

## ABSTRAC

Negara disebut telah menjalankan agenda pendewasaan proses demokratisasi seperti Pilpres yang dilakukan secara rutin. Karena pemilu presiden secara umum dimaknai sebagai realisasi kedaulatan rakyat dan juga dimaknai sebagai sarana memberikan dan memperkuat legitimasi pemerintah. Pilpres sejatinya merupakan momentum bagi rakyat dalam berkontribusi menentukan masa depan bangsanya. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah *pertama*, seperti apa saja jenis-jenis *black campaign* (kampanye hitam) pada pilpres 2014 di Indonesia. *Kedua*, seperti apa efek black campaign terhadap pemilih dalam pilpres tahun 2014. Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk memahami secara detail bagaimana bentuk-bentuk *black campaign* (kampanye hitam) yang terjadi pada pilpres tahun 2014 dan memahami secara detail bagaimana respon pemilih terhadap setiap munculnya praktik *black campaign* (kampanye hitam) pada pilpres tahun 2014.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis wacana. Peneliti melakukan analisis terhadap teks atau isi berita yang berkaitan dengan *black campaign* (kampanye hitam) pada pilpres tahun 2014 yang dimuat ditiga media seperti Kompas, Jawa Pos, dan Kedaulatan Rakyat mulai bulan Mei sampai Juli. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan dokumentasi dan studi kepustakaan.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa praktik black campaign pada pilpres 2014 terjadi dengan intensitas yang sangat tinggi, terutama dimedia-media baik cetak maupun media elektronik. Hal ini dapat dilihat dari indicator sebagai berikut : *pertama*, Pelaksanaan kampanye pada pilpres 2014 masih diwarnai kampanye yang tidak sehat atau tidak produktif seperti menjelek-jelekan calon lain. Hal ini dilakukan melalui iklan di media. *Kedua*, Salah satu indikator iklan tersebut dikatakan bermasalah adalah pertama, Iklan itu ditayangkan tanpa seijin dari pihak yang wajahnya dimuat dalam iklan tersebut, yaitu Jokowi yang juga salah satu calon presiden. *Kedua*, iklan tersebut sudah pasti mempunyai tendensi menyerang (serangan politik) yang dialamatkan untuk Jokowi. *Ketiga*, iklan tersebut tidak mempunyai sumber yang jelas. Dengan demikian bisa dikatakan iklan yang bermasalah dilihat dari sudut pandang apapun. Termasuk pesan yang ada dalam iklan tersebut sangat memprofokasi dan tidak memberikan pendidikan politik yang baik bagi publik.

Saran atau rekomendasi dari penelitian ini adalah *pertama*, dalam pelaksanaan pilpres hendaknya diprioritaskan penegakan Undang-Undang Pemilu sebagai dasar dalam pelaksanaan event tersebut. *Kedua*, Lembaga pelaksana pemilu seperti KPU, Bawaslu secara konsisten melaksanakan tahapan sosialisasi kepada pemilih dan menjalin kerja sama dengan pihak media untuk bersama-sama mengawal jalanya pemilu. *Ketiga*, Pemberian sanksi yang berat kepada pelaku *black campaign*.

Kata Kunci : *Black Campaign* (Kampanye hitam), Pilpres tahun 2014, ditiga media (Kompas, Jawa Pos, Kedaulatan Rakyat).

## ABSTRAC

Indonesia was claimed to execute curcial program of the democracy pocess like public election that had been regularly undertaken. Therefore public election is generally meant as realization of democracy and facility to give and to support the goverment legitimacy. Public election is generally a crucial mementum for people in contributing to determine the future of its nation. The case that is taken in this study is *first*, what black compaign is on public election 2014 in Indonesia. *Second* what is the impact of the black compaign on public election 2014. The purpose of this study is to understand what are black compaign types in detail happened on public election 2014 and to comprehend what is the response of the voter of it.

The method used in this study is discourse analysis. The researcher undertakes analysis on text or content of the news related with black compaign on public election 2014 contained in three media such as Kompas, Jawa Pos and Kedaulatan Rakyat started in may until jule 2014. Technique of collecting data used in this study is documentation and literature study.

The result of this study concluded that the black compaign on public election 2014 is happened with high intensity, mainly in media either text or electronic. This result can be seen as follows : *first* the performance of public election 2014 was still dominated on black compaign or non productive compaign such as slandering other candidate. This case was contaied in advertisement on media. *Second*, one of indicator of this advertisement was claimed a problem where first, the advertisement showed without authorize of the victim. This was happened to Mr. Jokowi who one of the candidate of president election. *Second*, the advertisement had attact tendency (politics attact) that was addressed to Mr. Jokowi. *Third*, the advertisement did not have clear resources. Therefore it can been said that the trouble advertisement is very provocating and can not give a good politic education for people.

Suggestion from researcher is *first*, in implementing public election must prioritaze election regulations as a basic of election implementation. *Second*, public election commitee, Election suppvission board consistently implements stage of socialization to voter and makes good cooperating with media to escort the public election. *Third*, give a punishment to the doer of black compaign.

Key Word: Black compaign, public election 2014, in three media ( Kompas, Jawa Pos, Kedaulatan Rakyat).