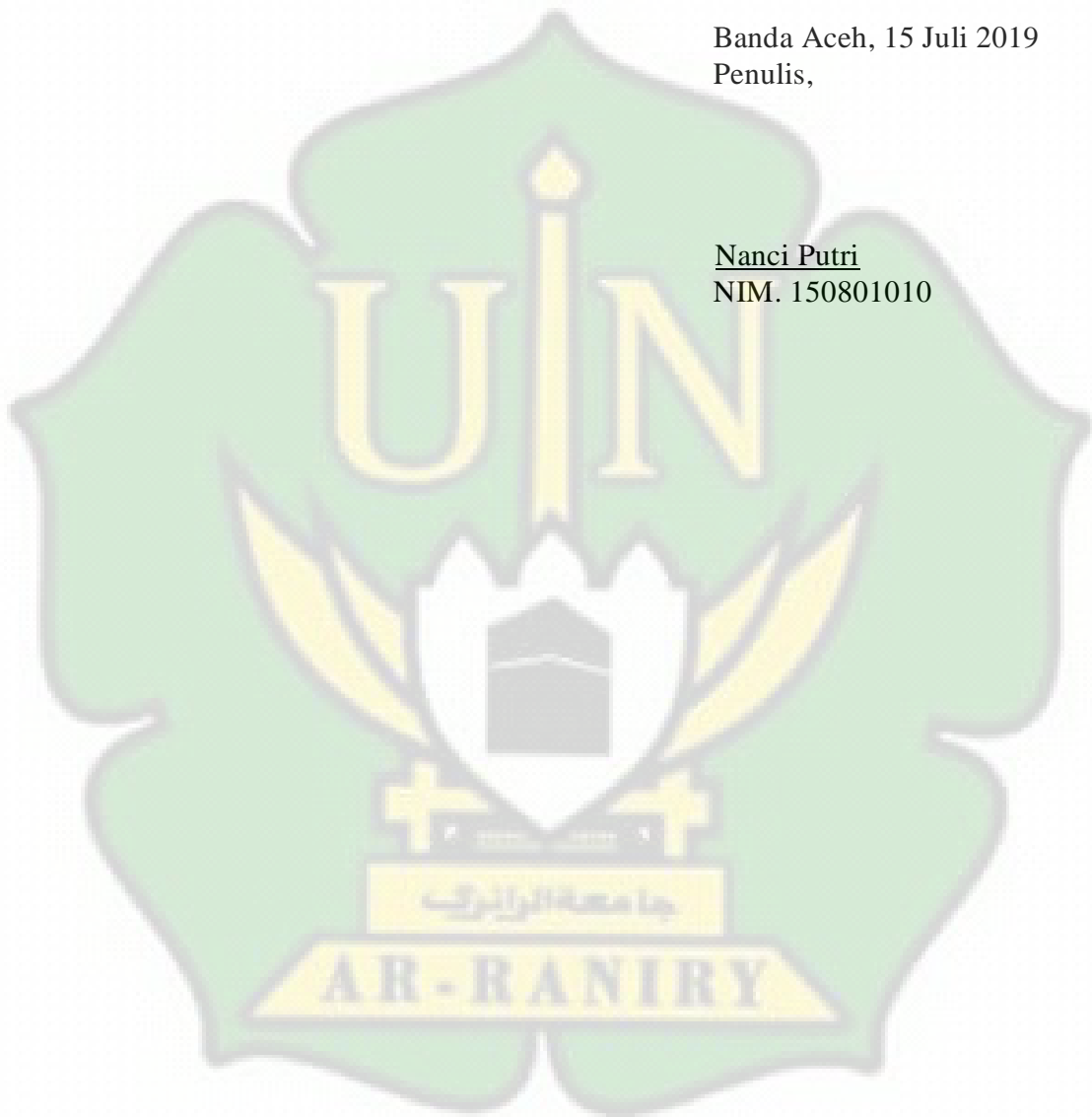
1. Bapak Dr. Hasanuddin Yusuf Adan, MCL.,MA dan Ramzi Murziqin,M.A selaku pembimbing yang telah membimbing, mengarahkan dan memotivasi penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Ketua Jurusan Dr Muhammad Ar yang membimbing peneliti dalam menuntut ilmu di Jurusan Ilmu Politik UIN Ar-Raniry.
3. Penasehat Akademik, Dr. Muslim M.A yang membimbing penulis selama ini di Jurusan Ilmu Politik UIN Ar-Raniry.
4. Para informan (mahasiswa UIN Ar-Raniry) yang tak dapat penulis ucapkan satu persatu dari berbagai jurusan.
5. Terimakasih juga kepada orang tercinta saya Ari Rahmadani dan Ferra Hasanah yang telah banyak membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini baik dari motivasi maupun material yang diberikan. Hanya Allah Swt yang dapat membalas segala bentuk kebaikan dari semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis hanya bisa mengucapkan terima kasih atas segalanya

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, bila terdapat kekurangan dan kesalah pahaman dalam penulisan skripsi ini, dengan kerendahan hati penulis mengharapkan kritikdan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini

dapat bermanfaat bagi semua pihak dan semoga limpahan rahmat dan karuniaNya selalu mengalir kepada kita semua. Amin

Banda Aceh, 15 Juli 2019
Penulis,

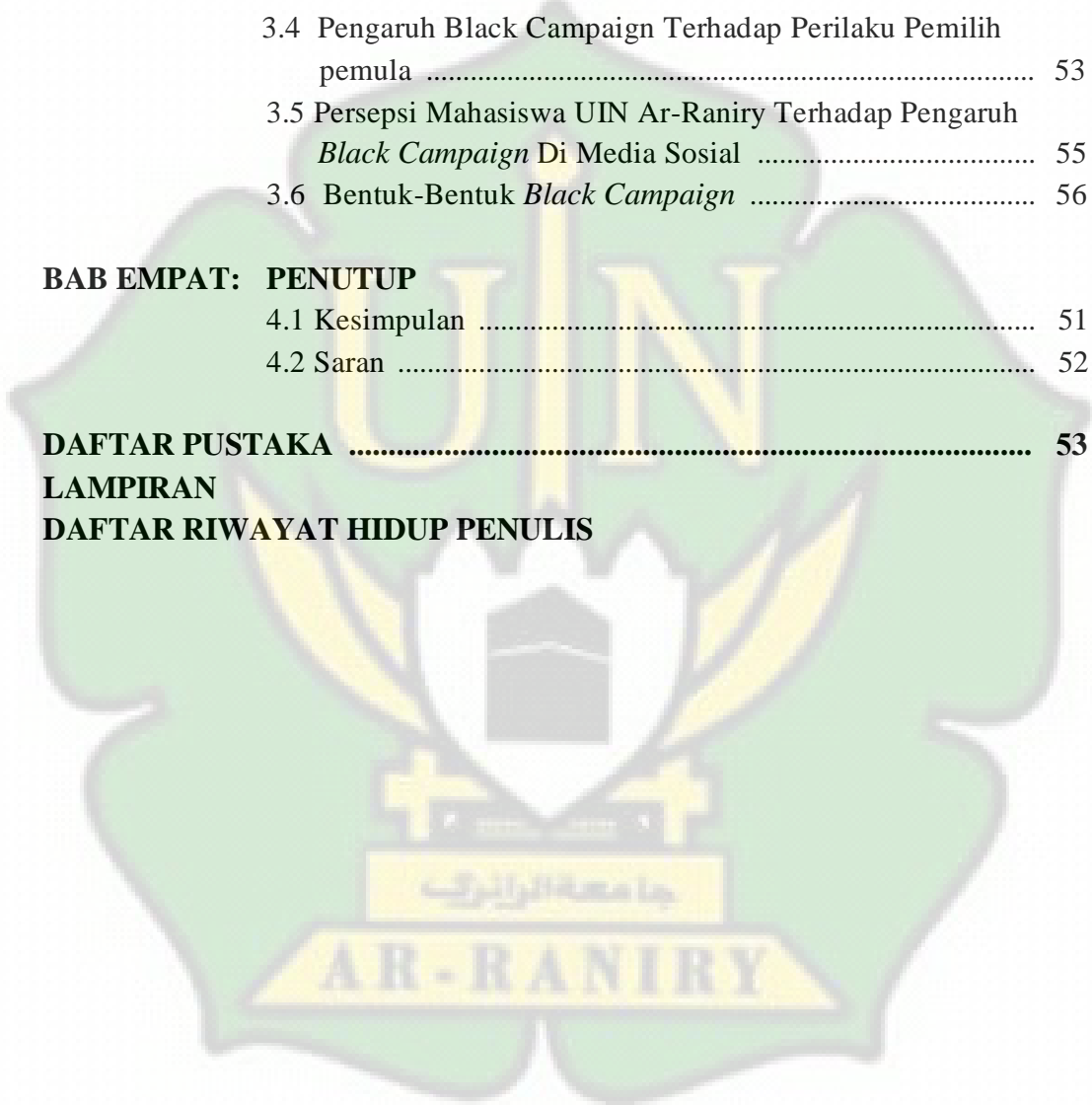
Nanci Putri
NIM. 150801010



DAFTAR ISI

LEMBARAN JUDUL	
PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN SIDANG	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
DAFTAR ISI	x
BAB SATU: PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Penjelasan Istilah.....	7
1.5 Kajian Pustaka.....	11
1.6 Metode Penelitian.....	13
1.7 Sistematika Pembahasan.....	18
BAB DUA: PERILAKU PEMILIH PEMULA TERHADAP <i>BLACK CAMPAIGN</i>	
2.1 Konsep Perilaku Politik dan Perilaku Pemilih.....	19
2.1 Pemilih Pemula.....	20
2.1.1 Katagori Pemilih Di Pemilu 2019.....	21
2.2 Tinjauan <i>Black Campaign</i>	24
2.2.1 Pengertian <i>Black Campaign</i>	26
2.2.2 Cara-Cara <i>Black Campaign</i>	27
2.2.3 Macam-Macam Kampanye.....	28
2.3 Tinjauan Media Masa.....	30
2.3.1 Media Online.....	33
2.4 Teori Strategi Politik dan Persepsi.....	33
2.4.1 Teori Strategi Politik.....	34
2.4.2 Teori Persepsi.....	36
2.5 Kerangka Pikir.....	37
BAB TIGA: PENGARUH <i>BLACK CAMPAIGN</i> BAGI PEMILIH PEMULA PADA PEMILU PRESIDEN 2019	
3.1 Pengantar Penelitian.....	40

3.2	Pemahaman Mahasiswa UIN Ar-Raniry Terhadap Black Campaign	41
3.3	Media <i>Black Campaign</i>	43
3.3.1	Macam-Macam Media Sosial	44
3.3.2	Macam-Macam Media Cetak	50
3.3.3	Macam-Macam Media Online.....	51
3.4	Pengaruh Black Campaign Terhadap Perilaku Pemilih pemula	53
3.5	Persepsi Mahasiswa UIN Ar-Raniry Terhadap Pengaruh <i>Black Campaign</i> Di Media Sosial	55
3.6	Bentuk-Bentuk <i>Black Campaign</i>	56
 BAB EMPAT: PENUTUP		
4.1	Kesimpulan	51
4.2	Saran	52
DAFTAR PUSTAKA		53
LAMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS		



DAFTAR TABEL

Tabel 1-1: Jumlah Informan 13



DAFTAR GAMBAR

Gambar 11-1: Bentuk-Bebtuk *Black Campaign* Yang Diterima 57



BAB SATU

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pemilihan umum (Pemilu) merupakan hal penting dalam proses demokrasi di sebuah negara termasuk di Indonesia. Menurut para ahli, pemilu menjadi alat politik yang dapat digunakan setiap warga negara dalam menentukan para wakilnya yang akan menjalankan siklus pemerintahan di tingkat Nasional, Provinsi, dan Kabupaten/ Kota, baik mereka yang akan duduk di lembaga eksekutif (Presiden/Wakil Presiden, Gubernur/Wakil Gubernur, Bupati/Wakil Bupati, dan Walikota/Wakil Walikota). Ataupun mereka yang duduk di lembaga legislatif (DPR, DPD, DPRD Provinsi dan DPRD Kabupaten/Kota).¹

Pasca runtuhnya orde baru, yang mana pemilihan Presiden dan Wakil Presiden yang mulanya berada di tangan MPR, kini dengan keberadaan reformasi rakyat memiliki kekuatan untuk dapat menentukan siapa yang mereka inginkan menjai para pemimpinnya. Hal ini berlaku Sejak tahun 2004, yang mana Pemilu diadakan dua kali untuk pemilihan Presiden dan Wakil Presiden serta pemilu legislatif untuk mencari wakil-wakil rakyat yang menduduki kursi Dewan Perwakilan Rakyat (DPR).

