

ANALISIS PEMAHAMAN MAHASISWA UNIMED TERHADAP *BLACK CAMPAIGN* PEMILU 2024 PADA APLIKASI TIKTOK

Parlaungan Gabriel Siahaan¹, Novridah Reanti Purba², Hardiansjah Sugiana³, Fatimah Assinaayah⁴, Ghafira Zairah Shofa⁵, Aptylia Naomi Rentauli Tampubolon⁶, Clarasati Angraini Br Sihombing⁷
Universitas Negeri Medan

Email: parlaungansiahaan@unimed.ac.id¹, novridapurba1@gmail.com², hardiansjah2@gmail.com³, itsmenaya16@gmail.com⁴, ghafirashofa04042002@gmail.com⁵, naomitampubolon0055@gmail.com⁶, clarasati116@gmail.com⁷

Abstrak

Kampanye pada pemilu di Indonesia memiliki banyak sekali jenis, baik legal maupun ilegal. Kegiatan kampanye ilegal yang merupakan kegiatan yang tidak di benarkan pun sebenarnya dapat kita lihat dengan jelas pada kegiatan pemilu. Bukan hanya pada aksi nyata di lapangan kegiatan kampanye hitam (black Campaign) ini juga dapat ditemui pada aplikasi tiktok yang sebagian besar penggunanya adalah anak muda (generasi Z). Maka tujuan dari penelitian ini adalah, menganalisis kepehaman mahasiswa sebagai anak muda mengenai kampanye hitam (black campaign). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan dokumentasi dengan sampel responden 35 mahasiswa UNIMED dari 7 fakultas yang tersedia di UNIMED. Pengumpulan data menggunakan angket yang dibagikan beserta pemaparan video mengenai black campaign serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebahagian besar mahasiswa mengetahui kampanye hitam (black campaign) dan lebih dari setengah responden menemui kampanye hitam tersebut (black campaign) pada sosial media yaitu aplikasi tiktok.

Kata Kunci: Kampanye, Pemilu, Mahasiswa, kampanye hitam, Black Campaigning, Kampanye sosial media, Tiktok.

ABSTRACT

Campaigns in Indonesian elections have many types, both legal and illegal. Illegal campaign activities which are activities that are not permitted can actually be seen clearly in election activities. Not only in real action in the field, this black campaign activity can also be found in the TikTok application, where most of the users are young people (generation Z). So the purpose of this study is to analyze the understanding of students as young people about black campaigns. This research uses qualitative methods and documentation with a sample of 35 UNIMED student respondents from 7 faculties available at UNIMED. Data collection uses a questionnaire that is distributed along with video exposure about black campaigns and documentation. The results showed that most students knew the black campaign and more than half of the respondents met the black campaign on social media, namely the tiktok application.

Keywords: Campaign, Election, Student, black campaign, Black Campaigning, Social media campaign, Tiktok.

A. PENDAHULUAN

Dalam kegiatan politik kampanye merupakan sebuah cara para peserta pemilu untuk menyebarkan visi dan misi para peserta pemilu untuk meyakinkan pemilih dalam menentukan pemilihnya. Pemilu yang kita inginkan bersama ialah pemilu yang berkualitas, transparan, dan adil maka berlangsunglah demokrasi yang sehat (Nasution et al. 2023). Dalam mewujudkan pemilu yang baik maka di perlukan awalan yang baik berupa kampanye yang baik dan sehat pula.

Kampanye dalam dunia politik saat ini sangat memprihatinkan, ada begitu banyak cara yang di kemukakan agar pemilu tidak berjalan sesuai asasnya. Diikuti oleh perkembangan zaman yang memungkinkan semua kalangan dapat ikut berkampanye dengan mudah melalui jejaring sosial media. Dalam hal ini penggunaan sosial media yang dapat di jangkau oleh seluruh kalangan Masyarakat sangat mengkhawatirkan. Dikarenakan tidak adanya penyaring yang teliti dalam jejaring sosial media dalam penyebaran kampanye yang tidak sehat, baik berbentuk kampanye negative ataupun kampanye hitam sekalipun (Dara Pamungkas & Arifin no date). Penyebaran sebuah kampanye dalam bentuk konten di sosial media pun akan sangat cepat menyebar di bandingkan kampanye biasa yang mengandalkan kehadiran tim sukses (timses) peserta pemilu.

