

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Kampanye hitam merupakan bentuk praktik komunikasi politik di mana pihak-aktor berusaha menjatuhkan lawan melalui penyebaran informasi negatif, fitnah, atau tuduhan yang tidak dapat diverifikasi. Ahmad menjelaskan bahwa kampanye hitam (*black campaign*) merupakan metode kampanye yang dilakukan dengan menyebarkan informasi mengenai seorang calon yang berkaitan dengan aspek-aspek pribadi atau isu lain yang diarahkan kepada publik. Informasi tersebut umumnya tidak dapat diverifikasi, bahkan sering kali tidak sesuai dengan fakta yang sebenarnya.¹ Kampanye hitam merupakan salah satu strategi kampanye yang dalam terminologi politik dan PEMILU diterjemahkan dari istilah bahasa Inggris *black campaign*, yang membawa makna berkampanye dengan cara buruk atau jahat. Kampanye ini sering memanfaatkan isu pribadi atau non-kebijakan untuk merusak reputasi lawan secara publik.

Sejarah kampanye hitam dapat ditelusuri dari praktik *negative campaigning* yang telah muncul sejak era politik kuno. Haselmayer mencatat bahwa bentuk awal kampanye negatif telah terjadi pada tahun 64 sebelum masehi (SM) ketika para aktor politik menggunakan pesan-pesan bernuansa skandal, kriminalitas, dan korupsi untuk menjatuhkan lawan politik mereka, sebuah tradisi yang kemudian

¹ Ahmad. *Pengaruh Kampanye Hitam pada Pilpres 2019 Melalui Media Sosial terhadap Kaum Millenial di Desa Tumbukan Banyu Kabupaten Hulu Sungai Selatan* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Antasari, 2023), hlm. 21.

berkembang dalam sejarah elektoral modern, termasuk pada pemilihan presiden Amerika Serikat awal abad ke-19 ketika John Adams dan Thomas Jefferson saling menyerang melalui pamflet dan surat kabar anonim.² Seiring berkembangnya demokrasi modern, strategi ini semakin kerap digunakan karena dianggap efektif menarik perhatian publik melalui bias negatif dan informasi bernada serangan personal lebih mudah diingat dibandingkan pesan berbasis kebijakan. Perkembangan serupa juga terjadi di Indonesia, di mana kampanye hitam mulai menonjol sejak pemilihan umum pascareformasi ketika ruang kebebasan berekspresi semakin terbuka dan persaingan antar-elit politik menjadi lebih kompetitif.

Fenomena kampanye hitam mencapai salah satu puncaknya pada PEMILU Presiden 2014, yakni ketika Joko Widodo pada PEMILU Presiden 2014 mendapat tuduhan terkait identitas agama dan etnis. Sementara itu, Prabowo Subianto terutama disasar dengan isu mengenai rekam jejak pelanggaran HAM masa lalu.³ Fenomena serupa juga terjadi selama gelaran PEMILU 2019 ketika kasus hoaks Ratna Sarumpaet bermula dari penyebaran foto wajah lebam pascaoperasi yang kemudian diklaim sebagai bukti penganiayaan, sehingga dengan cepat memicu simpati sekaligus kemarahan publik di media sosial.⁴ Penyebaran massif narasi palsu ini melalui Facebook dan Twitter sebelum akhirnya terbukti rekayasa

² Martin Haselmayer, “Negative Campaigning and Its Consequences: A Review and a Look Ahead,” *Italian Political Science Review* 50, no. 1 (2020): 1–22, <https://link.springer.com/article/10.1057/s41253-019-00084-8>.

³ Ahmad Budiman, “Kampanye Hitam PEMILU Presiden 2014,” *Info Singkat P3DI DPR RI*, Vol. VI, No. 11/I/Juni/2014, 17–18.