Untuk Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI), kontes yang terjadi dalam pelaksanaan pemilu (pemilihan umum) Presiden selalu dalam keadaan yang memanas ketika menjelang hari H. Berbagai macam cara dilakukan untuk

¹ Alfred B. David Dodu: *Penerapan Regulasi Politik Kampanye Hitam: Studi Kasus Pada Pilkada Kabupaten Banggai Tahun 2015*, Vol. 2, No. 1, Maret 2017, hlm 53

membuat masyarakat bersimpati dan mendukung calon ataupun parpol (partai politik) yang sedang melakukan kontes politik tahunan. Terkadang kontes yang terjadi bukan hanya pada tataran elit politik, akan tetapi berdampak pada setiap elemen masyarakat. Masyarakat juga tak luput dalam membicarakan calon atau partai politik mana yang menyokong para pasangan calon yang sedang berkontes.²

Keadaan politik yang kian memanas pada masa-masa pemilihan presiden, terkadang juga dimanfaatkan oleh kandidat atau partai politik untuk menarik simpati rakyat dengan cara membuat spanduk, sebaran iklan politik, pertemuan, dan lain sebagainya. Hal inilah yang disebut dengan alat berkampanye dengan tujuan agar nama calon dan parpol menjadi lebih terkenal keberadaannya di kalangan masyarakat. Isi dari spanduk, sebaran dan iklan itu seharusnya menggambarkan bagaimana program kerja, visi dan misi dari pasangan calon presiden yang akan menjadi pemimpin seterusnya, Namun pada kenyataan yang terjadi adalah sebaliknya. Spanduk, sebaran dan iklan yang disebar malah menyerang pasangan calon yang mana menjadi lawan mereka bersaing dalam kontes tahunan ini. Hal yang berisikan penyebaran keburukan calon inilah yang disebut dengan *black campaign*.

Black campaign yang sering menyerang salah satu kandidat atau tim kampanye kandidat lain, bertujuan agar memperlemah keadaan kandidat yang menjadi lawan politik mereka. Menurut Imawan mengungkapkan kampanye adalah upaya *persuasive* untuk mengajak orang lain yang belum sepaham atau belum yakin pada ide-ide yang kita tawarkan, agar mereka bersedia bergabung

² *ibid*, hlm 53

dan mendukungnya. Kampanye hitam ini tidak seperti kampanye negatif (*negative campaign*), hal ini tidak di perbolehkan karena cenderung ke arah fitnah dan menyebarkan hoax terkait kandidat tertentu. Namun pada kenyataannya hal ini yang terus menjadi siklus yang terus berputar setiap di lakukannya pemilu presiden di Indonesia.

Black campaign pada masa orde baru dan masa reformasi sangatlah berbeda , hal ini tentu tak lepas dari ilmu pengetahuan dan teknologi yang kian berkembang pesat, yang mana masa orba (orde baru) *black campaign* hanya dapat di lakukan dari spanduk, serta penyebaran berita hanya melalui mulut ke mulut yang tentunya akan memakan waktu yang lama untuk dapat mempengaruhi orang lain. Kini dengan alat teknologi penyebaran *black campaign* dapat lebih cepat melalui dunia maya dan alat teknologi lain yang dapampaknya cepat pula bagi setiap elemen, baik dari pasangan calon presiden yang tengah berkontes mapun masyarakat.

Jika dilihat dari sarana yang diluncurkan para kandidat dalam upaya penjatuhan lawan ini bermacam-macam, jika berkaca pada pilpres 2019 ini upaya yang dilakukan pihak Joko Widodo ke pihak Prabowo ialah kekerasan yang dilakukannya pada masa lalu yang mengisukan pelanggaran HAM, sedangkan dari pihak Prabowo ke Joko Widodo adalah isu keagalannya dalam memimpin Indonesia dalam kurun waktu 5 tahunan ini. Hal ini terus muncul di beberapa sarana informasi yang dapat di akses masyarakat melalui media sosial dan terus berlangsung hingga menjelang hari H.

Media sosial adalah alat yang digunakan pada masa ini untuk dapat menyebarkan suatu isu dengan cara memposting di blog internet, twitter, facebook, whatsApp, line dan lain sebagainya. Dengan isu diunggah pada media sosial, akan mengundang antusiasme masyarakat untuk saling berkomentar, memberikan tanggapan, bahkan ikut memprovokasi masyarakat yang lain agar percaya terhadap isu tersebut. Isu yang beredar terkait dengan masalah agama calon Presiden, masa lalu calon Presiden hingga kasus-kasus hukum yang melibatkan calon Presiden. Sehingga membawa masyarakat dalam lamunan politik yang tak berarah karena saling menjatuhkannya para kandidat yang sedang berkontes.

Dengan semakin canggihnya media sosial dan banyaknya peran media dalam membantu kampanye para kandidat dapat berdampak pada remaja pada masa sekarang ini. Karena remaja kini lebih identik dengan sebutan “remaja dunia digital” hal ini yang di manfaatkan oleh banyak kandidat dalam upaya pencucian otak politik remaja, karena salah satu sasaran dari kampanye hitam yang tersebar di media sosial adalah remaja. Hal ini bukan tanpa sebab melainkan karena remaja adalah salah satu tawaran menarik dalam upaya pemenagan seorang kandidat, karena remaja merupakan pemilih pemula yang masih bisa di tanam politik kotor yang dapat membentuk pola perilaku mereka memilih nanti dengan maksud memenangkan satu kandidat yang di inginkan.

Pemilih pemula disini mengambil banyak peran penting dalam pemilihan umum (pemilu). Hal ini karena Pemilih pemula merupakan pemilih yang aktif, rasa penasaran dan rasa ingin berpartisipasi cukup besar dalam keikutsertaannya

dipemilu. Dari berbagai informasi politik maupun pemilu terutama di media sosial Twitter, facebook, WhatsApp, line dan media sosial lainnya. Pemilih pemula menunjukkan antusias yang cukup besar, Sehingga pemilih pemula menjadi subjek penelitian yang tepat dalam penelitian ini. Pemilih pemula yang aktif dalam sosial media hal ini dikarenakan banyak kader-kader yang melakukan penyebaran kampanye hitam di media sosial.³

Pemilih pemula yang akan dibahas di sini adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, yang mana sebagai mahasiswa yang telah memiliki penanaman modal ilmu di bangku kuliah apa membawa dampak positif dalam hal mereka memilih di pemilihan presiden tahun 2019 ini, karena dari hasil observasi yang di lakukan oleh peneliti kini banyak para pemilih pemula yang bersetatus sebagai mahasiswa di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry yang mulai tercuci otaknya oleh pemikiran kampanye hitam. Hal ini dapat dilihat dari berbagai status yang mereka unggah di akun media mereka masing-masing salah satunya mahasiswa yang berasal dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan, hal ini sangat disayangkan karena dengan adanya pembelajaran politik yang mereka dapat malah membawa mereka kearah politik yang kotor.

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, peneliti menemukan beberapa kasus *black campaign* yang telah mengotori pikiran mahasiswa semester 1 (pemilih pemula) maupun semester 3 pemilih pemula (yang sudah ada penanaman pemahaman dari bangku kuliah) yaitu dapat kita lihat dari beberapa

³ Reza Maulana Alamsyah. Ilmu Komunikasi. *Pengaruh Kampanye Hitam pada Pemilih Pemula (Studi Eksperimen Pengaruh Kampanye Hitam (Black Campaign) Pada Kampanye Calon Presiden Dan Calon Wakil Presiden Pemilu 2014* (Surakarta:Universitas sebelas Maret,2016) hlm 1

tanggapan mereka di akun media sosial pribadi yang mereka miliki, seperti membuat postingan status Prabowo vs Joko Widodo dengan tulisan-tulisan antara kebodohan Joko Widodododo vs kewibawaan Prabowo dengan caption mari pilih No 2.⁴ Berdasarkan latar belakang diatas peneliti ingin Meneliti *Pengaruh Kampanye Hitam (Black Campaign) Terhadap Pembentukan Perilaku Pemilih Pemula*

1.2.Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh *black campaign* dalam membentuk perilaku pemilih pemula menjelang PEMILU Presiden dan Wakil Presiden tahun 2019?
2. Bagaimana persepsi mahasiswa UIN Ar-Raniry mengenai *black campaign* di media sosial menjelang pemilu Presiden dan Wakil Presiden tahun 2019?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh *black campaign* dalam membentuk perilaku pemilih pemula menjelang PEMILU Presiden dan Wakil Presiden tahun 2019?
2. Mengetahui Bagaimana persepsi mahasiswa UIN Ar-Raniry mengenai *black campaign* di media sosial menjelang pemilu 2019

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan tinjauan di atas maka manfaat dari dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Manfaat akademis penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai upaya pengembangan keilmuan dalam berpolitik khususnya dalam cara pandang

⁴ Observasi Lapangan Yang Dilakukan Di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Pada 10 Desember 2018

mahasiswa/I UIN Ar-Raniry mengenai *black campaign* yang sedang marak di perbincangkan dalam pilkada yang akan mendatang.

2. Manfaat praktis untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat melalui mahasiswa/I dalam upaya pembelajaran politik yang baik dan benar tanpa langsung percaya pada berita yang bernuansa menuju *black campaign* yang sedang berkembang dalam masyarakat.

1.3 Kajian Pustaka

Dari beberapa penelitian mengenai *black campaign*, yang berkaitan dengan penelitian ini di antaranya sebagai berikut:

Penelitian *pertama*, dengan judul Penerapan Regulasi Politik Kampanye Hitam: Studi Kasus Pada Pilkada Kabupaten Banggai Tahun 2015 Oleh Alfred B. David Dodu Hasil dari penelitian ini mengatakan bahwa politik *black campaign* dan regulasi yang mengaturnya serta efektifitasnya dalam penindakan. Penulis mengambil Pilkada Kabupaten Banggai Tahun 2015 sebagai studi kasus. Adapun metode penelitian yang digunakan penulis dalam penulisan makalah ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan fakta-fakta tentang politik *black campaign* yang terjadi pada pilkada Kabupaten Banggai Tahun 2015, regulasi yang mengatur tentang *black campaign* dan efektifitasnya dalam penindakan untuk kemudian dikaji dan dideskripsikan secara apa adanya.

Dari hasil kajian masalah politik *black campaign* yang terjadi pada penyelenggaraan Pilkada di Kabupaten Banggai Tahun 2015 lalu, penulis berkesimpulan bahwa politik *black campaign* tidak cukup untuk menjatuhkan pasangan calon Herwin Yatim Mustar Labolo. Dalam hal regulasi, *black*

campaign sesungguhnya telah dituangkan dan diatur dalam regulasi dan peraturan baik yang dikeluarkan oleh pemerintah maupun KPU sebagai lembaga penyelenggara pemilu.

Disamping itu regulasi pemilu untuk masalah *black campaign* yang ada pada saat ini secara substansi sudah cukup baik karena dari bunyi pasal-pasal yang disangkakan kepada pelaku *black campaign* sudah mewakili dalam hal jenis pelanggaran maupun media yang dipakai dalam melakukan *black campaign*, jadi tidak perlu lagi dibuatkan aturan atau regulasi tersendiri mengenai *black campaign*. Namun dalam hal sanksi pidana perlu adanya kesamaan/keseragaman sanksi bagi pelaku *black campaign* baik dalam ancaman hukuman maupun denda yang diberikan, dan juga perlu diberikan kewenangan yang lebih besar dan lama dari segi waktu baik bagi Bawaslu, Panwaslih maupun pihak Kepolisian Resort Banggai untuk memproses pelanggaran pidana yang dilakukan.⁵

Penelitian *kedua* dengan judul *Pengaruh Kampanye Hitam pada Pemilihan Pemula (Studi Eksperimen Pengaruh Kampanye Hitam (Black Campaign) Pada Kampanye Calon Presiden Dan Calon Wakil Presiden Pemilu 2014*. Oleh Reza Maulana Alamsyah Penelitian ini bermaksud mencari tahu apakah terdapat perbedaan penerimaan pesan pada pemilih pemula sebelum dan setelah pemberian perlakuan. Data penelitian dikumpulkan dengan kuesioner dan wawancara. Populasi penelitian ini adalah pemilih pemula yang berusia 17 – 21 tahun dan sampel penelitian adalah siswa kelas XII SMA N 1 Purworejo yang berjumlah 15

⁵ Alfred B. David Dodu : *Penerapan Regulasi Politik Kampanye Hitam: Studi Kasus Pada Pilkada Kabupaten Banggai Tahun 2015*, Vol. 2, No. 1, Maret 2017, hlm 53

orang siswa. Uji hipotesis menggunakan uji kesamaan dua rata rata (T – paired test) dan uji pendistribusian normal dan homogen.

Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan pemahaman dan penerimaan pesan. Perbedaan pemahaman black campaign tersebut ditunjukkan oleh hasil uji – t yang dilakukan bantuan program komputer SPSS 23. Uji – t skor pre test dan post test kelompok eksperimen menunjukkan rata – rata pemahaman kampanye hitam kelompok sebelum perlakuan sebesar 34,6667 dan rata – rata kelompok setelah perlakuan 42,2667 atau terjadi peningkatan sebesar 7,6 setelah diberi perlakuan dengan korelasi kelompok sebesar 0,544 dan signifikan pada 0,036 pada taraf kepercayaan 95% dengan $p < 0,05$.

Sedangkan perbedaan rata – rata penerimaan pesan kelompok sebelum perlakuan sebesar 32,2667 dan rata – rata kelompok setelah perlakuan sebesar 38,8000 atau terjadi peningkatan sebesar 6,5333 setelah diberi perlakuan dengan korelasi kelompok sebesar 0,163 dan signifikan pada 0,561 pada taraf kepercayaan 95% dengan $p < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan pemahaman pemilu dan penerimaan pesan terhadap siswa kelas XII SMA N 1 Purworejo setelah diberi perlakuan berupa sosialisasi dan diskusi terbuka.⁶

⁶ Reza Maulana Alamsyah. Ilmu Komunikasi. *Pengaruh Kampanye Hitam pada Pemilihan Pemula (Studi Eksperimen Pengaruh Kampanye Hitam (Black Campaign) Pada Kampanye Calon Presiden Dan Calon Wakil Presiden Pemilu 2014* (Surakarta:Universitas sebelas Maret,2016) hlm 1-9

BAB DUA

PERILAKU PEMILIH PEMULA TERHADAP *BLACK CAMPAIGN*

2.1 Tinjauan *Black Campaign*

2.2 Pengertian *Black Campaign*

Secara harfiah *Black Campaign* dapat di artikan sebagai politik kotor, hal ini karena dari cara yang digunakan dalam upaya menjatuhkan lawan dengan penyebaran isu negative yang tidak memiliki bukti yang kuat. Dahulu kampanye hitam di sebut juga dengan *whispering campaign*, yang mana melakukan kampanye melalui mulut ke mulut, namun semakin berkembangnya zaman penyebarannya kini melalui media sosial sebagai media penyebaran informasi.

Black Campaign ini bertujuan untuk menjatuhkan citra seseorang dan mengangkat citra yang melakukannya, hal ini tidak lain adalah cara agar memenangkan perpolitikan ataupun dalam hal perebutan kursi pemerintah. Setiap usaha untuk mengisi jabatan, terutama untuk jabatan publik, maka gosip yang mengarah pada bentuk kampanye hitam selalu muncul. Kampanye hitam yang biasa disebut *Black Campaign* cenderung menyudutkan para calon yang diusung untuk menduduki suatu jabatan.⁷

Kampanye hitam adalah kampanye yang mengarah kepada upaya pelumpuhan karakter dan cenderung mengarah pada fitnah. Biasanya yang di sebarakan berisinya fitnah, kebohongan dan tuduhan tanpa bukti. Kampanye jenis inilah yang bisa dijerat hukuman, minimal dapat sanksi dari KPU jika tim capres

⁷ Lilian Oktaviani *Pengaruh Kampanye Hitam Melalui Media Massa Terhadap Pilihan Pemilih Pemula pada pilpres 2014 tahun 2014*

melakukan kampanye ini. Kampanye hitam dalam pilpres 2019, berikut ini adalah contoh kasusnya:

1. Joko Widodo keturunan cina, Joko Widodo beragama Kristen.
2. Joko Widodo merupakan bagian PKI

2.3 Cara-Cara *Black Campaign*

Cara-cara yang dipakai dalam kampanye hitam, adalah:

1. Menyebarkan berita mengenai kekurangan tentang salah seorang politikus, dengan memunculkan suatu narasi cerita buruk mengenai siapa dan bagaimana masa lalunya serta menyebarkan berita hoax ini ke kalangan masyarakat banyak.
2. Biasanya hal yang dilakukan untuk memperkuat penyebaran cerita, hal yang dilakukan adalah menyebarkan bukti-bukti berupa foto. Foto-foto tersebut bisa saja benar-benar terjadi tapi tidak terkait langsung dengan permasalahan, namun si penyebar juga berharap asumsi yang menyebar di masyarakat sesuai dengan apa yang penyebar inginkan.
3. Biasanya hal lain juga akan dilakukan dengan cara mengajak bicara atau melakukan diskusi dengan para mereka yang pernah dekat atau dapat di katakana sebagai saksi kunci agar masyarakat dapat dengan mudah di pengaruhi pola pikir masyarakat yang melihat hal tersebut.

2.4 Macam-macam Kampanye

Macam-macam kampanye banyak sekali jenisnya. Dilihat dari isinya dibagi menjadi 2 macam, yaitu:

a. Kampanye Positif

Kampanye positif adalah kampanye yang lebih cenderung pada pengenalan calon pemimpin atau presiden secara pribadi, program kerja dan visi misinya. Bentuk kampanye ini bisa berupa slogan, baliho, iklan tv, dialog, wawancara ataupun debat. Kampanye inilah yang harus dilakukan oleh para calon. Kenyataannya baik calon, tim ataupun fan dari calon pemimpin sangat jarang membahas ini, justru yang lebih dilakukan adalah mengkampanyekan kekurangan lawan.

b. Kampanye Negatif

Kampanye negatif di pilpres 2019 ini sangat terasa mulai dari tahun 2018. Kampanye negatif cenderung menyerang calon pemimpin secara pribadi, walaupun demikian, kampanye negative ini juga bisa menyerang program kerja dari visi misi lawan politiknya. Dalam Islam kampanye politik ini disebut juga “ghibah” yang artinya membicarakan kejelekan orang lain. Kampanye ini walaupun konotasinya jelek, namun sering dipakai agar pemilih berhati-hati dengan lawan politiknya dengan kekurangan yang ada pihak lawan politik. Kadang kampanye negative ini didasari dengan data dan fakta namun di opinikan dengan cara negatif. Contoh kasus kampanye negatif yang ditujukan baik di Joko Widodo atau Prabowo:

a. Kampanye Negatif Ditujukan Ke Prabowo :

1. Prabowo seorang duda, pandangan lawan politiknya kalau memimpin keluarga saja tidak bisa bagaimana memimpin negara.
2. Prabowo masih terkait orde baru karena istrinya anak Soeharto.

3. Prabowo adalah orang yang emosional.
 4. Prabowo ingin mengatur agama lewat visi misinya.⁸
- b. Kampanye negatif ditujukan ke Joko Widodo :
1. Negara bisa hancur jika dipimpin Joko Widodo.
 2. Joko Widodo boneka Megawati
 3. Joko Widodo Pro Asing
 4. Joko Widodo tidak bisa pidato bahasa inggris.
- c. Kampanye Abu-abu

Kampanye Abu-abu adalah kampanye yang menjelekkkan pihak lawan namun data dan faktanya masih abu-abu. Benar atau salahnya belum bisa dibuktikan. Cuma dikesankan bahwa pihak lawan politik adalah salah. Contohnya adalah sebagai berikut:

- a. Prabowo diduga menculik dan melanggar HAM ditahun 1998.
- b. Prabowo pindah kewarganegaraan Yordania.
- c. Joko Widodo diduga terlibat korupsi Transjakarta.
- d. Joko Widodo gagal memimpin Jakarta.

Perhatikan bahwa dalam kampanye abu-abu, antara kebenaran dan opini cenderung kuat opininya. Maka untuk perkara ini, belum bisa dibuktikan benar dan salahnya. Berbeda dengan kampanye negatif yang sudah sangat terlihat data dan faktanya dilapangan.

⁸ Cleveland Ferguson, *The Politics of ethics and elections : Can Negatifve Campaign Advertising Be Regulated In Florida ?* <http://www.law.fsu.edu/journal/lawreview/frames/242/fergfarm.html>, diakses desember 2019.

2.5 Pemilih Pemula

Salah satu kategori pemilih yang mempunyai pengaruh besar terhadap kehidupan demokrasi dimasa mendatang adalah pemilih pemula, selain jumlahnya yang terus bertambah, potensi dari daya kritis para pemilih pemula dapat menentukan hasil pemilihan. Berdasarkan undang-undang no 8 tahun 2015 tentang perubahan kedua atas undang-undang nomor 1 tahun 2015 tentang penetapan peraturan pemerintah pengganti undang-undang nomor 1 tahun 2014 tentang pemilihan gubernur, bupati, dan walikota menjadi undang-undang pasal 1 ayat 6 pemilih adalah penduduk yang berusia 17 (tujuh belas) tahun atau sudah/pernah kawin yang sudah terdaftar dalam pemilihan.⁹ Dipertegas dalam UU No 10 tahun 2016 tentang perubahan kedua atas undang-undang nomor 1 tahun 2015 tentang penetapan peraturan pemerintah pengganti undang-undang nomor 1 tahun 2014 tentang pemilihan gubernur, bupati, dan walikota menjadi undang-undang pasal 57 ayat 1 untuk dapat menggunakan hak memilih, warga Negara Indonesia harus terdaftar sebagai pemilih.¹⁰

Dari hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pemilih pemula adalah warga negara Indonesia yang didaftar oleh penyelenggara pemilihan dalam daftar pemilih dan baru mengikuti pemilu pertama kali serta terdaftar sebagai pemilih dengan rentang usia 17-21 tahun. Pemilih pemula dalam kategori politik memiliki orientasi politik yang dinamis dan akan berubah-ubah mengikuti kondisi yang ada dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Namun terlepas dari semua itu keberadaan pemilih pemula tentu menjanjikan dalam setiap ajang pemilihan,

⁹ Undang-Undang nomor 8 tahun 2015 pasal 1

¹⁰ Undang-Undang nomor 10 tahun 2016 pasal 57

sebagai jalan untuk meraih posisi strategis yang ingin dicapai oleh setiap kandidat yang maju dalam pemilihan. Kelompok pemilih pemula ini biasanya mereka yang berstatus pelajar, mahasiswa, serta pekerja muda. Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri pemilih pemula yaitu: Penduduk yang berusia 17 (tujuh belas) tahun atau sudah/pernah kawin. Baru mengikuti pemilihan (memberikan suara) pertama kali sejak pemilihan diselenggarakan di Indonesia dengan rentang usia 17-21 tahun. Mempunyai hak memilih dalam penyelenggaraan pemilihan.

Pemilih pemula dalam kategori politik adalah kelompok yang baru pertama kali menggunakan hak pilihnya. 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.

Berdasarkan pengertian tersebut, maka karakteristik yang dimiliki oleh pemilih pemula dilihat dari karakter yang berbeda dengan pemilih yang sudah terlibat pemilu periods ebelumnya, yaitu: (1) belum pernah memilih atau melakukan penentuan suara di dalam TPS, (2) belum memiliki pengalaman memilih, (3) memiliki antusias yang tinggi, (4) kurang rasional, (5) pemilih muda yang masih penuh gejolak dan semangat, yang apabila tidak dikendalikan akan memiliki efek terhadap konflik-konflik sosial di dalam pemilu, (6) menjadi

sasaran peserta pemilu karena jumlahnya yang cukup besar, (7) memiliki rasa ingin tahu, mencoba, dan berpartisipasi dalam pemilu, meskipun kadang dengan berbagai latar belakang yang berbeda.

Daya tarik pemilih pemula bagi partai politik yaitu: Lahirnya dukungan dari pemilih pemula yang secara tidak langsung membawa dampak pencitraan berarti untuk pengamanan proses regenerasi kader politik itu sendiri kedepan. Sebagai lumbung emas suara kepada partai politik. Pemilu pertama menumbuhkan kesadaran berpolitik sejak dini. Kedua, mengembangkan pendidikan politik kepada para remaja agar mampu menjadi aktor politik dalam lingkup peran dan status yang disandang. Ketiga, menumbuhkan pengertian bagaimana menjalankan hak dan kewajiban politik sebagai warga negara secara baik.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pemilih pemula adalah suatu kelompok pemilih yang masih muda dan baru pertama kali menjatuhkan pilihannya sebagai keputusan memilih calon kandidat.

