

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Salah satu cara tepat untuk memulai proses demokrasi yang ideal adalah melaksanakan pemilihan umum. Pemilu diyakini sebagai unsur penting dalam demokrasi. Tidak mengherankan jika ditemui kenyataan bahwa hampir semua Negara saat ini menyelenggarakan pemilu sebagai mekanisme pergantian kekuasaan, kendatipun tidak semua Negara yang mengklaim sebagai Negara demokratis berhasil menyelenggarakan pemilu sesuai dengan standar dan prinsip pemilu universal yang menjamin terlaksananya *free and fair election*. Harus diakui bahwa sebagian Negara yang menjalankan pemilu saat ini baru sekedar melaksanakan pemilu-pemiluan, yakni pemilu yang dilaksanakan belum sesuai dengan standar dan prinsip universal.<sup>1</sup>

Salah satu ukuran pemilu disebut sebagai proses demokrasi yang ideal, dan efektif adalah rakyat secara langsung dapat memilih wakil-wakilnya yang duduk di eksekutif maupun Legislatif. Hal ini paralel dengan konsep modern tentang demokrasi ala Joseph Shumpeter (mazhab Shumpeterian) yang menempatkan penyelenggaraan pemilu yang bebas dan berkala sebagai kriteria utama bagi suatu system politik untuk dapat disebut demokrasi.<sup>2</sup> Begitu pentingnya pemilu dalam perjalanan sebuah Negara sehingga semua Negara menjadikan ajang tersebut sebagai mekanisme pergantian kekuasaan yang tertib sekaligus sebagai

---

<sup>1</sup> Mohammad Najib, dkk. 2014. Pengawasan Pemilu : Problem & Tantangan, Yogyakarta : Bawaslu Provinsi DIY, hal. vi

<sup>2</sup> ibid

syarat Negara tersebut diklaim sebagai Negara demokratis. Dari sekian banyak Negara-negara yang telah menyelenggarakan pemilu, paling tidak terdapat tiga kelompok Negara penyelenggara pemilu, yakni : *pertama*, Negara-negara liberal demokratis, yaitu Negara-negara yang melaksanakan pemilu dengan kebebasan penuh warga Negara untuk menggunakan hak pilihnya secara mutlak serta pemilu yang diselenggarakan terlaksana secara *free and fair* sesuai standar dan prinsip pemilu universal.

*Kedua*, Negara-negara *electoral democracy*, yakni Negara-negara yang menyelenggarakan pemilu namun hanya memberikan hak politik warga secara terbatas dan pemilu yang diselenggarakan belum sepenuhnya berlangsung secara *free and fair*. *Ketiga*, Negara-negara *electoral autokratis*, yakni Negara-negara yang menyelenggarakan pemilu, namun pemilu yang dilaksanakan sekedar dijadikan alat bagi penguasa yang autokratis sebagai sarana untuk melestarikan kekuasaan yang ingin dipertahankan oleh rezim yang sedang berkuasa. Untuk konteks Indonesia harapan terwujudnya pemilu yang berkualitas pasca reformasi 1998 sangat tersedia, namun kenyataan setelah reformasi berlangsung fakta politik menunjukkan situasi yang berbanding terbalik dengan apa yang diharapkan sebelumnya. Pelaksanaan pemilu di Indonesia masih diwarnai dengan berbagai masalah sehingga memungkinkan muncul anggapan bahwa Indonesia sebagai Negara yang sudah melaksanakan pemilu, namun masih dalam tahap pemilu-

pemiluan. Sebuah proses pemilu yang belum sesuai dengan standar dan prinsip-prinsip pemilu Universal.<sup>3</sup>

Di titik inilah perlunya mendesain bangunan argumentasi politik pada pelaksanaan proses politik seperti pemilu menjadi penting dilakukan. Pelaksanaan pemilu diharapkan mampu membumikan nilai-nilai demokratis baik dalam pileg maupun pilpres. Apa yang mewarnai pelaksanaan proses politik saat ini dapat disebut dinamika politik yang tidak sehat. Meminjam istilah Andi Setiadi, janji palsu politik atau pragmatisme politik. Berbicara pragmatism politik dalam pemilu, merupakan hal yang tidak pernah habis-habisnya dibahas di Negeri ini. Sebab dari pemilu ke pemilu praktik pragmatisme selalu saja terjadi. Untuk mengukur hal ini paling tidak bisa dilihat dari statemen-statemen politik para elit dalam momen kampanye politik. Dalam konteks strategi politik, tentu saja kampanye politik itu adalah suatu keharusan, selama didalamnya tidak melanggar aturan-aturan sebagaimana tercover dalam Undang-Undang. Seperti praktik *black campaign*, *money politic* dan strategi-strategi busuk lainnya.<sup>4</sup>