⁴ Oktafiani Herlina, “Penyebaran Hoaks di Media Sosial: Analisis Deskriptif Kualitatif Berita Penganiayaan Ratna Sarumpaet,” *AKRAB: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 2 (Okttober 2019): 47–66, <https://ojs.akrb.ac.id/index.php/AKRAB/article/view/51>.

menunjukkan bagaimana misinformasi dapat dimanfaatkan dan dipolitisasi dalam ekosistem kampanye hitam pada masa PEMILU.

Seiring meningkatnya akses masyarakat terhadap media massa dan terutama media sosial, kampanye hitam menjadi lebih mudah diproduksi dan disebarluaskan, sekaligus semakin sulit dikendalikan. Hal ini tercermin dari temuan Bawaslu pada masa kampanye PEMILU 2024 yang mencatat 204 konten internet melanggar aturan kampanye, termasuk penyebaran fitnah, hoaks, dan serangan personal terhadap peserta PEMILU, sehingga menegaskan bahwa media sosial merupakan titik rawan pelanggaran yang sarat ujaran kebencian dan kampanye hitam.⁵ Kampanye hitam kerap dikemas dalam bentuk meme visual, potongan video, atau narasi viral yang meniru karakteristik informasi faktual, padahal bersifat manipulatif dan tidak terverifikasi. Sofian menunjukkan bagaimana meme dalam Pilkada Jawa Tengah digunakan untuk menyebarkan informasi menyesatkan secara visual.⁶ Meskipun kampanye hitam telah dilarang melalui Undang-Undang No. 7 Tahun 2017 tentang PEMILU. Implementasi sanksinya masih menghadapi kendala, terutama karena sulitnya penelusuran sumber konten digital serta lemahnya literasi digital masyarakat yang membuat mereka mudah mempercayai dan menyebarkan informasi tanpa proses verifikasi.⁷

Meluasnya praktik kampanye hitam di media sosial tidak hanya berdampak pada pengguna internet di perkotaan, tetapi juga menjangkau masyarakat desa yang

⁵ Badan Pengawas Pemilihan Umum (Bawaslu), “Bawaslu Temukan 204 Konten Melanggar Aturan Kampanye,” Antara News, accessed December 3, 2025, <https://www.antaranews.com/berita/3899307/bawaslu-temukan-204->.

⁶ Akhriyadi Sofian, “Demokrasi dan Media Sosial: Konstelasi Politik dalam Kreasi Meme,” *JPW (Jurnal Politik Walisongo)* 2, no. 2 (2020): 21–46. DOI: 10.21580/jpw.v2i2.8067.

⁷ Akhriyadi Sofian, “Demokrasi dan Media Sosial”.

sebelumnya dianggap relatif pasif secara politik digital. Hal ini terlihat di berbagai wilayah perdesaan di Indonesia, termasuk Desa Tunggulsari, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung, yang berada pada kawasan pinggiran kota dengan akses internet yang berkembang pesat.⁸ Akses digital yang semakin terbuka membuat masyarakat desa semakin terhubung dengan dinamika politik nasional dan terpapar berbagai bentuk komunikasi politik di media sosial. Arus informasi kini hadir dalam beragam konten, dari edukatif hingga provokatif, yang dapat mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap isu dan aktor politik.

Namun, di tengah meningkatnya penetrasi internet tersebut, masih terdapat kesenjangan literasi digital yang membuat masyarakat desa lebih rentan terhadap informasi provokatif seperti hoaks dan kampanye hitam. Laporan Indeks Literasi Digital Kominfo 2021 menunjukkan skor nasional hanya 3,49 dari 5, dengan tingkat literasi digital wilayah perdesaan lebih rendah daripada perkotaan.⁹ Kerentanan ini diperkuat oleh temuan Thomas dkk., yang menunjukkan bahwa tanpa pelatihan literasi media, banyak pengguna internet kesulitan membedakan berita palsu, sementara kelompok yang menerima pelatihan tercatat 15,9% lebih mampu mengidentifikasi misinformasi.¹⁰ Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masyarakat desa, termasuk Desa Tunggulsari, menghadapi tantangan signifikan dalam memilah informasi politik di media sosial yang semakin kompleks.

