

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bahasa memiliki berbagai fungsi. Menurut Halliday dalam Fatih (2013) terdapat tujuh fungsi bahasa, yakni; (1) fungsi instrumental (mengungkapkan keinginan), (2) fungsi regulatoris (mempengaruhi atau meyakinkan), (3) fungsi interaksional (menjalin kontak dan hubungan sosial), (4) fungsi personal (mengungkapkan pendapat), (5) fungsi heuristik (memperoleh informasi), (6) fungsi imajinatif (memenuhi dan menyalurkan rasa estetis), (7) fungsi informatif (menyampaikan informasi). Ketujuh fungsi tersebut dilakukan manusia dalam berkomunikasi. Begitu pun dengan fungsi regulatoris yang artinya bahasa berfungsi sebagai alat untuk mempengaruhi atau meyakinkan. Siapa pun dapat melakukan fungsi regulatoris. Seorang pegawai, pedagang, bahkan politisi dalam dunia politik pun melakukan fungsi regulatoris untuk kepentingannya. Salah satu fungsi regulatoris dalam dunia politik adalah berkampanye.

Kampanye merupakan tindakan politik untuk mendapatkan dukungan suara dalam suatu pemilihan. Rogers dan Storey dalam Venus (2009, hal. 7) mendefinisikan kampanye sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat terlihat bahwa bahasa merupakan media yang sangat penting dalam kampanye. Melalui bahasa orang dapat mengajak, mempengaruhi, membujuk, dan mengekspresikan apa pun yang dipikirkan.

Kampanye memiliki peran penting dalam suatu pemilihan. Melalui kampanye seseorang dapat mengetahui karakter seorang calon pemimpin. Setiap calon presiden atau Capres memiliki karakter dan keunggulan masing-masing. Hal tersebut menjadi hal pertama yang ditunjukkan kepada rakyat untuk memperoleh suara. Seperti yang tertulis dalam undang-undang Pasal 1 ayat (2) tahun 1945 bahwa kedaulatan ada di tangan rakyat dan dilakukan menurut Undang-Undang

Dasar. Kebijakan tersebut menjadi bukti bahwa setiap warga negara Indonesia berhak menggunakan hak pilihnya dalam memilih orang yang sekiranya bisa menjadi kepala negara.

Presiden yang diharapkan masyarakat tentu bukan pemimpin yang asal-asalan. Jujur, peduli rakyat, cerdas, dan bijaksana merupakan kriteria dasar yang seharusnya dimiliki oleh seorang pemimpin. Untuk mengetahui hal tersebut, masyarakat dituntut cerdas dalam memilih. Jika masyarakat salah memilih pemimpin, maka dampak yang sangat buruk akan terjadi dalam kelanjutan hidup masyarakat Indonesia. Konsep pemikiran tersebut menjadi alasan bagi beberapa orang untuk memublikasikan hasil pemikiran subjektif tentang seorang Capres atau partai yang bersangkutan melalui berita yang ditulis dalam media cetak maupun elektronik. Hal tersebut bertujuan agar orang yang benar-benar tepatlah yang terpilih menjadi pemimpin negara Indonesia.

Terdapat berbagai cara yang boleh dilakukan oleh seorang Capres dalam menarik hati dan meyakinkan masyarakat, salah satunya ialah berkampanye. Definisi kampanye berdasarkan UU Nomor 10 tahun 2008 pasal 1 angka 26 dalam Lanny (2013) adalah kegiatan peserta pemilu dengan tujuan untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi, dan program peserta pemilu. Kampanye memiliki beberapa jenis. Larson dalam Ruslan (2013, hal 25-26) menyebutkan tiga jenis kampanye, diantaranya; (1) kampanye yang berorientasi pada produk, (2) kampanye yang berorientasi pada calon (kandidat) untuk kepentingan politik, dan (3) kampanye yang bersifat khusus dan berdimensi perubahan sosial. Jika dilihat dengan pandangan sekilas, maka dapat terlihat tujuan positif yang diharapkan melalui kegiatan kampanye. Namun pada kenyataannya sering kali tujuan positif tersebut disalahgunakan oleh oknum-oknum tertentu untuk kepentingan pribadi, tentu saja hal ini dapat menyebabkan kerugian baik bagi masyarakat yang hendak memilih maupun setiap calon kadidat. Sebutan kampanye yang menyebabkan kerugian ini ialah kampanye hitam dan kampanye negatif.