Kampanye pada dasarnya adalah instrument politik yang tidak hanya menebar janji-janji, tetapi semacam penegasan terkait komitmen yang kelak akan dipikul oleh partai politik tanah air. Namun demikian, fakta yang terjadi tidak selalu berbanding lurus dengan apa yang diharapkan Undang-Undang. Kampanye dalam proses politik (pemilu) telah menjelma sebagai panggung yang pongah, yang dijadikan instrument untuk menjegal rival politik. Kampanye selalu dijadikan momentum menebar fitnah, menyudutkan pihak lain, dan menggiring

---

<sup>3</sup>Andi Setiadi. 2013. Politik Harapan Palsu : Janji-janji politik yang tidak ditepati, Yogyakarta : IRCiSoD, hal. 43

<sup>4</sup> Andi Setiadi. 2013., *Op., Cit.*, hal. 55

masyarakat kedalam pusaran konflik. Sebagaimana istilah Emha Ainun Najib dalam Andi Setiadi mengatakan “*dalam kampanye tidak pernah ditemui pendidikan politik yang massif melainkan praktik saling gontok-gontokan*” sehingga kampanye cenderung memicu keretakan dan potensi konflik semakin besar ditengah-tengah masyarakat.<sup>5</sup>

Dalam tiga kali pemilu pasca reformasi terjadi penurunan cukup signifikan tingkat partisipasi dari pemilu ke pemilu berikutnya, misalnya pada pemilu tahun 1999 tingkat partisipasi mencapai 94 %, dan pemilu tahun 2004 turun menjadi 92 %, selanjutnya pemilu 2009 turun lagi menjadi 71 %.<sup>6</sup> Kondisi ini kemudian, menimbulkan kekhawatiran akan terjun bebas tingkat partisipasi rakyat dalam pemilu 2014 bahkan dibawah 50%. Menurunnya partisipasi pemilih dalam pemilu akan mempengaruhi maksimalnya pelaksanaan pemilu. Selain itu, tentu berimplikasi pada rendahnya partisipasi public untuk bersedia ikut mengawasi seluruh tahapan pemilu dan sekaligus bersedia melaporkan pada pengawas pemilu jika ditemukan indikasi adanya pelanggaran pemilu. Pengawasan dalam pelaksanaan pemilu tentu menjadi unsur yang sangat vital, sebab hanya dengan itu pelaksanaan pemilu akan menjadi mulus dan berkualitas.

Pemilu presiden dan wakil presiden berdasarkan ketentuan pada Pasal 1 angka 3 UU Nomor 15 Tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Pemilu menyatakan bahwa “Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden, selanjutnya disebut Pemilu Presiden dan Wakil Presiden, adalah pemilihan umum untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden dalam Negara Kesatuan Republik

---

<sup>5</sup> ibid

<sup>6</sup> Muhammad Najib, dkk. 2014. Op., Cit., hal. x

Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945”.

Dalam melaksanakan proses pemilihan umum tersebut maka masing-masing calon Presiden dan Wakil Presiden melakukan aktivitas kampanye. Kampanye adalah “kegiatan untuk meyakinkan para Pemilih dengan menawarkan visi, misi, dan program Pasangan Calon”. Dalam hal ini kampanye dilakukan oleh calon presiden dan wakil presiden yang mengikuti pemilihan umum.<sup>7</sup>

Pada Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden tahun 2014 ini terdapat dua kandidat calon presiden dan wakil presiden yang tertuang dalam keputusan Komisi Pemilihan Umum Nomor 454/Kpts/KPU/Tahun 2014 tentang Penetapan Nomor Urut dan Daftar Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Pemilihan umum Tahun 2014. Adapun kandidat Capres dan Cawapres pada Pemilu Presiden tahun 2014 adalah Prabowo Hatta dengan nomor urut 1 dan Jokowi Jusuf Kalla dengan nomor urut 2.