⁸ Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Tulungagung, *Kecamatan Kedungwaru dalam Angka 2023*, (Tulungagung: BPS, 2023), 18–20, <https://tulungagungkab.bps.go.id>.

⁹ Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, *Status Literasi Digital Indonesia 2021*, (Jakarta: Kominfo, 2021), <https://data.komdigi.go.id/publikasi/document/indeks-literasi-digital-2021>.

¹⁰ Pamela Bilo-Thomas, Clark Hogan-Taylor, & Michael Yankoski, “Pilot Study Suggests Online Media Literacy Programming Reduces Belief in False News in Indonesia,” *First Monday* 27, no. 1 (2022).

Pemilihan Desa Tunggulsari sebagai lokus penelitian berangkat dari posisi wilayah ini yang berada dalam provinsi dengan tingkat kerawanan PEMILU tinggi. Data Indeks Kerawanan PEMILU (IKP) yang dirilis Bawaslu menunjukkan bahwa Provinsi Jawa Timur menempati kategori kerawanan tinggi dengan skor 55,32 dan berada pada peringkat ketiga secara nasional, sehingga wilayah-wilayah di dalamnya, termasuk Kabupaten Tulungagung, memiliki potensi besar terhadap maraknya penyebaran kampanye hitam di media sosial selama periode elektoral.¹¹ Kerawanan ini semakin signifikan ketika dikaitkan dengan kondisi literasi digital masyarakat perdesaan; survei Katadata Insight Center (KIC) dan Kementerian Komunikasi dan Informatika pada tahun 2021 mencatat bahwa hanya 49,8% masyarakat desa yang memiliki literasi digital tinggi, lebih rendah dibandingkan masyarakat urban yang mencapai 52,5%.¹² Rendahnya literasi digital tersebut membuat masyarakat desa lebih rentan terhadap misinformasi, hoaks, dan kampanye hitam, sehingga Desa Tunggulsari menjadi lokus yang tepat untuk menelaah bagaimana warga memaknai dan merespons pesan politik manipulatif pada PEMILU 2024.

Di sinilah pentingnya menggali makna konten politik digital dari perspektif masyarakat desa. Penelitian yang dilakukan oleh Febriana dkk., di Desa Bandar Setia, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara, menunjukkan bahwa cara masyarakat desa menafsirkan pesan dan konten politik digital berpengaruh

¹¹ Badan Pengawas Pemilihan Umum Republik Indonesia (Bawaslu RI), *Indeks Kerawanan PEMILU dan Pemilihan Serentak 2024*. Jakarta: Bawaslu RI, Januari 2023. 32–33.

¹² Katadata Insight Center & Kementerian Komunikasi dan Informatika, “Indeks Literasi Digital Berdasarkan Wilayah di Indonesia”, *Katadata*, diakses dari Databoks, <https://databoks.katadata.co.id/index.php/telecommunications/statistik/06e9539fabad3af/indeks-literasi-digital-berdasarkan-wilayah-di-indonesia>.

langsung terhadap kualitas partisipasi politik mereka. Ketika pesan politik diproses secara kritis, warga cenderung berpartisipasi secara lebih sehat, deliberatif, dan inklusif. Sebaliknya, ketika informasi diterima tanpa filter, terutama yang bersifat provokatif atau menyesatkan, potensi terjadinya disinformasi, fragmentasi sosial, bahkan konflik antarkelompok menjadi lebih besar.¹³ Temuan ini menegaskan bahwa kualitas demokrasi digital di perdesaan berhubungan erat dengan kapasitas warga dalam memahami dan memproses informasi politik yang beredar melalui platform digital.