2.6 Kategori Pemilih Di Pemilu 2019

Kategori pemilih di Pemilu 2019 Pemilu serentak 2019 mengenal 3 istilah daftar pemilih yaitu Daftar Pemilih Tetap (DPT), Daftar Pemilih Tambahan (DPTb), dan Daftar Pemilih Khusus (DPK).

Ketiga istilah itu disebut dalam UU Nomor 17 tahun 2017 tentang Pemilu, yang akan diturunkan dalam Peraturan KPU tentang Pemungutan dan Penghitungan Suara yang sampai saat ini masih disusun oleh KPU. Simak penjelasannya.

a. Daftar Pemilih Tetap (DPT)

Adalah daftar pemilih yang disusun KPU berdasarkan data pemilih pada pemilu terakhir yang disandingkan dengan data kependudukan Kemendagri. Pemilih kategori ini akan mendapatkan surat pemberitahuan memilih atau C6 dan bisa mencoblos pukul 07.00-13.00 waktu setempat dengan membawa C6 dan e-KTP.

Di Pemilu 2019, KPU sebetulnya sudah menetapkan DPT sebanyak 187 juta pemilih dengan rincian 185 juta pemilih dalam negeri dan 2 juta pemilih di luar negeri. Namun, atas masukan parpol dan Bawaslu, DPT itu disempurnakan hingga dua kali yang disebut DPT-HP (DPT Hasil Penyempurnaan). Tapi hingga saat ini penyempurnaan belum selesai.

b. Daftar Pemilih Tambahan (DPTb)

Adalah pemilih yang sudah terdata dalam DPT, namun ingin pindah memilih di TPS yang berbeda dari lokasi yang sudah didata. UU Pemilu menyebut beberapa macam pemilih DPTb sebagai berikut:

1. Pindah memilih karena menjalankan tugas pemerintahan di tempat lain
2. Menjalani rawat inap di rumah sakit atau keluarga yang mendampingi
3. Penyandang disabilitas di panti sosial
4. Menjalani rehabilitasi narkoba
5. Tahanan
6. Siswa atau mahasiswa yang jauh dari rumah
7. Pindah domisili
8. Korban bencana.

Pemilih yang ingin pindah memilih harus mengurus surat pindah memilih (form A5) di Panitia Pemungutan Suara (PPS/kelurahan) paling lambat 30 hari sebelum pemungutan suara 17 April 2019. Petugas PPS akan mencoret nama yang sudah terdata dan memberikan form pindah memilih (A5) untuk diserahkan ke KPU kelurahan tujuan lokasi mencoblos

Pemilih pada DPTb punya kesempatan menggunakan hak pilih yang sama dengan pemilih DPT yaitu antara pukul 07.00-13.00 waktu setempat, dengan membawa form A5 dan e-KTP.

Dalam pilkada serentak 2017, kategori pemilih ini disebut sebagai pemilih DPPh atau Daftar Pemilih Pindahan. Namun istilahnya kini berubah menjadi Daftar Pemilih Tambahan (DPTb).

c. Daftar Pemilih Khusus (DPK)

DPK adalah warga yang punya hak pilih namun belum terdata dalam DPT. Pemilih kategori ini bisa menggunakan hak pilihnya cukup dengan membawa e-KTP di TPS terdekat sesuai alamat pada e-KTP. Tidak bisa mencoblos di TPS di luar alamat e-KTP. Namun, pemilih dalam DPK hanya bisa menggunakan hak pilihnya satu jam terakhir sebelum TPS ditutup yaitu pukul 12.00-13.00 waktu setempat, dengan catatan selama surat suara masih tersedia.¹¹

2.7 Tinjauan Media Massa

Media masa merupakan alat sosialisasi yang sangat berpengaruh dalam membentuk keyakinan-keyakinan baru ataupun juga memperkuat keyakinan yang

¹¹ <https://kumparan.com/@kumparanews/3-kategori-pemilih-di-pemilu-2019-dpt-dptb-dan-dpk-1543060920608211158> di akses 24 maret 2019

lama. Bahkan jika kita perhatikan dalam suatu ruang lingkup, media masa memiliki ruang lingkup yang sangat luas dari media sosial yang lainnya. Misalnya iklan-iklan yang di siarkan di televisi yang mampu membawa perubahan yang sangat drastis dalam kehidupan masyarakat mulai dari gaya hidup hingga pola pikir mereka.

Oleh karenanya media masa sangat mudah di gunakan dalam hal penyebaran kampanye politik. Misalnya yang sedang ada di Indonesia ketika akan memasuki pemilihan umum iklan-iklan di tv akan menyebarkan kampanye-kampanye pasanagan calon baik itu dari visi-misi hingga lagu-lagu partai politik, hal ini dilakukan demi mulusnya pasanagan calon meraih kemenangan. Jika melihat hal ini media massa pada saat sekarang ini sangat besar pengaruhnya dalam upaya pemenangan seorang kandidat.

Pada masa sekarang ini kebanyakan dari masyarakat Indonesia mempercayai bahwa media massa itu merupakan salah satu sumber informasi yang bisa di jadikan sarana untuk belajar berbagai hal. Karena itu, media masa banyak menyajikan berbagai hal seperti perpolitikan, pembelajaran ilmu-ilmu kejuruan hingga tatanan kehidupan bermasyarakat dan lain sebagainya.

Pada dasarnya opini seseorang mengenai sistem politik berasal dari proses pemikiran mereka sendiri, namun kesemua itu diolah dengan fakta yang di sediakan oleh media massa. Hal inilah yang tidak di sadari, bahwanya media massa kini tengah mempengaruhi opini masyarakat. Secara tidak sadar masyarakat pada masa sekarang tidak dapat lepas dari media massa sebagai acuan informasi yang mereka perlukan. Dari uraian diatas dapat ditarik

kesimpulan bahwa media massa adalah suatu alat atau media yang digunakan untuk menyiarkan fenomena yang sedang terjadi dan menjadi wadah untuk mendapatkan informasi. Dalam dunia jurnalistik, media dikategorikan ke dalam tiga jenis berikut:

1. Media cetak, yang terdiri atas surat kabar harian, surat kabar mingguan, tabloid, majalah, buletin/ jurnal, dan sebagainya.
2. Media elektronik, yang terdiri atas radio dan televisi.
3. Media *online*, yaitu media internet, seperti *website*, blog, dan lain sebagainya.

Hal yang patut dipahami bahwa hampir seluruh aktivitas kehidupan manusia tidak dapat dilepaskan dari keberadaan media massa. Tiada hari tanpa berita. Secara substansial, media massa dapat dibedakan berdasarkan proses pencarian, pengumpulan, pengolahan, dan penyebaran berita yang dilakukan. Suatu media dikatakan sebagai media massa mempunyai karakteristik, berikut karakteristik media massa:

1. Bersifat lembaga, artinya pihak yang mengelola media dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi
2. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Walaupun terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.

3. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, di mana informasi yang disampaikan akan diterima oleh orang banyak pada saat yang sama.
4. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan di mana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin, dan suku bangsa ¹²

2.8 Media Online

Media massa bertambah anggota dengan kelahiran situs-situs berita ruang *cyber* dalam kategori com, yaitu media *online*. Sejarah media massa memperlihatkan bahwa sebuah teknologi baru tidak pernah menghilangkan teknologi lama. Media *online* mungkin tidak akan bisa menggantikan sepenuhnya bentuk-bentuk media lama. Melainkan, tampaknya menciptakan suatu cara yang unik untuk memproduksi berita dan mendapatkan konsumen berita

Media *Online* dapat disamakan dengan pemanfaatan media menggunakan perangkat internet. Kehadirannya belum terlalu lama, media *online* sebagai salah satu jenis media massa tergolong memiliki pertumbuhan yang spektakuler. Bahkan saat ini, hampir sebagian besar masyarakat mulai dan sedang menggemari media *online*. Sekalipun internet tidak sepenuhnya dimanfaatkan untuk media massa, tetapi keberadaan media *online* saat ini sudah diperhitungkan banyak orang sebagai alternatif dalam memperoleh akses informasi dan berita.

¹²<https://www.google.com/search?q=media+masa+pdf&oq=media+masa+pdf&aqs=chrome..69i57j0l5.6826j0j9&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

Media *online* merupakan salah satu jenis media massa yang populer dan bersifat khas. Kekhasan media *online* terletak pada keharusan memiliki jaringan teknologi informasi dengan menggunakan perangkat komputer (termasuk *smartphone*) untuk mengakses informasi/berita.

Keunggulan media *online* adalah informasi bersifat *up to date*, *real time*, dan praktis. *Up to date* karena media *online* dapat melakukan pembaruan suatu informasi atau berita dari waktu ke waktu. Hal ini terjadi karena media *online* memiliki proses penyajian informasi atau berita yang lebih mudah dan sederhana.

Real time karena media *online* dapat langsung menyajikan informasi dan berita saat peristiwa berlangsung. Sebagian besar wartawan media *online* dapat mengirimkan informasi langsung ke meja redaksi dari lokasi peristiwa, setiap saat dan setiap waktu untuk memperbarui informasi. Praktis karena media *online* dapat diakses di mana dan kapan saja, sejauh didukung oleh fasilitas teknologi internet.

Media *online* kini menjadi alternatif media yang paling mudah dalam mendapat akses informasi atau berita. Teknologi internet menjadi basis terpenting dalam pemanfaatan media *online*, tidak sedikit wartawan yang mencari berita dari internet. Media *online* juga memiliki keunggulan-keunggulan lain, seperti adanya fasilitas *hyperlink*, yaitu sistem koneksi antara *website* ke *website* lainnya. Fasilitas ini dapat dengan mudah menghubungkan dari situs satu ke situs lainnya sehingga pengguna dapat mencari atau memperoleh informasi lainnya.

2.9 Ideologi Media Massa

Secara etimologis, ideologi berasal dari bahasa Greek, terdiri atas kata *idea* dan *logia*. *Idea* berasal dari kata *idein* yang berarti melihat. *Idea* dalam

Webster's New Colligate Dictionary berarti “*something existing in the mind as the result of the formulation of an opinion, a plan or the like*” (sesuatu yang ada di dalam pikiran sebagai hasil perumusan sesuatu pemikiran atau rencana). Sedangkan *logis* berasal dari kata *logos* yang berarti *word*. Kata ini berasal dari kata *legein* yang berarti *to speak* (berbicara). Selanjutnya kata *logia* berarti *science* (pengetahuan) atau teori. Jadi, ideologi menurut arti kata adalah pengucapan dari yang terlihat atau pengutaraan apa yang terumus di dalam pikiran sebagai hasil dari pemikiran.

Ideologi adalah sistem ide-ide yang diungkapkan dalam komunikasi. Dalam pengertian yang paling umum dan lunak, ideologi adalah pikiran yang terorganisir, yakni nilai, orientasi, dan kecenderungan yang saling melengkapi sehingga membentuk perspektif-perspektif ide yang diungkapkan melalui komunikasi dengan media teknologi dan komunikasi antarpribadi.

Ideologi dimaksudkan untuk mengatur masalah tindakan dan praktik individu atau anggota suatu kelompok. Ideologi membuat anggota dari suatu kelompok akan bertindak dalam situasi yang sama, dapat menghubungkan masalah mereka, dan memberikan kontribusi dalam membentuk solidaritas dan kohesi di dalam kelompok. Dalam perspektif ini, ideologi mempunyai beberapa implikasi penting.

Pertama, ideologi secara inheren bersifat sosial, tidak personal atau individual, dimana ideologi membutuhkan *share* di antara anggota kelompok, organisasi atau kolektivitas dengan orang lain. Hal yang di-*share*-kan tersebut bagi anggota kelompok digunakan untuk membentuk solidaritas dan kesatuan langkah dalam bertindak dan bersikap.

Kedua, ideologi meskipun bersifat sosial, digunakan secara internal di antara anggota kelompok atau komunitas. Oleh karena itu, ideologi tidak hanya menyediakan fungsi koordinatif dan kohesi tetapi juga membentuk identitas diri kelompok, membedakan dengan kelompok lain.

Ideologi di sini bersifat umum, abstrak, dan nilai-nilai yang terbagi antaranggota kelompok menyediakan dasar bagaimana masalah harus dilihat. Dengan pandangan semacam ini, wacana lalu tidak dipahami sebagai sesuatu yang netral dan berlangsung secara alamiah, karena dalam setiap wacana selalu terkandung ideologi untuk mendominasi dan berebut pengaruh.