Isu penting lain dalam pelaksanaan pemilu, untuk konteks Indonesia adalah munculnya berbagai permasalahan baik sebelum maupun sesudah pelaksanaan pemilu. Hal paling rentan misalnya, penyusunan daftar pemilih tetap (DPT), politik uang (*money politics*), kampanye hitam (*Black campaign*), dan lain-lain. Isu penyusunan DPT misalnya, menjadi wacana yang tidak pernah kering dan kehabisan pasal pembahasannya. Selalu saja ada persoalan dari aspek regulasi yang semuanya menyisahkan masalah yang tidak pernah tuntas

---

<sup>7</sup> Venus Antar. 2004. Manajemen Kampanye: panduan teoritis dan praktis dalam mengefektifkan kampanye komunikasi, Bandung : Simbiosis Rekatama Media, hal. 10

diselesaikan. Begitu pula isu politik uang, ini menjadi hal yang tidak pernah habis-habisnya dibahas. Bahkan konsekuensi logis dari tidak tuntasnya penyelesaian politik uang ini menyebabkan rentanya gugatan hasil proses politik seperti pelaksanaan pemilu kepala daerah di beberapa daerah di Indonesia. Isu lain yang tidak kalah hebohnya dalam mewarnai jalannya pelaksanaan pemilu, yakni masalah *Black Campaign*. Hal ini misalnya bisa ditelusuri dalam pemilu tahun 2014, yang ruangnya, yakni media. Sebagaimana diketahui bahwa media masa dalam pelaksanaan pemilu merupakan unsur yang paling strategis dalam pelaksanaan kampanye, yang hal ini sudah dipraktikkan pada pemilu 2014. Hampir sebagian besar elit Partai termasuk para calon yang bertarung dalam pemilu 2014 menempatkan media massa sebagai alat kampanye yang utama dan bergengsi.<sup>8</sup>

Akan tetapi, para elit partai dan calon dalam menggunakan media sebagai alat kampanye pada pelaksanaan pemilu tersebut tidak diikuti dengan komitmennya dalam menjunjung tinggi ketentuan pemilu termasuk etika penggunaan bahasa dalam berkomunikasi di media. Akibatnya pelanggaran pemilu menjadi hal yang subur dalam pelaksanaan proses politik baik dalam Pileg maupun Pilpres. Dititik inilah *Black Campaign* menjadi rentan terjadi dalam pelaksanaan pemilu. Situasi seperti ini jika tidak disikapi, maka secara langsung akan mencemari kualitas pemilu yang berlangsung. Pada saat yang sama juga membuat para pemilih mengalami kesulitan untuk memperoleh informasi obyektif dan akurat tentang peserta pemilu. Bahaya yang paling

---

<sup>8</sup> ibid

menakutkan dari praktik *Black Campaign*, ini akan membuat para pemilih memiliki persepsi negatif terhadap peserta pemilu yang hal ini akan memicu terjadinya konflik dan tingginya angka golongan putih dalam pilpres.

Untuk menguji penjelasan tersebut di atas bisa disimak dalam Pilpres tahun 2014 di Indonesia, dimana pada saat kampanye calon presiden dan wakil presiden yang dilaksanakan pada tanggal 5 Juni sampai dengan 5 Juli 2014 terdapat aktivitas *black campaign* yang ditujukan kepada pasangan Prabowo Hatta. Aktivitas *black campaign* tersebut dilaksanakan melalui media massa baik cetak maupun elektronik. Media massa merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan pendapat atau aspirasi baik itu dari pihak masyarakat maupun dari pihak pemerintah atau negara. Media massa tersebut sebagai wadah untuk menyalurkan informasi yang merupakan perwujudan dari hak asasi manusia dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara, dalam diri media massa juga terselubung kepentingan-kepentingan yang lain, misalnya kepentingan kapitalisme modal dan kepentingan keberlangsungan lapangan pekerjaan bagi karyawan dan sebagainya.<sup>9</sup>

Media massa mempunyai kekuatan yang sangat signifikan dalam usaha mempengaruhi khalayaknya. Keberadaan media massa mempunyai peranan penting dalam usaha memberikan informasi penting bagi masyarakat, pengetahuan yang dapat memperluas wawasan, sarana hiburan sebagai pelepas ketegangan, dan yang tidak kalah pentingnya adalah peranan media sebagai kontrol sosial untuk memberikan kritik maupun mendukung kebijakan