Dalam konteks tersebut, penelitian kualitatif mengenai cara masyarakat desa memahami kampanye hitam di media sosial menjadi penting karena dapat menangkap bagaimana warga menafsirkan dan merespons pesan politik digital yang mereka terima. Pendekatan ini membantu menjelaskan bagaimana tingkat literasi digital, pengalaman bermedia, dan dinamika sosial desa memengaruhi kemampuan mereka membedakan informasi valid dari pesan manipulatif. Ketimpangan antara derasnya arus informasi politik dan kapasitas masyarakat desa dalam menyaringnya menunjukkan perlunya kajian mengenai bagaimana kampanye hitam diterima dan dimaknai di tingkat akar rumput. Sementara banyak penelitian berfokus pada produksi pesan, aktor politik, atau aspek hukum, sedikit yang menelaah penerimaan masyarakat desa sebagai audiens. Karena itu, penelitian ini menggali persepsi masyarakat Desa Tunggulsari terhadap kampanye hitam di media sosial untuk memberikan gambaran empiris yang lebih utuh mengenai

¹³ Febriana Febriana, Dewi Hartika, Nisa Andriani Regar, Fatiya Nur Rahma, dan Halking Halking, "Peran Media Sosial Sebagai Alat Kampanye Politik Pada Pemilihan Umum Tahun 2024 di Desa Bandar Setia," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 8, no. 3 (2024): 44951–44955, <https://doi.org/10.31004/joe.v6i4.6122>.

dinamika penerimaan pesan politik digital di wilayah perdesaan dan relevansinya bagi penguatan literasi politik yang lebih inklusif.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan gambaran konteks penelitian di atas, fokus utama studi ini adalah mengungkap bagaimana masyarakat Desa Tunggulsari memaknai kampanye hitam yang tersebar di media sosial selama PEMILU 2024. Menggunakan perspektif teori resepsi, penelitian ini menelaah posisi decoding masyarakat, apakah mereka menerima, menegosiasikan, atau menolak narasi kampanye hitam yang menyerang tokoh politik secara personal. Desa Tunggulsari dipilih sebagai lokus penelitian karena wilayah ini mengalami percepatan akses internet tanpa diikuti peningkatan literasi digital yang memadai, sehingga membuat masyarakat lebih rentan terhadap pesan politik manipulatif. Kondisi ini sekaligus menunjukkan adanya kesenjangan penelitian, dimana banyak studi berfokus pada produksi konten atau aktor penyebar kampanye hitam, sementara kajian mengenai bagaimana warga desa sebagai audiens menafsirkan dan merespons pesan tersebut masih sangat terbatas.

Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka dapat dirumuskan mengenai permasalahan yang akan diulas dengan lebih mendalam. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana media sosial memproduksi berita tentang kampanye hitam pada PEMILU 2024?
2. Bagaimana pemaknaan masyarakat Desa Tunggulsari pada kampanye hitam tersebut?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan oleh peneliti, maka diharapkan dalam tujuan penelitian ini dapat memberikan hasil yang bersifat holistik dan adaptif, adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana media sosial memproduksi berita tentang kampanye hitam pada PEMILU 2024.
2. Mengetahui pemaknaan masyarakat Desa Tunggulsari pada kampanye hitam tersebut.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari segi pengembangan ilmu pengetahuan maupun penerapan praktis dilapangan. Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi politik, khususnya dalam konteks kampanye negatif atau kampanye hitam di media sosial pada masyarakat perdesaan. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan fokus pada pemaknaan masyarakat Desa Tunggulsari, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman tentang makna konten politik kampanye hitam oleh masyarakat yang memiliki karakter sosial dan budaya tersendiri. Temuan ini juga dapat memperluas wacana literasi politik dan komunikasi digital dalam konteks desa yang selama ini masih kurang dieksplorasi dalam kajian akademik.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi berbagai pihak seperti penyelenggara PEMILU (KPU dan BAWASLU), pemerintah daerah, organisasi masyarakat sipil, dan media massa dalam merancang strategi literasi politik dan edukasi kepada publik yang lebih efektif dan kontekstual di wilayah perdesaan. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi rujukan bagi praktisi komunikasi dan pendidik dalam menyusun program pelatihan atau kampanye literasi digital politik yang menyasar komunitas lokal desa agar lebih waspada terhadap konten hoaks, manipulasi informasi, dan kampanye hitam yang beredar di media sosial.