Media hidup dalam suatu ruang di mana dalam tata aturannya, ada konsensus dan ada penyimpangan. Melalui peta (*mapping*) tersebut, didefinisikan perilaku apa yang layak, wajar, dan baik dan perilaku apa yang tidak baik. Lewat pemetaan tersebut, peristiwa-peristiwa dibuat bermakna dalam wacana berita.

Dalam upaya membuat peristiwa menjadi bermakna bagi khalayak itu, orientasi media bukan hanya pada peristiwa itu sendiri, melainkan juga kepada penerima berita/ khalayak. Artinya ketika membuat berita, wartawan memperhitungkan khalayak yang akan membaca berita tersebut, karena berita pada dasarnya bukan suatu ruang vakum, ia seperti layaknya sebuah cerita (menyapa dan mengajak dialog pembaca). Berita bukan teks yang berdialog dengan dirinya sendiri, ia mengajak khalayak di luarnya untuk berdialog. Proses penyapaan dan dialog semacam ini, secara tidak langsung menempatkan pembaca pada peta ideologis tertentu.

Ketika menulis berita tentang suatu peristiwa, wartawan bukan hanya mengonstruksi bagaimana peristiwa harus dipahami. Ketika menulis berita, ia juga memperhitungkan khalayak yang akan membaca teks berita tersebut. Sehingga ketika berita dikonstruksi, bukan hanya peristiwa yang dijelaskan dalam peta ideologi tertentu, melainkan khalayak sebagai pembaca teks berita juga ditempatkan dalam peta ideologi tertentu. Ketika media memberitakan mengenai pemerkosaan, media tidak hanya menggambarkan pemerkosaan, tetapi khalayak juga diajak untuk setuju atau tidak setuju dengan pemerkosaan tersebut. Dan pada sisi ini, khalayak ditempatkan dalam sisi ideologis tertentu tentang pemaknaan atas realitas.

Menurut John Hartley, ketika kita berkomunikasi dengan orang lain, kita pasti memperhitungkan siapa yang kita ajak komunikasi. Pesan yang sama atau peristiwa yang sama, bisa dikomunikasikan secara berbeda, ketika khalayak yang diajak komunikasi berbeda. Pembicaraan mengenai pemerkosaan, meskipun peristiwa dan materi yang akan dikomunikasikan sama, secara hipotesis akan berbeda tampilannya ketika khalayak yang diajak berkomunikasi berbeda (laki-laki dan perempuan).

Bentuk penyapaan tersebut adalah asumsi siapa dan apa khalayak dari media. Asumsi ini menyediakan konstruksi dari sebuah citra bagaimana wartawan dan jurnalis menempatkan ini dijadikan dasar bagaimana peristiwa tiap hari dimaknai.

Media pada dasarnya adalah sebuah medium yang memiliki tujuan sebagai perantara penyampai pesan dari komunikator kepada komunikannya. Di sini

posisi media tidak lagi bebas nilai karena pasti selalu bermuatan ideologis. Media di sini bisa menyebarkan pesan-pesan, gagasan maupun kepribadian sekaligus pandangan tertentu terkait dengan ideologi yang dianut.¹³

2.10 Teori

2.1.1 Strategi Politik

Strategi politik adalah strategi yang digunakan untuk meralisasikan cita-cita politik. Strategi politik biasa digunakan dalam usaha merebut atau mempertahankan kekuasaan, terutama saat pemilihan umum. Strategi ini berkaitan dengan strategi kampanye, dengan tujuan untuk memperoleh kekuasaan dan pengaruh sebanyak mungkin dengan cara meraih hasil (suara) yang maksimal di pemilu, guna mendorong kebijakan-kebijakan yang dapat mengarah pada perubahan masyarakat.

Dalam kontestasi pemilihan Presiden dan Wakil Presiden, dana politik juga pasti sangat menentukan strategi pemenangan yang dijalankan oleh kandidat dan tim. Modalitas ekonomi sangat diperlukan untuk membiayai semua tahap-tahap pemilihan presiden dan wakil presiden oleh kandidat dan tim pemenangan. Selain itu juga peran modal politik menunjukkan bahwa dari fungsi partai juga tidak terlepas sebagai pintu masuk bagi calon terutama bukan kader partai dan sementara itu partai-partai yang ada boleh jadi telah gagal menemukan figur-figur yang dianggap mampu bersaing terutama berkaitan dengan dukungan politik dan dana politik.

¹³ <https://kangmastopik.wordpress.com/2011/06/18/ideologi-media-komik-filmfilm-indie/>, diakses pada 28 April 2019

Strategi politik menjadi hal yang penting tidak hanya bagi partai politik dan pemerintahan, namun juga bagi organisasi non partai politik. Dalam kajian lain strategi politik diartikan sebagai seperangkat metode agar dapat memenangkan pertarungan antara berbagai kekuatan politik yang menghendaki kekuasaan, baik dalam kontestasi Pemilu maupun dalam Pemilukada. Strategi tersebut digunakan untuk merebut hati dan meraih simpati pemilih. Kerangka konsep sebelum melakukan strategi untuk suatu tujuan tertentu sangat diperlukan. Hal tersebut dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan, baik dari diri sendiri maupun dari pihak lawan. Tujuan dari penyusunan kerangka strategi ini adalah untuk menentukan langkah dalam melakukan tindakan. Langkah yang dilakukan dalam strategi merupakan implementasi dari misi yang dibawa. Dapat di rumuskan bahwa instrument yang digunakan sebagai strategi politik dalam pemilihan umum Presiden dan Wakil Presiden tahun 2019 adalah pemilih pemula dalam media massa.¹⁴

2.2.1 Teori Persepsi

Persepsi merupakan salah satu aspek psikologis yang penting bagi manusia dalam merespon kehadiran berbagai aspek dan gejala di sekitarnya. Persepsi mengandung pengertian yang sangat luas, menyangkut *intern* dan *ekstern*. Berbagai ahli telah memberikan definisi yang beragam tentang persepsi, walaupun pada prinsipnya mengandung makna yang sama. Menurut Kamus Besar Bahasa

¹⁴ Harmen Batubara, *Sun Tzu memenangkan Pilkada* (Bandung : wilayah perbatasan 2015).h.59

Indonesia, persepsi adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu. Proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya.¹⁵

persepsi adalah kemampuan otak dalam menerjemahkan stimulus atau proses untuk menerjemahkan stimulus yang masuk ke dalam alat indera manusia. Persepsi manusia terdapat perbedaan sudut pandang dalam penginderaan. Ada yang mempersepsikan sesuatu itu baik atau persepsi yang positif maupun persepsi negatif yang akan mempengaruhi tindakan manusia yang tampak atau nyata.¹⁶

Setiap orang mempunyai kecenderungan dalam melihat benda yang sama dengan cara yang berbeda-beda. Perbedaan tersebut bisa dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya adalah pengetahuan, pengalaman dan sudut pandangnya. Persepsi juga bertautan dengan cara pandang seseorang terhadap suatu objek tertentu dengan cara yang berbeda-beda dengan menggunakan alat indera yang dimiliki, kemudian berusaha untuk menafsirkannya. Persepsi baik positif maupun negatif ibarat *file* yang sudah tersimpan rapi di dalam alam pikiran bawah sadar kita. *File* itu akan segera muncul ketika ada stimulus yang memicunya, ada kejadian yang membukanya. Persepsi merupakan hasil kerja otak dalam memahami atau menilai suatu hal yang terjadi di sekitarnya.

2.11 Kerangka Fikir

Sistem pemilihan langsung yang ada di Indonesia tidak lepas dari kegiatan kampanye. Kampanye merupakan bagian penting dalam proses pemilihan umum. Idealnya kampanye dilakukan dengan cara kampanye positif tanpa melanggar peraturan kampanye yang telah dibuat yang mana dilarang menyinggung SARA

¹⁵ <https://eprints.uny.ac.id/9686/3/bab%202.pdf>

¹⁶ *Ibid* halaman

(suku, agama, ras, antar golongan) sesama peserta lainnya. Tetapi pada kenyataannya kampanye tahun ini dilakukan dengan cara kampanye hitam.

Black campaign adalah salah satu strategi kampanye yang digunakan para kandidat maupun tim untuk menjatuhkan lawan dengan cara mengeluarkan isu yang tidak benar dan terkesan fitnah. Kampanye ini memberikan stimulusstimulus dan isu-isu pada media yang berisi berita yang menjelekkan lawannya. Seiring dengan kemajuan teknologi kampanye ini sering dilakukan di media massa sebagai alat untuk penyalur informasi kepada pemilih.

Pemilih pemula sebagai target untuk dipengaruhi karena dianggap belum memiliki pengalaman, baru terdaftar sebagai pemilih pertama kalinya, masih memiliki karakteristik sifat yang emosional. Setiap pemilih pemula pasti mempunyai tanggapan masing-masing terhadap kampanye. Kampanye ini sebagai fakta sosial memberikan pengaruh terhadap pilihan pemilih pemula. Hal ini dilakukan semata-mata untuk mendapatkan dukungan dan kemenangan pada pemilu pilpres 2019. Untuk memudahkan penelitian ini Maka digambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:

- 2.12 Joko Widodo pernah di sangkutkan dengan isu PKI
- 2.13 Prabowo pernah di sangkutkan dengan isu kemiliterannya

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Kelebihan penelitian kualitatif ini dalam penelitian kualitatif lebih dimungkinkan lahirnya teori baru, dengan cara kerja yang lebih mementingkan konseptualisasi yang muncul dari data (induktif) yang diperoleh, dan melalui konsep yang abstrak dengan bantuan teori yang sudah ada, akan lebih besar kemungkinannya teori baru yang dilahirkan.¹⁷

Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah dan bersifat penemuan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah instrument kunci. Oleh karena itu peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas jadi bisa bertanya, menganalisis dan mengkonstruksi objek yang diteliti menjadi lebih jelas. Penelitian ini lebih menekankan pada makna dan terikat nilai.

Hakikat penelitian kualitatif adalah mengamati orang dalam lingkungan hidupnya berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya, mendekati atau berinteraksi dengan orang-orang yang berhubungan dengan focus penelitian dengan tujuan mencoba memahami,

¹⁷ Iskandar, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Gaung Persada, 2009)

menggali pandangan dan pengalaman mereka untuk mendapat informasi atau data yang diperlukan.¹⁸

3.2 Lokasi penelitian

Dalam penulisan skripsi ini penulis melakukan penelitian di Kampus Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

3.3 Informan Penelitian

Subyek dari penelitian kualitatif dikenal dengan Informan. Informan adalah orang-orang yang dapat memberi informasi atau data yang terkait dengan masalah dan fokus penelitian yang dikaji atau diteliti. Adapun informan dalam penelitian ini adalah orang-orang yang memberikan informasi terhadap permasalahan yang penulis teliti. Dalam penelitian ini penulis menentukan mahasiswa/i Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

Table 1.1: Table Informan

Jumlah Responden	Jenis kelamin	Umur	Umur 19	Umur 20
19	7 laki-laki	19-20	2	5
	12 perempuan	19-20	5	7

sumber:hasil

wawancara

4 Sumber Data

Sumber data penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder.

Data primer merupakan data yang diperoleh dengan observasi langsung di

¹⁸ *ibid*

lapangan. Data primer pada penelitian ini terdiri dari informan yang akan menjadi pemberi informasi dalam melengkapi data.

Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui kajian kepustakaan yang berupa dokumen kepartaian, buku, jurnal, *website*, dan proposal skripsi yang terkait dengan judul “*pengaruh kampanye hitam terhadap pembentukan perilaku pemilih pemula*”

5 Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara peneliti memperoleh ataupun menggali data, baik data primer maupun data sekunder. Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan pada penelitian ini adalah:

1. Wawancara Terstruktur

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan. Dalam pandangan Stedward wawancara adalah “pertemuan antara periset dan responden dimana jawaban responden akan menjadi data mentah”. Dalam hal ini, peneliti menggunakan wawancara terstruktur, di mana seorang pewawancara menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan untuk mencari jawaban atas hipotesis yang disusun dengan ketat.¹⁹

2. Dokumentasi dan kepustakaan

Dokumentasi adalah mencari dan mengumpulkan data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen, rapat,

¹⁹ <https://eprints.uny.ac.id/9785/3/Bab%203%20-%2005101241004.pdf>

agendadan sebagainya. Dokumentasi pada penelitian ini digunakan untuk mendapatkan data sekunder sebagai pelengkap data primer dengan cara mempelajari dan menganalisis buku-buku. Sedangkan tinjauan ke pustakaan dalam penelitian ini digunakan sebagai data penunjang penelitian yang berkaitan dengan topik yang sedang diteliti penulis.