Dengan cepat penyebaran konten kampanye yang beredar di jejaring sosial media memberi sebuah pertanyaan besar. Apakah kampanye tersebut mampu mempengaruhi penonton untuk memilih peserta pemilu. Di lihat dari sebuah penelitian bahwa dalam pemilu 2024 salah satu aplikasi yang mampu membuat interaksi aktif dan berperan besar dalam mempengaruhi masyarakat adalah aplikasi media sosial bernama tiktok.

Sukses besar para peserta pemilu pada aplikasi tiktok ini dikarenakan partisipasi bukan hanya datang dari timses para peserta pemilu saja. Ada banyak partisipan mandiri yang ikut dalam bentuk kampanye di laman pribadinya. Bahkan keberadaan para influencer tiktok yang memiliki pengikut yang fantastis juga berperan dalam kampanye peserta pemilu 2024.

Dengan adanya fenomena tersebut menjadikan kampanye pemilu 2024 lebih mudah di jangkau oleh seluruh kalangan mengingat tiktok adalah aplikasi dengan intensitas keaktifan penonton yang sangat tinggi. Tetapi menjadi sebuah kegiatan yang hampir negative dikarenakan bentuk kampanye yang di sebar tidak dapat tersaring dan di posting sesuka pemilik akun. Keadaan ini beresiko untuk tersebar kampanye hitam (black campaign) yang sifatnya illegal.

Mengingat kembali bahwa pemilik akun tiktok yang aktif besar adalah anak muda yang baru memiliki hak memilih pada pemilu ini (generasi Z) yang sebagian besar belum memhami dengan baik tata cara dalam kampanye membuat kekhawatiran yang besar. Dari kegiatan penyebaran kampanye hitam yang menjamur apakah sebenarnya para penonton memhami bahwa kampanye yang di lihat mereka, atau mungkin akan di sukai dan di bagikan kepada orang lain adalah sebuah kampanye illegal yaitu berbentuk kampanye hitam (black campaign). Maka dengan itu kami membuat penelitian untuk mengetahui secara lanjut apakah para mahasiswa yang merupakan anak muda (generasi Z) memahami bahwa kampanye yang tersebar merupakan sebuah bentuk kampanye hitam (black campaign).

B. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengumpulkan data dalam bentuk kalimat atau cerita. Pendekatan kualitatif adalah jenis penelitian yang bersifat deskriptif dan biasanya menggunakan analisis. Baik proses maupun maknanya lebih jelas. Fokus penelitian disesuaikan dengan data lapangan dengan menggunakan landasan teori. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan membuat daftar pertanyaan ataupun kuesioner. Selain itu juga menggunakan metode dokumentasi dalam pengumpulan data, untuk

mengetahui kebenaran dari kuesioner yang diisi dan juga sebagai keterangan pendukung penelitian. Dokumentasi akan dilakukan di setiap fakultas dengan responden yang tersedia.

Penelitian ini akan dilakukan di Universitas Negeri Medan, yang terletak di Jl. William Iskandar Ps. V, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20221, dan akan berlangsung hingga Maret 2024. Penelitian menggunakan metode sampling bertingkat, yang juga dikenal sebagai metode sampling berlapis dan berjenjang. Jika populasi heterogen atau terdiri dari kelompok bertingkat, metode ini dapat digunakan. mengklasifikasikan bidang berdasarkan atribut tertentu. Menurut usia, pendidikan, kelas atau pangkat, dll. Dalam hal penelitian ini, 35 responden terdiri dari mahasiswa Universitas Negeri Medan. dimana setiap responden menggunakan aplikasi Tiktok dan berasal dari berbagai fakultas.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemahaman Mahasiswa Mengenai Black Campaign (Kampanye Hitam)