E. Penegasan Istilah

Menghindari kesalahpahaman dalam penafsiran istilah yang digunakan, maka beberapa istilah penting dalam penelitian ini perlu ditegaskan sebagai berikut:

1. Kampanye Hitam

Kampanye hitam dalam konteks penelitian ini merujuk pada bentuk kampanye politik yang bersifat menyerang, memfitnah, menjelekkan, dan menyebarkan informasi palsu (hoaks) mengenai lawan politik. Kampanye ini dilakukan dengan tujuan merusak citra lawan, biasanya tanpa dasar fakta dan sering kali bermuatan ujaran kebencian.¹⁴ Berbeda dari kampanye negatif yang berbasis fakta dan kritik kebijakan, kampanye hitam cenderung manipulatif dan melanggar etika demokrasi.

¹⁴ Miriam Budiardjo, *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, ed. ke-5 (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), hlm. 178.

2. Media Sosial

Media sosial dalam penelitian ini adalah platform digital yang memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi, membagikan konten, serta menyebarluaskan informasi secara cepat dan luas. Media sosial yang dimaksud dalam konteks penelitian ini yakni mencakup beberapa platform seperti Facebook, WhatsApp, dan TikTok, tetapi tidak terbatas pada beberapa platform tersebut sebagai medium utama penyebaran informasi politik selama PEMILU 2024 di lingkungan masyarakat Desa Tunggulsari.¹⁵

3. Masyarakat Desa

Masyarakat desa dalam konteks penelitian ini adalah warga yang tinggal dan menetap di wilayah administratif Desa Tunggulsari, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung. Karakteristik masyarakat ini secara umum memiliki ikatan sosial yang kuat, struktur komunikasi interpersonal yang dominan, serta tingkat literasi media dan pendidikan yang bervariasi. Penelitian ini memfokuskan pada warga usia pemilih yang aktif mengakses informasi melalui media sosial, baik secara langsung maupun melalui percakapan sosial.

4. Pemilihan Umum 2024

PEMILU 2024 merujuk pada penyelenggaraan Pemilihan Umum di Indonesia yang meliputi pemilihan Presiden dan Wakil Presiden, anggota DPR, DPD, DPRD Provinsi, dan DPRD Kabupaten/Kota. Penelitian ini menitikberatkan pada masa kampanye politik yang berlangsung sejak kampanye politik dimulai

¹⁵ Danah Boyd dan Nicole B. Ellison, "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship," *Journal of Computer-Mediated Communication* 13, no. 1 (2007): 210–230, DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>.

hingga menjelang hari pemungutan suara, di mana kampanye hitam melalui media sosial terdeteksi semakin intensif.¹⁶

5. Resepsi Masyarakat

Resepsi masyarakat dalam penelitian ini merujuk pada bagaimana warga Desa Tunggulsari secara aktif menafsirkan, memahami, dan merespons konten kampanye hitam di media sosial menurut kerangka teori encoding-decoding Stuart Hall, di mana audiens tidak hanya menerima pesan secara pasif tetapi membacanya melalui pengalaman hidup, latar sosial, dan nilai budaya mereka. Resepsi ini mencakup posisi decoding mereka (misalnya dominan, negosiasi, atau oposisi), penilaian terhadap moral atau kebenaran pesan, tingkat kepercayaan, dan tindakan lanjutan yang diambil setelah menerima pesan tersebut.¹⁷

¹⁶ Komisi Pemilihan Umum (KPU), *Tahapan dan Jadwal Penyelenggaraan PEMILU Tahun 2024*, <https://kpu.go.id/PEMILU2024>.

¹⁷ Stuart Hall, *Encoding and Decoding in the Television Discourse* (Birmingham: Centre for Contemporary Cultural Studies, 1973), hlm. 5–12.