6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat di ceritakan kepada orang lain.

Menurut Miles dan Huberman dalam Haris Herdiansyah ada empat tahapan yang harus dilakukan pada saat analisis data diantaranya:

1. Tahap pengumpulan data: idealnya pengumpulan data sudah dilakukan ketika penelitian masih berupa konsep atau draft.
2. Tahap Reduksi: Proses penggabungan dan penyeragaman segala bentuk tulisan (*script*) yang akan dianalisis.
3. Tahap Display: Pengolahan data setengah jadi yang sudah seragam dalam bentuk tulisan dan sudah memiliki alur tema yang jelas kedalam suatu matriks kategorisasi sesuai tema-tema yang sudah dikelompokkan dan dikategorisasikan.
4. Tahap penarikan kesimpulan atau tahap verifikasi data.

BAB EMPAT

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. pemahaman mahasiswa UIN Ar-raniri terhadap *black campaign*

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap mahasiswa/I universitas islam negeri ar-raniry berikut pemahaman mereka mengenai, apa itu *black campaign*?

1. Berdasarkan pemahaman Rafika Ayu Shopya mahasiswi bimbingan konseling mengatakan bahwasanya *black campaign* itu adalah sebagai berikut: “bagi saya *black campaign* itu adalah cara seseorang dalam merebut kuasa secara haram dalam artian caranyakan banyak terutama cara fitnah ya fitnah itukan dosa jadi artinya bersalah. Oleh karenanya *black campaign* itu adalah cara-cara perebutan kekuasaan yang salah.”²⁰
2. Berdasarkan pemahaman Rindiyani Yunita mahasiswi DIII Perbankan syariah mengatakan bahwasanya *black campaign* itu adalah sebagai berikut: “bagi saya *black campaign* itu adalah pemahaman seorang yang sudah tidak punya jalan lagi dalam hal perebutan kekuasaan, mengapa saya katakana demikian, jika mereka masih dapat berpikir secara jernih pastinya mereka akan menempuh jalan menuju kekuasaan itu secara baik pula. Nah namun jika itu sebaliknya berarti mereka sudah kehilangan akal sehat mereka dan itu dilakukan oleh orang-orang yang putus asa.”²¹
3. Berdasarkan pemahaman Zopie Sundari mahasiswi Sains Dan Teknologi Jurusan S1 Biologi mengatakan bahwasanya *black campaign* itu adalah

²⁰ Hasil wawancara dengan rafika Ayu shopya pada tanggal 28 mei 2019

²¹ Hasil wawancara dengan rindi tyani yunita pada tanggal 28 mei 2019

sebagai berikut: bagi saya black campaign itu adalah suatu perilaku seseorang yang mana orang ini melakukan semua gerak-gerik penjatuhan yang terstruktur, misal mereka ingin menjatuhkan si A maka mereka akan berkompromi dulu untuk menjatuhkan si A tersebut. Dalam hal lain *black campaign* ini adalah struktur kejahatan terencana.²²

4. Berdasarkan pemahaman sitiana dan syahraini mahasiswi fakultas ilmu sosial dan ilmu pemerintahan, jurusan ilmu politik mengatakan bahwasanya *black campaign* itu adalah sebagai berikut: sitiana mengatakan bahwasanya *black campaign* adalah strategi pencitraan yang menjatuhkan orang dengan cara yang salah, seperti fitnah, pembodohan politik, dan money politic. Sedangkan syahraini mengatakan strategi yang salah dalam merenut kekuasaan, karena dengan adanya *black campaign* masyarakat menjadi sasarannya, misal ada hoax yang mengatakan si A koruptor maka masyarakat akan bingung antara iya atau tidak.²³
5. Berdasarkan pemahaman jumar mahasiswi sosiologi agama fakultas Usuluddin, mengatakan bahwasanya *black campaign* itu adalah perilaku menyimpang yang dilakukan oleh seseorang yang beralih dari kaidahnya masing-masing.²⁴
6. Berdasarkan pemahaman Megawati mahasiswi Bahasa Arab fakultas tarbiyah, mengatakan bahwasanya black campaign itu adalah pemikiran

²² Hasil wawancara dengan Zopie sundari pada tanggal 28 mei 2019

²³ Hasil wawancara dengan sitiana pada tanggal 28 mei 2019

²⁴ Hasil wawancara dengan jumar pada tanggal 28 mei 2019

seseorang yang masuk ke ranah yang kotor, baik itu yang telah di lakukan maupun yang tidak di lakukan.²⁵

7. Berdasarkan pemahaman zulia harianti mahasiswi dakwah fakultas sains dan teknologi, mengatakan bahwasanya black campaign itu adalah cara-cara yang salah dan menyimpang dari kaidah yang berlaku, sehingga menciptakan bentuk-bentuk perilaku yang menyimpang serta adanya kondisi-kondisi yang kurang baik di dalam berkampanye.²⁶
8. Berdasarkan pemahaman ira nanda dan anisa, mahasiswi mengatakan bahwasannya black campaign adalah cara-cara salah yang di lakukan seseorang untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan termasuk kekuasaan itu sendiri.²⁷
9. M.riski dan awalluddin black campaign adalah cara dalam meebut kekuasaan yang mana cara ini telah melenceng dari kaidah kebenaran. Mengapa dikatakan demikian hal ini disebabkan oleh pemikiran yang kotor sehingga menciptakan produk politik yang kotor pula.²⁸

B. Media Black Campaign

Media sosial merupakan bentuk dari media baru (New Media) atau lebih sering disebut sebagai media konvergensi. Dengan keberadaan media sosial sebagai media baru. Media sosial adalah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog,

²⁵ Hasil wawancara dengan megawati pada tanggal 29 mei 2019

²⁶ Hasil wawancara dengan zulia harianti pada tanggal 29 mei 2019

²⁷ Hasil wawancara dengan ira nanda dan anisa pada tanggal 29 mei 2019

²⁸ Hasil wawancara dengan m.riski dan awalluddin pada tanggal 29 mei 2019

jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content”.

Komunikasi melalui media sosial dalam berbagai format memiliki ciri khusus yang membedakan dari proses komunikasi konvensional. Sedangkan, Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain Facebook, Myspace, dan Twitter. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Media sosial mempunyai ciri-ciri, yaitu sebagai berikut:

- a. Pesan yang di sampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa banyak orang contohnya internet
- b. Pesan yang di sampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu Gatekeeper
- c. Pesan yang di sampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya

d. Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi

C. Macam-macam media sosial

Berikut ini macam-macam media sosial yang di gunakan oleh informan:

1. WhatsApp

WhatsApp merupakan aplikasi sosial media yang terkoneksi langsung dengan nomor mobile phone yang digunakan. Aplikasi chat gratis ini memiliki fitur yang sangat simple, selain juga dapat digunakan untuk berkirim pesan, sekarang WhatsApp juga mampu mengirim voice record dan juga menelepon. Tampilannya yang simple membuat aplikasi ini menjadi favorit orang-orang karena tidak membebani memori handphone. Diketahui pengguna WhatsApp di Indonesia mencapai angka 34 juta pengguna.

2. Line

Sama halnya dengan WhatsApp, sosial media asal Jepang ini juga merupakan aplikasi sosial media yang digunakan untuk chatting dengan teman, tentunya secara gratis juga. Juga bisa digunakan untuk melakukan panggilan telepon, Line juga dilengkapi dengan kumpulan stiker lucu agar pengguna betah menggunakan aplikasi ini. Selain itu juga ada fitur seperti timeline dimana penggunanya dapat mengshare statusnya supaya dibaca oleh teman-temannya. Dengan segala fitur menarik yang disediakan oleh Line, sebanyak 10 juta orang tercatat telah menggunakan aplikasi ini.

3. Instagram

Sosial media populer ini biasa digunakan oleh orang untuk mengabadikan momen-momen berharga dari hidupnya. Pada awalnya hanya pengguna ios saja

yang dapat menggunakan instagram, namun karena ternyata banyaknya peminat aplikasi ini akhirnya instagrampun dirilis untuk versi android dan juga windows phone. Dengan demikian semakin membuat pengguna instagram semakin banyak. Diketahui bahwa pengguna instagram saat ini telah mencapai lebih dari 30 juta pengguna.

4. Facebook

Merupakan sosial media milik seorang pria asal Amerika Mark Zuckerberg ini menjadi sosial yang paling populer di Indonesia. Facebook yang merupakan situs jejaring sosial berbasis web ini diciptakan dengan tujuan agar orang dapat mencari teman atau keluarga yang jarang kita temui. Meskipun merupakan jejaring sosial berbasis web, namun seiring berkembangnya teknologi dan banyaknya pengguna, kini facebook juga dapat digunakan di mobile phone. Sebanyak 65 juta orang yang menggunakan facebook saat ini.²⁹

D. Macam-macam media cetak

1. Koran

Koran adalah sebuah sarana sarana penting dari komunikasi massa dimana media ini dapat meraih setiap sudut daerah dimana media elektronik tidak dapat mencapainya. Koran memainkan peranan penting sebagai penyedia informasi pertama, membangun opini, memperbarui pengetahuan para pembaca, dan menyediakan sarana promosi bagi para bagipara penyedia produk.

²⁹<http://www.tahupedia.com/content/show/789/10-Sosial-Media-Paling-Banyak-Digunakan-Di-Indonesia>

2. Fungsi dari Koran

Sebuah koran dapat menjadi sarana komunikasi untuk berbagai topik seperti politik, sosial, hiburan, keuangan, saham, dan sebagainya. Selain topik-topik yang “berat”, koran juga dapat menyajikan sarana pengisi waktu senggang seperti TTS, Sudoku, puzzle, kartun, review film, dan lain-lain.³⁰

E. Macam-macam media online

Online media adalah media atau saluran komunikasi yang tersaji secara online di situs web (website) internet. Media online adalah media yang berhubungan dengan media massa yang sering kita sebut dengan dunia maya, tidak hanya di dunia maya, media online bisa di lihat di media massa seperti contoh : radio, sponsor, iklan, berita, dll. Media online adalah media yang sangat praktis untuk sistim kerja atau sistim cari uang bahkan jauh lebih praktis untuk mendapatkan sebuah uang yang bernilai us dollar.

1. Radio

Radio adalah media interaksi yang pertama di ciptakan dan penciptanya adalah amstrong pada tanggal *18 desember 1890 di new york city*, radio di ciptakan hanya menciptakan suara saja, berbeda dengan televisi yang memberikan hasil gambar dan suara. Dari sini kita bisa menyimpulkan bahwa iklan bisa kita muat di berbagai media termasuk radio. Jasa iklan di radio mengeluarkan biaya cukup murah dari iklan televisi akan tetapi sehubungan dengan perkembangan

³⁰ <https://www.kaskus.co.id/thread/575ad8969e740428448b456b/9-jenis-media-cetak-yang-berkembang-di-masyarakat/>

zaman penggemar iklan radio sudah mengurang, dikarenakan sudah kurang praktis dan kalah dengan media yang lain.