Mahasiswa yang pada masa kini adalah sebagai model masa depan, seharusnya memahami dan peduli kepada keadaan negara. Tetapi sangat disayangkan dalam mengenal kegiatan yang diberlakukan dipemilu saja mahasiswa memiliki kekurangan pengetahuan, seperti pada penelitian yang kami lakukan. Dapat dipahami bahwa 14% dari 35 orang mahasiswa tidak mengetahui apa itu kampanye hitam dan 29% nya merasa tidak yakin mengetahui dengan baik kampanye tersebut. Walaupun hasilnya mengatakan bahwa lebih dari setengah mahasiswa mengetahui apa itu kampanye hitam tak memberikan jaminan bahwa mahasiswa sendiri dapat mengetahui sesuatu yang dilihatnya merupakan kampanye hitam. Padahal dapat kita ketahui bersama bahwa kampanye hitam merupakan bentuk ilegal dari sebuah kampanye.

Dapat kita pahami bersama bahwa kegiatan pemilu baik dalam masa kampanye ataupun saat pemilihan suara diberlangsungkan kegiatan tersebut harus dilakukan dengan adil dan sesuai aturan yang telah ditentukan. Tetapi dalam kampanye ada kegiatan yang disebut kampanye hitam (black campaign). kampanye hitam adalah kegiatan kampanye dengan menyebarkan berita bohong dengan tujuan untuk menjatuhkan pihak lawan dan memberikan keuntungan kepada pihak tertentu. Dengan ini sangat memprihatinkan bahwa mahasiswa tidak mengetahui dengan pasti salah satu kegiatan ilegal dalam pesta demokrasi yang kita selenggarakan.

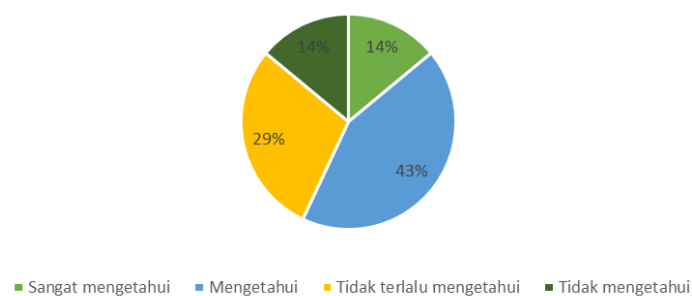


Diagram 1 Hasil Pemahaman Mahasiswa Mengenai Kampanye Hitam (Black Campaign) Kampanye Hitam (black campaign) Pada Pemilu 2024

Menurut data yang di ambil hanya 60% mahasiswa dari 35 responden yang terdapat melihat kampanye hitam (black campaign) pada platform tiktok mereka. Dapat terlihat pada diagram di bawah bahwa lebih dari setengah responden pernah melihat bentuk kampanye hitam tersaji pada platform tiktok, yang mana dapat kita simpulkan bahwa lebih dari semua responden yang memahami dengan baik apa itu kampanye hitam (black campaign) melihat kampanye hitam (black campaign) itu tersaji pada platform tiktok tanpa sengaja.

Dengan itu dapat diketahui bahwa bentuk kampanye hitam (black campaign) memang benar ada tersebar pada platform tiktok, baik dengan cara melalui laman pencarian ataupun berbentuk acak dari for your page masing masing responden.

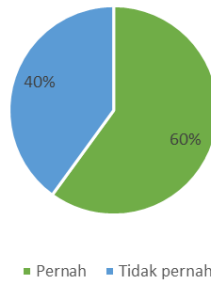


Diagram 2 Pengetahuan Video Kampanye Hitam (Black Campaign)

Sedangkan intensitas tersebarnya video kampanye hitam (black campaign) pada aplikasi tiktok ini tidak terlalu sering hanya 20% yang melihat video tersebut tersebar dengan intensitas sering dan 9% dengan intensitas sangat sering. Sedangkan sisanya hanya dapat melihatnya sesekali bahkan di 34% responden tidak pernah melihat video tersebut pada platform tiktok mereka. Seperti yang tertera pada diagram 3.