---

<sup>9</sup> Alex Sobur. 2014. Semiotika Komunikasi, Bandung : Remaja Rosdakarya, hal. 30

pemerintah agar memotivasi masyarakat.<sup>10</sup> Oleh karena itu aktivitas *black campaign* banyak dilaksanakan di media massa dengan tujuan untuk mempengaruhi khalayak sehingga mempengaruhi pilihannya terhadap calon presiden dan wakil presiden. Aktivitas *black campaign* tersebut dapat dilakukan melalui media massa, orasi pada saat kampanye massa, atau pesan berantai melalui media pesan pendek (SMS). Untuk memahami bagaimana jalanya atau bentuk *black campaign* (kampanye hitam) yang terjadi pada pilpres tahun 2014 dibutuhkan analisis yang mendalam dan sistematis terhadap isi atau wacana pemberitaan media.

Berdasarkan hasil studi dokumentasi awal penulis di beberapa media cetak dan elektronik dapat diketahui bahwa aktivitas *black campaign* yang ditujukan kepada pasangan Prabowo-Hatta tersebut terkait dengan isu pelanggaran HAM (Hak Asasi Manusia) yang dilakukan oleh Prabowo Subianto selaku Danjen Kopasus pada tahun 1998 yang membuat beberapa aktivis HAM diculik dan meninggal dunia. Aktivis HAM tersebut pada tahun 1998 sampai dengan saat ini tidak diketahui keberadaannya dan tidak ada penyelesaian secara hukum sampai pada saat ini.

Hasil dari aktivitas *black campaign* tersebut berdampak pada penurunan jumlah suara pada pasangan Prabowo-Hatta. Hasil pada pemilu Presiden dan Wakil Presiden 2014 yang diadakan pada 9 Juli 2014 yang lalu dapat diketahui bahwa pasangan Prabowo-Hatta secara nasional memperoleh suara yang lebih rendah dibandingkan dengan pasangan Jokowi-JK. Hal tersebut seperti yang

---

<sup>10</sup>Ibid, hal. 31

terjadi di wilayah Kabupaten Sleman, dimana suara dari pasangan Prabowo-Hatta kalah dibandingkan dengan pasangan Jokowi-JK.

Kampanye hitam atau black campaign juga terjadi pada Jokowi-JK, dimana berbagai berita dimedia sangat intens memberitakan hal tersebut. Ini menunjukkan bahwa masa kampanye pilpres tahun 2014 diisi dengan maraknya *black campaign* (kampanye hitam) yang menyerang masing-masing kandidat. Baik Jokowi-JK maupun Prabowo-Hatta. Berikut tiga *black campaign* yang menyerang Jokowi sebagai berikut :

*Pertama*, Jokowi diserang dengan tulisan yang dimuat di tabloid obor rakyat. Pada edisi pertama, 5-11 Mei 2014, halaman muka tabloid obor rakyat menampilkan judul *Capres Boneka* dengan karikatur Jokowi sedang mencium tangan Megawati Sukarnoputri. Tabloid itu juga menampilkan 14 berita panjang yang hampir semuanya menyudutkan Jokowi. Beberapa judul berita dalam tabloid ini antara lain, *Capres Boneka Suka Ingkar Janji, Disandera Cukong dan Misionaris, Dari Solo Sampai Jakarta Deislamisasi ala Jokowi, Manuver Jacob Soetojo, Cukong-Cukong di Belakang Jokowi, Partai Salib Pengusung Jokowi*" dan *Jokowi Juru Selamat yang Gagal*. *Kedua*, sebelum diserang melalui tabloid Obor Rakyat, Jokowi lebih dulu diserang dengan isu keturunan Tionghoa dan agama Kristen. Jokowi disebut sebagai keturunan Cina yang bernama Wie Jo Koh. Isu ini bermula dari tulisan artikel jurnalisme warga yang ditulis Anton Surya pada 19 Desember 2012. Namun, memasuki masa kampanye pilpres, tulisan tersebut dikutip dan digunakan tanpa menyertakan penjelasan aslinya. Terkait isu agama, Jokowi sempat diberitakan memiliki nama lengkap Heribertus Joko Widodo. *Ketiga*, tak hanya diserang melalui SARA, Jokowi Juga diserang dengan isu buku nikah palsu. Untuk menepis isu itu, tim pemenangan Jokowi-JK bahkan mengeluarkan fotokopi surat nikah Jokowi.<sup>11</sup>