2. Televisi

Televisi adalah media kedua yang bisa menampung iklan dalam jumlah yang sangat banyak, televisi bisa menampung iklan cukup besar dengan syarat harga iklan lumayan mahal, mahalnya iklan televisi dikarenakan iklan televisi mengeluarkan cukup banyak waktu untuk pembuatannya pengiklanannya juga harus bergantian dengan iklan” yang lain, maka dari itu iklan televisi maksimal berdurasi 1 menit

Pada pemilihan presiden dan wakil presiden 2019 ini berdasar hasil wawancara peneliti dengan informan di temukan berbagai media sosial yang digunakan calon presiden dan wakil presiden untuk berkampanye yaitu sebagai berikut:

Table 2: media sosial yang di gunakan informan

No	Nama Informan	Media Sosial Yang Digunakan	Sumber Informasi Kampanye
1	Rindiyani Yunita	Whatsapp, Line, Facebook	Internet, Grup Whatsapp, Televisi
2	Sitiana	Whatsapp, Line, Instagram.	Instagram, Internet Dan Televisi
3	Syahraini	Whatsapp, Line, Instagram	Internet Surat Kabar, You Tobe
4	Rafika Ayu Shopya	Whatsapp, Instagram, Facebook	Whatsapp, Instagram, Televisi
5	Jumar	Whatsapp, Line, Instagram, Facebook.	Instagram Dan Internet
6	Megawati	Whatsapp, Dan Instagram	Instagram, Whatsapp, Koran,
7	Alviaturrahmi	Whatsapp, Dan Instagram	Grup Whatsapp, Dan Instagram
8	Zopie Sundari	Whatsapp, Line, Instagram Dan Facebook	Koran Dan Kip

9	Ira Nanda	Whatsapp Dan Instagram	Intagram
10	M Riski	Whatsapp Dan Intagram	Kip Dan Media IQ
11	Awalluddin	Whatsapp Dan Intagram	Koran,Televise Dan Berita Online
15	Zulia Hardianti	Whatsapp,Instagram Dan You Tube	Instagram Dan Televise
16	M. Umar	Whatsapp Dan Instagram	Instagram
17	Angga Pratama	Whatsapp Dan Instagram	Instagram
18	M. Sidik	Whatsapp Dan Line	Instagram
19	Gupran Ishak	Whatsapp Dan Instagram	Kip Dan Instagram

Sumber: Hasil Wawancara

F. Pengaruh *Black Campaign* Terhadap Perilaku Pemilih Pemula

Dengan di temukannya *black campaign* yang terjadi di kalangan mahasiswa, hal ini tentu sangat mempengaruhi jalan pikir mahasiswa UIN ar-raniry terutama pemilih pemula untuk menentukan pilihannya pada pemilihan presiden 2019 ini. Hal ini dapat kita lihat dari hasil wawancara yang di lakukan peneliti pada 19 informan yang keseluruhannya merupakan pemilih pemula. Berikut pengaruh *black campaign* terhadap perilaku pemilih pemula:

1. Rindi yani yunita, saya tidak akan memilih Joko Widodododo karena dari banyak hal saya melihat banyak sekali sisi kurangnya, contoh beliau tidak pandai bahasa inggris sedangkan pak Prabowo sangat mahir dalam bahasa inggris bahkan tanpa konsep.
2. Rafika ayu shopya, saya tidak akan melilih Joko Widodododo saya memilih pak Prabowo karna dari yang saya lihat pak Joko Widodo terlalu pilih kasih, misal orang viral di media sosial di panggil ke istana

sedangkan yang pandai tidak di undang ke istana. Saya memilih pak Prabowo karan dia sangat tegas.

3. Megawati, saya jika di suruh memilih akan mermilih pak prabowo karna Sangat baik,meski belum menjabat sebagai presiden mereka sudah paham apa-apa saja yang akan dikembangkan di kemudian hari untuk Indonesia.Dan saya kurang suka dengan pak Joko Widodo karena, pemikirannya agak dangkal banyak data-data Negara yang tidak meraka pahami padahal mereka yang sedang berkecibung di dalam ranah pemerintahan
4. Sitiana, Menurut saya tidak cocok lagi menjabat sebagai presiden dan wakil presiden, karena kita sudah liat selama Joko Widodo menjabat tidak ada perubahan, banyaknya utang keluar ngeri, bebasnya penusaha asing di pribumi. Ma'ruf amin tidak cocok jadi pemimpin cocoknya di dalam kaum ulama. Kalau prabowo orannya dictator ingin menang sendiri namun keinginnya untuk Negara sesuai dengan prinsip ideologinya untuk membangun bangsa. Sandi kita sudah lihat bahwa jasanya untuk memimpin bisa memajukan Negara.
5. Awalludin Baik, relevan, penuh program namun jika kita kaji kembali melihat apa yang terjadi di Indonesia, alangkah baiknya kita coba yang lain untuk menjadi presiden.
6. Jumar, saya mendengar dari temab-teman saya katanya jika kita memilih pak Joko Widodo maka Indonesia kan di kuasai oleh cina, jadi saya

rasanya enggan untuk memilih beliau karna beliau juga banyak sekali janji-janji yang tidak mampu di tepati.

7. Meisi , saya ada melihat sebaran iklan yang berisikan pilih prabowo maka Indonesia akian aman dari gangguan luar, jadio saya rasa memang harusnya kita memilih pak prabowo karena beliau dari angkatan meliter serta tegas dalam segala hal, sedangkan pak Joko Widodo bagi saya kurang bisa menjaga Indonesia buktinya banyak pekerja cina yang ada di Indonesia yang saya lihat di sebaran iklan
8. Gupran ishak, bagi saya baiknya kita pilih prabowo karna dari berita-berita yang kita lihat prabowo sangat tegas dan memiliki mimpi untuk membawa Indonesia kea rah yang lebih baik, sedangkan pak Joko Widodo hanya kebanyakan janji-janji saja coba kita lihat lagi janji-janjinya yang pernah masuk di surat kabar salah satunya janji akan mengurangi engangguran namun nyatanya bagaimana? Malah pengangguran terus meningkat.
9. Angga pratama, saya sangat suka pada pak prabowo karna beliau tegas disiplin dan sangat berwibawa, dan jika pak Joko Widodo saya bukan tidak suka namun kurang suka karena beliau agak kurang tegas alias plin-plan, yang man kita lihat bnyaknya pekerja cina serta hasil alam kita yag terus terkras oleh luar.
10. M. umar , saya pernah melihat baliho di sawah blang bintang yang tertulis mari pilih no 01, da nada juga melihat pak Joko Widodo di lanmgugop merangkul ulama aceh, nah namun pada yang saya lihat di instagram beliau malah seolah tidak pandai dalam hal agama misal pembacaan

alfatiha menjadi alfateka, jadi saya ragu untuk menentukan pilihan saya ke pak Joko Widodo dan malah saya sangat suka dengan pak Prabowo karena beliau di Instagram sangat akrab dengan Ustad Abdul Somad.

G. Persepsi Mahasiswa UIN Ar-Raniry Terhadap Pengaruh *Black Campaign* di Media Sosial

1. Rindi Yani Yunita, saya pernah mendapatkan video dari grup WhatsApp yang berisikan tentang bagaimana pak Joko Widodo dalam berbahasa Inggris itu sangat buruk sekali, menggunakan teks dan bacaannya pun masih banyak yang salah. Sehingga jika dia naik lagi ke bangku pemerintahan rasanya sulit bagi saya menentukan pilihan untuk memilih beliau. Karena bagaimana dia ingin membangkitkan Indonesia kalau bahas asingnya saja kacau seperti itu, ketika kita jika ingin membangun misal dari segi ekonomi harus bisa berbahasa asing agar orang luar negeri mau bergabung dengan Indonesia.
2. Megawati saya melihat informasi kampanye di Instagram dan ketika itu saya melihat pak Joko Widodo dan Ma'ruf Amin dalam potongan debat capres dan cawapres sehingga membuat saya rasanya enggan memilih mereka pada pemilihan presiden tahun 2019, karena dari cara debatnya saja kita sudah ragu bagaimana nanti ketika mereka sudah menjabat untuk ke-2 kalinya (Joko Widodo). Sedangkan dari sisi pak Prabowo dan Sandi A.G. Uno mereka yang mungkin bisa memimpin Indonesia di tahun yang akan datang dari cara mereka berdebat sudah

sangat kelihatan bagaimana mereka mempersiapkan diri untuk masa depan.

3. Rafika ayu shopya, saya pernah mendapatkan gambar-gambar Joko Widodo yang lucu-lu dan di beri tulisan enak zaman ku to oleh teman saya, dan saya juga memposting apa yang saya dapat itu di media sosial saya (whatsapp), dan banyak juga yang memasukkan video-vidio lucu pak Joko Widodo di grup whatsapp seperti beliau yang tidak pandai mengucapkan Al-Fatiha sehingga membuat saya tidak yakin bahwa dia itu adalah islam. Dan jika di lihat dari pasangan calonnya Amin ma'ruf ini mereka adalah satu kesatuan orang yang bagi saya sudah cocok pension dari dunia pemerintahan, karena sudah tua dan tidak pandai dalam urusan Negara karna dari video tadi saja sudah membuat kita yakin bahwa mereka tidak cocok lagi menjabat di pemerintahan, sedangkan pak prabowo meski dia juga sudah tua tapi karismanya dan kewibawaanya masih meyakinkan kita untuk memilihnya bisa kita lihat di televisi ketika beliau berpidato sangat gagah dan tegas sekali.
4. Sitiana, Menurut saya Joko Widodododo tidak cocok lagi menjabat sebagai presiden dan wakil presiden, karena kita sudah liat selama Joko Widodo menjabat tidak ada perubahan, banyaknya utang keluar negeri, bebasnya penusaha asing di pribumi. Ma'ruf amin tidak cocok jadi pemimpin cocoknya di dalam kaum ulama. Mengapa saya katakana demikian karna dari media sosial yang saya lihat kinerja pak Joko Widodo pada saat menjabat sangat jauh dari kata baik, Kalau prabowo orannya

dictator ingin menang sendiri namun keinginnya untuk Negara sesuai dengan prinsip ideologinya untuk membangun bangsa. Sandi kita sudah lihat bahwa jasanya untuk memimpin bisa memajukan Negara.

5. Zopie sundari Menurut saya mereka berjuang lebih menarik warga kurang mampu dan umat islam, mengapasaya bilang begitu kita liat dari pilkada tahun 2014 yang mana dia merangkul para ulama di Aceh. Sbagi saya pasangan no urut 02 karna mereka lebih maju dalam hal berpikir meski mereka bagi saya kurang sering muncul di tv seperti Joko Widodo. Semua itu saya dapat di whatsapp, internet, yang paling sering di insyagram. Saya no coment jika ada berita tidak baik dari kedua belah pihak karna itu mengganggu pikiran saya.
6. m. umar, saya sering menerima video-video pak Joko Widodo yang ada di bagikan di grup Whatsapp, dan pada saat saya melihatnya saya ketawa dan mersa pak Joko Widodo ini memang tidak mampu menjadi presiden karena ketika ada orang yang viral dia gabuk (ingin tau) namun ada orang yang mampu menghidupkan listrik dari daun kedondong di lirik pu tidak kan salah satu kebodohan yang terlihat.
7. angga pratama, saya ada menerima gambar dan juga bahan bacaan di grup whatsapp yang berisikan video bapak Joko Widodo pidato bahasa inggris di australia yang sangat memalukan karna tidak pandai mengucapkan bahasa inggris meski di beri konsep. Dan setelah saya menerima video itu saya mempostingnya di status whatsapp saya dan banyak juga yang mengatakan kebodohan-kebodohan pak Joko Widodo yang lainnya

8. m sidik, saya pernah melihat sekilas waktu pak Joko Widodo dan pak prabowo berdebat di instagram dan pada saat itu vidionya sudah di bubuhi kata-kata lucu “mode getar” dan sontak saya memikirkan bahwa memang pak Joko Widodo dan ma’ruf amin ini sudah tidak layak jadi presiden
9. gupran ishak , saya ada melihat video pak Joko Widodo di you tube yang mana pada saat ini ada raisa yang sedang dalam suatu acara, saya merasa pak Joko Widodo sudah tidak ada kewibawaan pada saat itu karena bnyak juga yang coment bahwa apa unguin seorang presiden seperti itu, dan pada saat itu saya jika di suruh memilih pak Joko Widodo lebih baik saya golongan putih (golput).