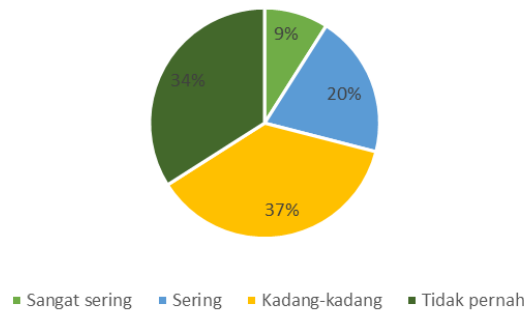


Diagram 3 Intensitas Video Kampanye hitam (black campaign)

Melalui hasil data yang telah diambil dapat diketahui bahwa responden tidak dapat menormalisasikan kampanye hitam (black campaign) ini dilakukan pada pemilu. Terlihat jelas dengan 69% responden tidak menyetujui menormalisasikan penggunaan kampanye hitam (black campaign) pada kampanye, yang dapat dilihat pada diagram 4.4.

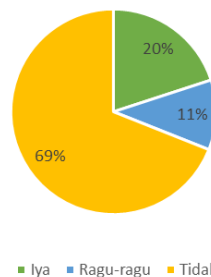


Diagram 4 Normalisasi Perlakuan Kampanye hitam (black campaign)

Pemilu 2024 dan Aplikasi Tiktok

Dari video aplikasi tiktok yang kami berikan terdapat jawaban 66% dari responden menyatakan bahwa video tiktok yang kami sajikan merupakan sebuah kampanye hitam (black campaign), dapat dilihat pada diagram 4.5. Dimana memang dibenarkan bahwa video tersebut merupakan bentuk implementasi dari kampanye hitam (black campaign) yang dilakukan pada pemilu 2024. video tersebut adalah sebuah kampanye hitam yang menyerang pihak paslon lain

dengan cara memberikan kata-kata tidak sesuai fakta yang dapat dilihat. Maka dapat diketahui bahwa setengah responden mengetahui bahwa sebuah video merupakan kampanye hitam (black campaign).

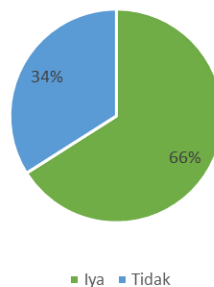


Diagram 5 Hasil pemahaman video 1

Sedangkan pada video kedua yang kami berikan responden lebih vokal mengatakan bahwa video tersebut merupakan bentuk dari kampanye hitam (Black campaign) 80% responden menfatakan bahwa video yag disajikan adalah bentuk dari sebuah kampanye hitam. Mengingat video yang disajikan berasal dari salah satu selebriti indonesia yang sedang menjelek-jelekan dua paslon dengan sebuah steatment yang tidak bisa di benarkan faktanya.

Maka dari itu dapat menjadi sebuah pertimbangan bahwa apliakasi tiktok yang memuat selebriti dapat menyebarkan berita bohong yag tidak bisa di benarkan kebenarannya dan ikut serta dalam kegiatan kampanye hitam (Black champaign) pada pemilu. Dengan adanya fenomena ini dapat dikatakan perbuatan ilegal ini dapat dilakukan oleh orang yang memiliki influens yang tinggi.

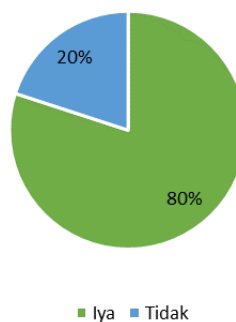


Diagram 6 Hasil pemahaman video 2

Dalam hasil penelitian juga diketahui bahwa ada banyak sekali cara responden menanggapi adanya kampanye hitam (Black champaign) ini pada aplikasi tiktok. Mengingat penyebaran konten tiktok dapat dengan mudah tersebar, dikhawatirkan akan terjadinya pelebaran video bohong dengan cepat.

Dari hasil yang di dapatkan paling besar di 37% dengan tanggapan responden akan memberikan komentas pada kolom komentas yang tersedia. Selain itu dengan persenan yang cukup tinggi juga yaitu 30% responden akan melaporkan video tersebut pada pihak tiktok melalui kegiatan report video dari pilihan yang ada.

