

ETIKA KAMPANYE DALAM PENYELENGGARA PILKADA

MENURUT FIKIH SIYASAH

(Studi Analisis Pilkada Kota Medan Tahun 2015)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana (S1) Dalam Ilmu Syari'ah Jurusan Siyasa
Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Sumatera Utara

Oleh :

MUHAMMAD FAUZI NASUTION

NIM: 23124015



FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SUMATERA UTARA

M E D A N

2017 M

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI	i
IKHTISAR	iii
KATA PENGANTAR	iv
 BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian.....	12
E. Kerangka Teoritik	13
F. Metodologi Penelitian	19
G. Sistematika Pembahasan	21
 BAB II. KONSEP KAMPANYE PILKADA MENURUT PEATURAN PERUNDANG-UNDANGAN	
A. Pengertian Kampanye	23
B. Etika Kampanye dan Komunikasi Politik	32
C. Konsep Kampanye Pilkada Menurut Peraturan Perundang-Undangan.....	36
 BAB III . GAMBARAN UMUM KOTA MEDAN DAN PELAKSANAAN KAMPANYE PILKADA KOTA MEDAN TAHUN 2015	
A. Gambaran Singkat Kota Medan Dan Pelaksanaan Pilkada Kota Medan Tahun 2015.....	44

B. Peraturan Komisi Pemilihan Umum (Kpu) Tentang Kampanye Pilkada Di Kota Medan Tahun 2015.....	49
C. Pelaksanaan Kampanye Pilkada Kota Medan Pada Tahun 2015.....	53
 BAB IV. KAJIAN FIQH SIYASAH TENTANG ETIKA KAMPANYE PILKADA KOTA MEDAN TAHUN 2015	
A. Hukum Berkampanye Dalam Islam.....	67
B. Etika Kampanye Dalam Islam.....	71
C. Analisis Kajian Fiqh SiyasaH Tentang Etika Kampanye dalam Pemilihan Kepala Daerah Kota Medan Tahun 2015.....	82
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	94
B. Saran-Saran.....	95
 DAFTAR PUSTAKA.....	
 DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
 LAMPIRAN.....	

IKHTISAR

Penelitian ini berjudul: **Etika Kampanye dalam Penyelenggara Pilkada Menurut Fikih Siyasah (Studi Analisis Pilkada Kota Medan Tahun 2015)**. Pada pembahasannya, pada saat berlangsungnya penyelenggaraan pemilihan kepala daerah Kota Medan tahun 2015; selama pemilihan kepala daerah (Walikota) Kota Medan, tidak tertutup kemungkinan terdapat kekurangan-kekurangan dimana terjadi pelanggaran-pelanggaran dalam penyelenggarannya terutama pada saat kampanye, dimana pada saat kampanye pemilihan kepala daerah Kota Medan terdapat bentuk pelanggaran pelanggaran yang menyerang kandidat kedua pasangan calon walikota dan calon wakil wali kota yaitu adanya perbuatan pelanggaran etika kampanye seperti kampanye hitam/sering disebut (*black campaign*), baik melalui media cetak berupa tabloid maupun media online berupa website, media sosial, youtube dan sebagainya. Adapun rumusan masalah dalam skripsi ini akan membahas tentang: bagaimana konsep kampanye pilkada menurut peraturan perundang-undangan, bagaimana pelaksanaan kampanye pada pemilihan kepala daerah Kota Medan tahun 2015 dan bagaimana kajian fiqh siyasah terhadap etika kampanye dalam pemilihan Kepala Daerah Kota Medan Tahun 2015. Adapun langkah-langkah yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dimulai dari pengumpulan data, baik yang primer maupun yang sekunder. Data-data tersebut akan ditelusuri dalam literatur yang dipandang relevan. Setelah penulis meneliti dan menganalisa, penulis mengambil kesimpulan bahwa: pelanggaran etika kampanye), pada Pilkada Kota Medan Tahun 2015 di media massa dan media sosial terdapat penyebaran fitnah dan pemberitaan bohong diantaranya isu anti kaum Tionghoa, isu uang (*many politic*) dengan yang dibagi-bagi kepada masyarakat kota Medan, dan isu nepotisme di pemko Medan. Dalam UU No. 32 tahun 2008 tentang pemilu dan di pertegas dalam UU No. 42 tahun 2008 pada bagian keempat larangan dalam kampanye pasal 41 (1) pelaksana, peserta, dan petugas Kampanye dilarang menghina seseorang, agama, suku, ras, golongan, calon dan/atau pasangan calon yang lain dipidana dengan pidana penjara paling singkat 6 (enam) bulan dan paling lama 24 (dua puluh empat) bulan dan denda paling sedikit Rp 6.000.000,00 (enam juta rupiah) dan paling banyak Rp 24.000.000,00 (dua puluh empat juta rupiah).