H. Bentuk-Bentuk *Black Campaign*

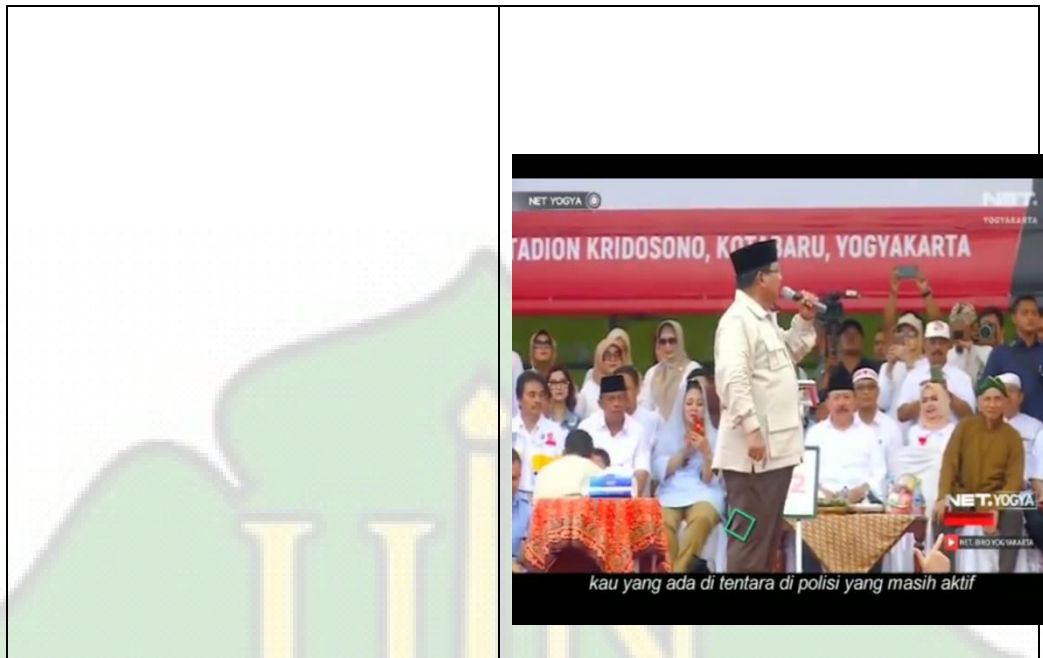
Table gambar 1

Gambar yang pernah di terima	Gambar yang pernah di posting
	

JANJI KAMPANYE JOKOWI	FAKTANYA
1. Buy Back Indosat	➔ Bohong
2. Tidak Bagi2 Kekuasaan	➔ Bohong
3. Tidak Menaikan BBM	➔ Bohong
4. Tidak Import Pangan	➔ Bohong
5. Ciptakan Mobil Nasional	➔ Bohong
6. Persulit Investasi Asing	➔ Bohong
7. Tidak Mencabut Subsidi	➔ Bohong
8. Tidak Akan Hutang Lagi	➔ Bohong
9. Stop Mobil Murah	➔ Bohong
10. Ciptakan 10 juta Lapangan Kerja Baru	➔ BETUL

TAPI BUAT IMIGRAN CINA





Sumber:

hasil

wawancara



BAB V

PENUTUP

Berdasarkan pembahasan dan analisis pada bab-bab sebelumnya, maka dalam bab lima ini akan di ambil kesimpulan dan rekomendasi sebagai berikut:.

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan Dengan maraknya perkembangan *black campaign* yang di terima mahasiswa universitas islam negeri Ar-raniry melalui media sosial, sangat berpengaruh pada pola pikir pemilih pemula dalam menentukan hak pilih mereka pada pemilihan presiden tahun 2019. *Black campaign* bukan hanya berpengaruh dalam penentuan hak pilih namun juga dalam pembentukan perilaku pemilih pemula dalam bertindak di media sosial pribadi mereka, mulai dari penyebaran, hingga adanya perilaku penolakan masal terhadap calon yang sedang ikut dalam pemilihan presiden ini.

Black campaign yang dilakukan oleh actor-aktor politik dianggap masuk di kalangan mahasiswa universitas islam negeri Ar-Raniry dikarenakan keuntungan yang di tawarkan, karena pada dasarnya pemilih pemula adalah pemilih yang sangat aktif dalam mengambil peran mereka dikarenakan mereka yang masih dihadapkan dengan rasa penasaran yang cuup tinggi akan hal baru termasuk pemilihan presiden dan wakil presiden tahun 2019.

Dengan sangat mudahnya media sosial di akses dan dimiliki oleh bnayak kalangan menyebabkan *black campaign* sangat mudah di posting di media sosial

siapa saja termasuk pemilih pemula, hal inilah yang dilakukan oleh kalangan pemilih pemula UIN Ar-raniry pada saat akan menjelang pemilihan umum, bukan hanya itu saja grup whatsapp, instagram, line hingga Koran menjadi sarana informasi yang digunakan oleh kalangan pemilih pemula, sehingga peluncuran black campaign juga sering bermunculan di media tersebut.

B. Saran

Adapun saran-saran yang ingin di ajukan oleh penulis adalah ditunjukkan kepada berbagai pihak yang terkait dalm penelitian ini yaitu:

Di harapkan kepada pihak-pihak penyelenggara pemilihan umum, agar terus mengawasi para pemilih pemula agar tidak terjadi penyebaran Black campign yang terus merusak pola pikir mereka dalam hal menyuarakan hak pilih. Untuk media masa di harapkan untuk netral dalam pemberitaan dan tidak melanggar deologi dank ode etik jurnalistik media .serta adanya pembatasan penggunaan media bagi mereka yang masih di bawah.

Di sarankan ke semua pihak agar sama-sama melakukan pengawasan pemilu baik itu dari saat berkampanye ataupun setelah di lakukannya pemungutan suara, karena hal ini sangat berpengaruh pada bnyak hal, baik dari segi actor yang tengah berperan dalam politik maupun masyarakat yang akan mengambil bagian dalam politik tersebut

DAFTAR PUSTAKA

Buku Bacaan:

Damsar. Pengantar Sosiologi Politik. Jakarta. kencana prenatal media group. 2010.

Canggara Hafied. Komunikasi Politik. Edisi revisi. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada. 2009.

Harmen Batubara. Strategi Suntzu Memenangkan Pilkada. Bandung. wilayah perbatasan 2015.

Moh. Nazir. Metodologi Penelitian. Jakarta. Ghalia Indonesia. 2003.

Rusdi Pohan. Metodologi Penelitian. Aceh. Ar-Rigal Institut. 2007.

Schroder, peter, Strategi Politik. Indonesia. friedrich-Naumann-Stiftung.

Jurnal penelitian:

Ade Tuti Turistiati, "Fenomena *Black Campaign* Pada Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2015". *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, Volume VIII, Nomor 02, September 2016.

Alfred B. David Dodu, Penerapan Regulasi Politik Kampanye Hitam Studi Kasus Pada Pilkada Kabupaten Banggai Tahun 2015, Vol. 2, No. 1, Maret 2017.

Asas Putra, Dian Ayu Patmaningrum, Pengaruh You Tube Di *Smartphone* Terhadap Perkembangan Komunikasi Interpersonal Anak, *Jurnal Penelitian Komunikasi*, Vol 21, No.2, Desember 2018

Bagus Edi Prayogo, "Penanggulangan Kampanye Hitam Sebagai Hambatan Demokrasi di Era Disrupsi Teknologi Informasi dengan Sinergitas Bawaslu, Menkominfo, dan Tim Cyber POLRI". Seminar Nasional Hukum Universitas Negeri Semarang, Vol 4 no 3 tahun 2018.

Diana, Adam Idris, dan Achmad Djumlani "Sikap Pemilih Pemula Terhadap Calon Legislatif Partai Politik Ditinjau dari Karakteristik Sosial (Studi Kasus Tingkat SMA di Samarinda)". *Jurnal Administrative Reform*, Vol.2, No. 2, Tahun 2014.

H. Basuki Rachmat dan Esther, "Perilaku Pemilih Pemula Pada Pilkada Serentak di Kecamatan Ciomas Kabupaten Serang Tahun 2015", *Jurnal Ilmu Pemerintahan Widyaoraja*, Vol XIII No. 2, Tahun 2017.

Loina Lalolo Krina Perangin-Angin, Munawaroh Zainal, "Partisipasi Politik Pemilih Pemula Dalam Bingkai Jejaring Sosial Di Media Sosial". *Jurnal ASPIKOM*, Vol 3, No 4, Januari 2018.

Markus Utomo Sukendar, "Pemilih Presiden, Media Sosial dan Pendidikan Politik Bagi Pemilih Pemula". *Jurnal Ikon Prodi D3 Komunikasi Massa-Politeknik Indonusa Surakarta*, Vol 1, No. 5, Juni 2017.

Mulawarman, Aldila Dyas Nurfitri, "Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan", <https://jurnal.ugm.ac.id/buletinpsikologi>, Vol. 25, No. 1 2017.

Rima Umaimah, *transpormasi*, Konsep Skinner Tentang Pembentukan Perilaku Pada Pendidikan Anak Usia Dini (Studi Terhadap TK Al Tarmasi Pacitan) *Jurnal Agama Islam*, Vol 10, No. 01, 2017.

.Widan Nasution *Jurnal Intelejen.Net Verba Volant Scripta Manent* diakses 5 Juli 2019 dari situs <https://jurnalintelijen.net/2018/02/21/maraknya-black-campaign>.

Tantri Puspita Dan Ridwan, “Proses Persepsi Diri Mahasiswa Dalam Berbusana Muslimah”, *Jurnal Pemikiran Islam*. Vol.41 No.2 Desember 2017.

Skripsi:

Anindita Lintang Pakuningjati, “Pengelolaan Media Sosial Dalam Mewujudkan *Good Governance*” (Skripsi yang dipublikasikan), Fakultas Ilmu sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada, 2015.

Dian Maulita, “Pelaksanaan Syariat Islam Dalam Penanggulangan *Maisir* Di Kabupaten Pidie” (skripsi yang dipublikasikan), Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, UIN Ar-Raniry, Banda Aceh, 2016.

Dyah Sari Rasyidah, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Jenis-Jenis Media Sosial Terhadap Intensitas Belajar PAI Siswa Kelas VIII di SMP N 3 Karangdowo Kalimantan tengah Tahun Ajaran 2016/2017” (skripsi yang dipublikasikan), Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2017.

La Januru, Analisis Wacana Black Campaign (Kampanye Hitam) pada Pilpres Tahun 2014 di Media Kompas, Jawa Pos dan Kedaulatan Rakyat, (Skripsi yang dipublikasikan) Magister Ilmu Pemerintahan, Universitas Muhammadiyah, Jogjakarta.

Lilian Oktaviani, “Pengaruh Kampanye Hitam Melalui Media Massa Terhadap Pilihan Pemilih Pemula Pada Pilpres 2014” (Skripsi Yang Dipublikasikan), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung, Bandar Lampung, 2015.

Reza Maulana Alamsyah Prahastiwi Utari, Pengaruh *Black Campaign* Pada Pemilih Pemula, (Skripsi yang dipublikasikan), Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik, Universitas Sebelas Maret.

Siti Melisa Indahti Siregar “Media Online Dan Kebutuhan Informasi” (Skripsi yang dipublikasikan), Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara.

Makalah

Affrida Zulfiana, “ *Jenis-Jenis Media Pembelajaran*”, (makalah yang dipublikasikan), Fakultas Agama Islam, Program Studi Pendidikan Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum.

Peraturan Komisi Umum Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2019 Tentang Pemungutan Suara dan Perhitungan Suara dalam Pemilihan Umum.

Nama-Nama Narasumber/ Informan
Lampiran Nama-Nama Informan :

Nama Sitiana . Mahasiswi Ilmu Sosial Dan Ilmu Pemerintahan. Jurusan Ilmu Politik. UIN Ar-Raniry Banda Aceh. 08 Juli 2019.

Megawati. Mahasiswi Bahasa Arab, Fakultas Tarbiyah. UIN Ar-Raniry, Banda Aceh. 08 Juli 2019.

Jumar. Mahasiswi Sosiologi Agama. Fakultas Usuluddin. UIN Ar-Raniry Banda Aceh. 08 Juli 2019.

M. Sidik. Mahasiswa Magement Dakwah. Fakultas Dakwah dan komunikasi. UIN Ar-Raniry Banda Aceh. 08 Juli 2019.

Angga Pratama. Mahasiswa Pendidikan Agama Islam. Fakultas Tarbiyah. UIN Ar-Raniry Banda Aceh. 08 Juli 2019.

Awaluddin, Mahasiswa Ilmu Politik. Ilmu Sosial Dan Ilmu Pemerintahan. UIN Ar-Raniry Banda Aceh. 08 Juli 2019.

Zulia Harianti. Mahasiswi Bahasa Inggris. Fakultas Tarbiyah. UIN Ar-Raniry Banda Aceh. 08 Juli 2019,

Ira Nanda. Mahasiswi Kimia. Fakultas Tarbiyah. UIN Ar-Raniry Banda Aceh. 08 Juli 2019.

Rindiyani Yunita. Mahasiswi DIII Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. UIN Ar-Raniry Banda Aceh. 08 Juli 2019.

Syahraini. Mahasiswa S1 Ilmu Politik. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan. UIN Ar-Raniry Banda Aceh. 08 Juli 2019

Irfan Hamidi. Arsitektur. UIN Ar-Raniry Banda Aceh. 08 Juli 2019.

Zopie Sundari. Mahasiswi Jurusan S1 Biologi. Fakultas Sains Dan Teknologi. UIN Ar-Raniry Banda Aceh. 08 Juli 2019.

Alviaturrahmi. Magement Dakwah. Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, Banda Aceh. 08 Juli 2019