Selain itu ada pilihan lain yang banyak di pilih oleh responden dengan 23% yaitu dengan membiarkan saja video tersebut. Dapat kita tarik kesimpulan cara menanggapi bentuk kampanye hitam (Black champaign) pada aplikasi tiktok oleh mahasiswa dibagi kepada tiga cara yaitu dengan melakukan komentas pada kolom kompentar, melakuakn kegiatan pelaporan pada aplikasi terkait dan juga bersikap acuh dengan tidak melakukan apapun.

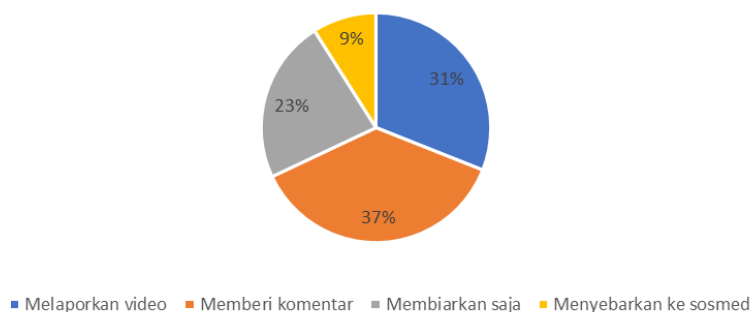


Diagram 7 Respon Pada Video Kampanye Hitam Aplikasi Tiktok

Dengan adanya wawancara angket yang disebarakan kepada 35 mahasiswa UNIMED, dari 7 jurusan yang ada di universitas. Maka dari itu dapat di simpulkan bahwa pengetahuan mahasiswa UNIMED mengenai kampanye hitam (black campaign) menunjukkan persernan yyang tinggi. Dan dengan mengetahui bagaimana bentuk dari kampanye hitan ini mahasiswa dapat mengetahui bentuk dari kampanye hitam tersebut pada platfrom sosial media online tiktok, dan ternyata dapat di temui oleh masing-masing akun yang dimiliki oleh responden. Dengan itu menunjukkan bahwa penyebaran dari kampanye hitam ini sangat luas dan penyebarannya tidak terkendali. Dan apakah yang akan di lakukan oleh para mahasiswa saat mengetahui adanya kampanye hitam (black campaign) pada aplikasi tiktok ini sangat beragam. Tetapi dengan itu ternyata diketahui bahwa pengetahuan mengenai penaggulangan kampanye hitam yang terjadi di sosial media mahasiswa belum dapat menanganinya dengan tepat dengan melaporkan adanya perbuatan terlarang pada aplikasi tersebut.

Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah bahwa mahasiswa sudah mengetahui apa itu kampanye hitam (black campaign) tetapi belum memahami bagaimana cara menaggulangi penyebaran kampanye hitam (black campaign). Serta penyebaran kampanye hitam (black campaign) ternyata benar ada di dalam sosial media yaitu aplikasi tiktok. Sehingga penyebaran kampanye hitam dapat lebih mudah dilakukan penyebarannya dengan menggunakan sosial media yang berbasis video audio tersebut.

D. KESIMPULAN

Dengan demikian dari hasil penelitian yang dilakukan dapat di ambil kesimpulan bahwa pemahaman mahasiswa unimed terhadap kampanye hitam (black campaign) dapat dikatakan mahasiswa mengetahui benar apa itu black campaign, tetapi masih banyak mahasiswa yang belum terlalu paham bahwa kampanye hitam itu adalah sebuah kampanye yang tidak dapat di normalisasi kan dalam pemilu. Dalam video yang ditampilkan terdapat beberapa mahasiswa yang tidak bisa membedakan yang mana kampanye hitam dan kampanye biasa. Tetapi jika mahasiswa menemukan adanya black campaign pada platform tiktok, mereka melaporkannya dan memberikan komentar pada postingan tersebut dan ada juga yang mengabaikannya. Tidak ada pemahaman khusus mengenai penanggulangan adanya kampanye hitam (*black campaign*). Sehingga diketahui bahwa mahasiswa belum dapat memahami dengan benar apa itu kampanye hitam (*Black Campaign*).