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari KPUD Kabupaten Sleman dapat diketahui bahwa jumlah suara untuk pasangan Prabowo-Hatta adalah 303.420 atau 46, 01%, sedangkan jumlah suara untuk pasangan Jokowi-JK adalah

---

<sup>11</sup> <http://www.republika.co.id/berita/pemilu/hot-politic/14/07/01-ini-tiga-black-campaign-yang-serang-jokowi>, diakses 10 September 2015

sebanyak 355.975 atau 53,99%. Jokowi-JK menang di 13 kecamatan sedangkan Prabowo- Hatta menang di empat kecamatan di Kabupaten Sleman dari total 17 kecamatan. Partisipasi pemilih di wilayah Kabupaten Sleman adalah sebesar 80,5% atau naik 0,1% dari pemilu legislatif yang lalu yaitu pada tanggal 9 April 2014. Partisipasi tersebut lebih rendah apabila dibandingkan dengan target partisipasi yaitu sebanyak 85% dari jumlah pemilih (Sumber:<http://sumatra.bisnis.com/read/penghitungan-suara-pilpres-prabowo-gagal-atasi-jokowi-di-sleman>, diakses pada 19 Agustus 2014).

Turunnya suara Parabowo-Hatta tersebut dapat dimungkinkan akibat adanya isu-isu yang merugikan pada pasangan tersebut. Isu tersebut dapat dihembuskan oleh pasangan kandidat lainnya yang berusaha untuk mempengaruhi masyarakat untuk mempunyai persepsi negatif terhadap pasangan Prabowo-Hatta tersebut dengan tujuan agar masyarakat tidak memilih pasangan Prabowo-Hatta.

Adapun alasan penulis memilih judul penelitian yang saat ini sedang penulis dalami, yakni: pertama, adanya keyakinan bahwa Pemilu satu-satunya jalan procedural bagi rakyat untuk menentukan pilihan atau aspirasi politiknya. Selain itu, pemilu juga merupakan alternative bagi Negara dalam membangun iklim demokratisasi serta sarana penyaluran kedaulatan rakyat. Kedua, Pemilu juga sebagai momentum bagi masyarakat dalam memahami proses politik sekaligus terlibat dalam pendidikan politik yang mendewasakan sikap politik masyarakat. Ketiga, kesadaran yang tinggi akan pengaruh black campaign yang berpotensi menjadikan pemilu presiden menjadi tidak bermakna, ketika proses

pelaksanaanya dicemari dengan praktik black campaign (kampanye hitam) dan dari semua proses itu yang menjadi korban adalah pemilih (masyarakat). Keempat, black campaign (kampanye hitam) sebagaimana penjelasan di atas tidak saja mengganggu jalanya proses politik yang berlangsung tetapi yang paling dikhawatirkan dari praktik black campaign, yakni praktik tersebut melanggar ketentuan yang ada seperti (Undang-Undang Nomor : 10 tahun 2008 tentang pemilihan umum presiden dan wakil presiden) tepatnya pasal 41 menyebutkan bahwa dalam pelaksanaan kampanye tidak dibenarkan melakukan tindakan yang merugikan antara lain :

1. Menghina seseorang, agama, ras, Suku, golongan, calon dan/atau pasangan calon yang lain.
2. Menghasut dan mengadudomba perseorangan atau masyarakat.

Penelitian ini mengangkat isu *black campaign* (kampanye hitam), sebab black campaign tidak saja memperburuk orientasi pelaksanaan pemilu presiden tetapi yang jauh lebih berbahaya adalah dalam realitas social black campaign menyesatkan public sekaligus merusak tatanan social kemasyarakatan. Seperti munculnya ketidak harmonisan antara elit satu dengan yang lain. *Black campaign* (kampanye hitam) juga menjadi pemicu munculnya konflik antara masyarakat yang merupakan subjek dalam proses politik seperti penggiringan opini public, bahkan mobilisasi massa yang mengarah pada tindakan-tindakan anarkis.<sup>12</sup>

Dalam teori politik black campaign (kampanye hitam) akan mempengaruhi pada peningkatan kesadaran kritis pemilih dan cenderung propokatif. Hal ini