Kampanye hitam dan kampanye negatif memiliki maksud yang sama, yaitu menjatuhkan lawan dalam suatu pemilihan. Namun kampanye hitam dan

kampanye negatif memiliki perbedaan yang sangat jauh apabila dilihat dari kesahihannya. Kampanye hitam merupakan tindakan kampanye yang dilakukan dengan cara menyebarkan berita bohong atau fitnah kepada seseorang atau masyarakat tentang seorang kandidat dalam suatu pemilihan. Sedangkan yang dimaksud dengan kampanye negatif adalah tindakan kampanye dengan cara memberitahukan kepada seseorang atau khalayak terkait kegiatan negatif atau buruk yang benar-benar pernah dilakukan oleh seorang kandidat dalam suatu pemilihan. Berdasarkan perbedaan tersebut masyarakat menyebutnya dengan sebutan kampanye hitam (*black campaign*) dan kampanye negatif (*negative campaign*). Kampanye hitam dan kampanye negatif merupakan salah satu bentuk tindakan yang sangat merugikan dalam dunia politik. Tidak heran banyak orang yang menolak keras aksi kampanye hitam dan kampanye negatif.

Bagi masyarakat yang cerdas, tentu mencari tahu tentang karakter, kepribadian, pendidikan, dan kegiatan sosial seorang Capres bukanlah hal yang sulit. Hanya dengan sering membaca berita dalam berbagai media dengan rutin, setiap masyarakat yang cerdas dan mau mencari tahu pasti akan dapat mengetahui seperti apa karakter dan pengalaman setiap Capres lebih dalam. Namun, bagaimana dengan masyarakat awam yang tidak tahu menahu tentang berita dalam media atau pun tidak memiliki keinginan untuk mencari tahu? Kampanye hitam dapat menjadi pengaruh yang sangat buruk bagi masyarakat yang tidak tahu banyak tentang setiap Capres. Tuturan kampanye hitam atau negatif yang dituliskan dalam berbagai media, akan sangat mempengaruhi masyarakat yang tidak tahu apa-apa, sehingga masyarakat tersebut berkemungkinan akan berpihak pada kampanye hitam atau kampanye negatif tersebut.

Setiap orang memiliki penerimaan yang berbeda-beda dalam menanggapi suatu kampanye negatif, karena kampanye negatif merupakan kampanye yang dilakukan seseorang dengan cara menyebarkan berita tentang hal buruk yang benar-benar pernah dilakukan oleh seorang calon pemimpin. Namun bagaimana dengan kampanye hitam yang dilakukan dengan cara menyampaikan berita bohong kepada masyarakat terkait seseorang? Tentu hal ini memberikan dampak yang lebih buruk apabila yang terpilih bukanlah orang yang seharusnya.

Bagaimana seseorang dapat terpengaruh terhadap berita bohong? Dan bagaimana cara menentukan bahwa suatu tuturan dapat ditentukan sebagai kampanye hitam. Untuk itulah dalam penelitian ini akan dipaparkan kajian tuturan kampanye hitam yang berasal dari *Suara Rakyat online*. Tuturan tersebut akan dibedah dengan analisis pragmatik, yang meliputi validitas tuturan performatif, daya tutur, dan jenis tutur. Melalui analisis pragmatik, kampanye hitam akan lebih terperinci dan lebih detail penjelasannya dalam mengungkap kesahihan, daya tutur, dan cara seseorang dalam menuturkan kampanye hitam. Oleh sebab itu, peneliti menggunakan analisis pragmatik dalam mengkaji penelitian ini. Sasaran yang dijadikan objek dalam penelitian ini ialah kampanye hitam yang dialamatkan kepada Capres RI dalam pemilihan presiden atau Pilpres 2014, Jokowi Dodo dan Prabowo Subianto.