DAFTAR PUSTAKA

- Alifya, M., Syarif, U. & Jakarta, H., no date, 'VIRTU: JURNAL KAJIAN KOMUNIKASI, BUDAYA DAN ISLAM HUBUNGAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DALAM PEMILU 2024'.
- Asakusuma, C. & Rochmawati, I., 2023, Video Iklan Sebagai Media Persuasi Sosial Menyikapi Black Campaign, vol. 03.
- Dara Pamungkas, A. & Arifin, R., no date, DEMOKRASI DAN KAMPANYE HITAM DALAM

PENYELENGGARAAN PEMILIHAN UMUM DI INDONESIA (ANALISIS ATAS BLACK CAMPAIGN DAN NEGATIVE CAMPAIGN).

- Fatimah, S., 2018, 'Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu', *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 1(1).
- Kristina Hutapea, E., Santoso, P., Freddy Sitinjak Alexandra, H., Sukendro, A., Widodo, P., Studi Damai dan Resolusi Konflik, P., Keamanan Nasional, F., Pertahanan Republik Indonesia, U., Bogor, K. & Jawa Barat, P., 2023, 'Tantangan dan Upaya Penanganan Politik Identitas pada Pemilu 2024', *Jurnal Kewarganegaraan*, 7(1).
- Kurniawanl, R.C., 2009, 'Kampanye Politik: Idealitas dan Tantangan', 12(3), 257–390.
- Nasution, A.I., Azaria, D.P., Alfarissa, T., Rafi, F., Abidin, M. & Fauzan, M., 2023, 'PENINGKATAN PERAN BAWASLU REPUBLIK INDONESIA DALAM MENGAWASI KAMPANYE HITAM DI MEDIA SOSIAL PADA PEMILU SERENTAK 2024', 8(2), 173–190.
- Ngenget, I., Suryanjari, E., Saily, N., Astanto, S. & Effendi, I., 2023, 'Sosialisasi Pemahaman Model Kampanye Menjelang Pemilu 2024 Terhadap Siswa SMK Mandiri Bojong Gede Bogor', *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 1201–1210.
- Penelitian, L., Hasil, P., Ensiklopedia, P., Toni Parlindungan S, G., Munarof Gultom, M., Barat, S. & Katolik, P., 2023, 'PENDIDIKAN PENGAWASAN PEMILU BAGI MASYARAKAT UNTUK MEWUJUDKAN PEMILU BERINTEGRITAS', *Ensiklopedia Education Review*, 5(1).
- Priambodo, W. & Zuliarso, E., 2024, 'COMBINATION K-MEANS AND LSTM FOR SOCIAL MEDIA BLACK CAMPAIGN DETECTION OF INDONESIA PRESIDENTIAL CANDIDATES 2024 KOMBINASI K-MEANS DAN LSTM UNTUK DETEKSI BLACK CAMPAIGN DI MEDIA SOSIAL PADA CALON PRESIDEN INDONESIA 2024', *Jurnal Teknik Informatika (JUTIF)*, 5(2), 539–550.
- Provisi, J.B. & Riau, K., 2020, *Irwan Hafid-KEBIJAKAN KRIMINAL DALAM MENGATASI KAMPANYE HITAM (BLACK CAMPAIGN) DI MEDIA SOSIAL*.
- Susanti, S., Rachmaniar, R. & Koswara, I., 2021, 'Komunikasi Pemasaran Pengrajin Bambu Kreatif di Tasikmalaya', *JURNAL LENSE MUTIARA KOMUNIKASI*, 5(2), 1–8.
- Susanto, E.H., no date, *MEDIA SOSIAL SEBAGAI PENDUKUNG JARINGAN KOMUNIKASI POLITIK*.
- (Kurniawanl 2009; Fatimah 2018; Kristina Hutapea et al. 2023; Nasution et al. 2023; Penelitian et al. 2023; Alifya, Syarif & Jakarta no date; Dara Pamungkas & Arifin no date; Susanto no date)