---

<sup>12</sup> Raditya Iswara N, dkk. 2014. (BUKAN) OBOR RAKYAT : Dokumentasi yang Terstruktur, sistematis, Dan Masif Mengenai Fakta Nyeleneh Pilpres 2014, Yogyakarta : Media Pressindo, hal. vii

sangat tidak memberikan nilai positif pada Negara yang mau memulai bangunan tradisi demokratisasi. Selanjutnya penelitian ini juga mengangkat Jokowi-JK sebagai actor yang penting untuk dianalisis sebab dua tokoh ini dalam proses politik (pemilu persiden) tahun 2014 sangat didambakan banyak pihak dari kalangan mana pun mulai kelas menengah kebawah sampai kalangan menengah ke atas.

Tetapi setelah proses kampanye dilangsungkan, *image* dua tokoh ini kemudian jadi buruk. Dua tokoh (Jokowi-JK) yang semula digadang-gadang sebagai pemimpin alternative yang kelak akan membawa negri ini kearah yang lebih baik karena trek rekor (rekam jejak) keduanya selama menjadi pemimpin dinilai berhasil. Tetapi seketika prestasi itu menjadi tidak berarti lantaran pengaruh black campaign.

Alasan dipilihnya media cetak seperti Kompas, Jawa Pos, dan Kedaulatan Rakyat yang penulis tetapkan sebagai objek penelitian yang akan dikaji dalam penelitian ini sebab tiga media ini menurut penulis merupakan corong atau sentral dari media Nasional. Kompas mewakili aspirasi masyarakat Elit khususnya yang ada di Ibu Kota Negara (Jakarta) dan sekitarnya. Jawa Pos mewakili aspirasi masyarakat Indonesia Timur. Kedaulatan Rakyat mewakili aspirasi masyarakat Jawa Tengah. Tiga media ini menurut penulis merupakan media yang refresentatif untuk dijadikan sebagai sarana komunikasi dalam proses politik baik ditingkat nasional maupun tingkat local. Selain itu ketiga media yang penulis tetapkan sebagai objek penelitian ini merupakan media yang secara organisatoris sudah diakui profesionalitasnya sebagai lembaga pers nasional.

Adapun fokus analisis dalam penelitian ini adalah terkait dengan *black campaign* yang terjadi pada pilpres tahun 2014. Sasaran yang dituju dalam praktik *black campaign* (kampanye hitam), yaitu Jokowi-JK dan Prabowo Hatta dalam pemilihan umum presiden mulai bulan Mei-Juli tahun 2014. *Black campaign* tersebut dilakukan oleh massa pendukung pasangan capres dan cawapres atau sekelompok massa yang ingin menjatuhkan salah satu pihak dengan mengadu domba antar kedua pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden.

Praktik *black campaign* yang penulis lihat pada penelitian ini, yakni pemberitaan atau wacana di tiga media yang masuk kategori *black campaign*. Ada pun isi berita media yang di sisir, yaitu Kompas, Jawa Pos, dan Kedaulatan Rakyat (KR) tentang *black campaign* (kampanye hitam) yang terjadi pada bulan Mei-Juli tahun 2014.

## **B. Rumusan Masalah**

Merujuk pada pembahasan dalam latar belakang permasalahan di atas, maka pertanyaan penelitian yang tepat sebagai pijakan pada pembahasan selanjutnya adalah sebagai berikut :

1. Apa saja jenis-jenis *black campaign* pada Pilpres 2014 di Indonesia ?
2. Seperti apa dampak *black campaign* terhadap pemilih dalam pilpres tahun 2014 ?

## **C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

1. Tujuan Penelitian

- a. Memahami secara detail bagaimana bentuk-bentuk black campaign (kampanye hitam) yang terdapat pada pemilihan Presiden tahun 2014.
- b. Memahami secara detail bagaimana respon pemilih terhadap setiap munculnya praktik black campaign pada pilpres tahun 2014.

## 2. Manfaat Penelitian

- a. Diharapkan hasil penelitian ini mampu memberikan gambaran bagi semua pihak dalam memahami praktik black campaign (kampanye hitam) dalam setiap event pemilu.
- b. Diharapkan hasil penelitian ini mampu menjadi referensi bagi semua pihak terutama dalam melihat proses politik yang berlangsung di Indonesia terutama Pilpres tahun 2014.
- c. Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi rujukan bagi pemilih dalam menentukan sikap politiknya dalam event Pemilu.