1.2 Rumusan Masalah

Masalah pokok dalam penelitian ini adalah mengungkap daya tutur dalam teks kampanye hitam. Berikut beberapa pertanyaan penelitian dalam memecahkan masalah tersebut.

- 1.2.1** Bagaimana validitas performatif tuturan kampanye hitam kepada Capres Jokowi Dodo dan Prabowo Subianto dalam Pilpres 2014?
- 1.2.2** Bagaimana daya tutur dalam kampanye hitam kepada Capres Jokowi Dodo dan Prabowo Subianto dalam Pilpres 2014?
- 1.2.3** Bagaimana jenis tuturan dalam kampanye hitam kepada Capres Jokowi Dodo dan Prabowo Subianto dalam Pilpres 2014?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan beberapa hal, diantaranya:

- 1.3.1 mendeskripsikan validitas tuturan performatif kampanye hitam kepada Capres Jokowi Dodo dan Prabowo Subianto dalam Pilpres 2014;
- 1.3.2 mendeskripsikan daya tutur dalam kampanye hitam kepada Capres Jokowi Dodo dan Prabowo Subianto dalam Pilpres 2014;
- 1.3.3 mendeskripsikan jenis tuturan dalam kampanye hitam kepada Capres Jokowi Dodo dan Prabowo Subianto dalam Pilpres 2014.

1.4 Manfaat Penelitian

Terdapat berbagai manfaat dalam penelitian ini. Berikut uraiannya.

1.4.1 Secara Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini dapat berguna sebagai salah satu bukti kajian pragmatik.

1.4.2 Secara Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, diantaranya:

1.4.2.1 Kalangan Masyarakat

Bagi kalangan masyarakat luas, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bahwa melakukan kampanye hitam dengan cara mempengaruhi masyarakat lain untuk berpikiran negatif melalui bentuk tuturan ataupun lainnya dengan menggunakan media apapun, merupakan tindakan salah. Melalui penelitian ini, masyarakat pun diharapkan dapat menggunakan bahasa atau tuturan yang baik dan benar dalam menuturkan suatu pendapat terkait Capres tanpa memberikan pengaruh apa pun bagi lawan tutur, sehingga terbebas dari tindakan yang mengarah kepada kampanye hitam maupun kampanye negatif.

1.4.2.2 Kalangan Pendidik

Bagi kalangan pendidik, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan pembelajaran untuk disampaikan kepada para pelajar bahwa kampanye hitam adalah suatu bentuk kegiatan yang harus dihindari. Kampanye hitam dapat membawa dampak sangat buruk terhadap para pelajar, terkhusus

pelajar yang sudah cukup umur dan siap menggunakan hak pilihnya. Jika sejak awal para pemilih pemula telah diberitahu tentang cara membedakan kampanye yang positif dan tidak, maka kedepannya seorang pemilih pemula akan lebih berhati-hati terhadap tuturan kampanye hitam maupun negatif.

1.4.2.3 Kalangan Pemerintah

Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan pembelajaran, agar pemerintah dapat lebih menimbang dan memilih Capres yang jauh dari tindakan bermasalah. Hal tersebut akan mengurangi kekhawatiran warga Indonesia terkait seorang Capres. Kebutuhan Indonesia tentang seorang pemimpin yang benar-benar tepat dapat diraih jika masyarakat dapat menelaah setiap Capres dengan baik tanpa adanya pengaruh berita negatif apa pun.

1.5 Sistematika Laporan Penelitian

Terdapat sistematika penulisan yang diuraikan dalam penelitian ini. Pada bab I diuraikan latar belakang dilakukannya penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika laporan penelitian. Pada bab II akan dipaparkan mengenai tinjauan pustaka, kerangka teori, dan konteks penelitian. Pada bab III akan dijelaskan tentang metode penelitian yang meliputi data, sumber data, teknik penelitian, definisi operasional, instrumen penelitian, dan alur penelitian. Pada bab IV akan dipaparkan terkait temuan dan pembahasan. Pada bab V akan dipaparkan mengenai simpulan, implikasi dan rekomendasi.