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puja dan puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT Sang Pencipta alam, yang telah memberikan rahmat sebagai bentuk kasih sayang-Nya dan menjadikan alam untuk bahan renungan bagi orang-orang yang berakal sebagai tanda dari hidayah-Nya, sehingga dengan segala petunjuk-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Selanjutnya shalawat dan salam penulis persembahkan kepada buah hati ibunda Aminah Sang pemimpin umat ialah Nabi Muhammad SAW, sebagai suri tauladan yang syafa'atnya juga yang diharapkan pada hari penghabisan kelak.

Dalam memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Lengkap (S-1) pada Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sumatera Utara di Medan. Maka penulis menyusun skripsi dengan judul: **“ETIKA KAMPANYE DALAM PENYELENGGARA PILKADA MENURUT FIKIH SIYASAH (Studi Analisis Pilkada Kota Medan Tahun 2015)”**.

Sebagai Mahasiswa, sepanjang proses penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis banyak mengalami hambatan dan kesusahan, jenuh dalam berpikir dan ragu-ragu dalam tindakan, namun berkat doa, semangat dan dorongan dari berbagai pihak baik berupa material dan spiritual akhirnya hambatan tersebut dapat teratasi. Karenanya dalam kesempatan ini izinkan penulis menyampaikan rasa terima kasih yang

sebesar-besarnya dalam bentuk ucapan yang sederhana kepada semua pihak yang turut berpartisipasi atas selesainya skripsi ini.

Pertama sekali penulis ucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada Ayah Ilyas Nasution dan Ibunda Karimah Harahap tercinta yang telah melahirkan, mendidik dan membimbing penulis selama ini. Semoga pencapaian ini, sebagai tanda bahwa penulis menjadi anak shaleh dan berbakti kepada beliau walaupun usaha ini masih jauh dari kata maksimal.

Dan ucapan terima kasih yang begitu besar penulis ucapkan kepada Bapak Drs. Syu'aibu, M Hum selaku pembimbing I dan Ibu Deasy Yunita Siregar, M Pd selaku pembimbing II, dan yang telah memberikan bimbingan dan mengarahkan penulis dalam mengadakan penelitian dan penulisan skripsi ini. Dan kepada Ibunda Nur Cahaya M Ag selaku penasehat Akademik. Semoga kebaikan yang diberikan menjadi amal shaleh dan mendapatkan balasan kebaikan dari Allah SWT.

Ucapan senada juga penulis ucapkan kepada Bapak Dr. Zulham, SHI. M. Hum selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN-SU beserta segenap Pembantu Dekan. Kepada Ibunda Fatimah, S.Ag, M.Ag selaku Kepala Jurusan Siyasah yang telah banyak memberikan bahan pertimbangan tentang khazanah keilmuan kepada penulis. Dan begitu juga halnya kepada seluruh Bapak- Ibu Dosen Fakultas Syari'ah Dan Hukum yang telah begitu banyak membimbing dan berbagi ilmu kepada penulis, semoga ilmu pengetahuan yang bapak-ibu berikan menjadi alat untuk mencapai syurga kelak, serta kepada Staf Akademik

dilingkungan Fakultas Syariah penulis ucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya.

Dan ucapkan terima kasih yang sangat tulus kepada seluruh keluarga tercinta, kepada Kakanda Masliana Nasution, Kakanda Maisaroh Nasution, dan Adinda Zidan Aman Bakti Nasution..

Ucapan terimakasih yang sangat mendalam penulis ucapkan kepada sahabat setia Muhammad Hasan Nasution, Syafrida Ayudhia Matondang, Muhammad Abul Hasan, Rahmad Maulana Siddik, Agung Martua Harahap.

Sebagai manusia yang biasa, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini belum mencapai hasil sebagaimana yang diharapkan, yaitu kesempurnaan baik dari segi isi, bahasa maupun segi analisa dan sistematika pembahasannya. Karenanya penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran yang konstruktif dari pembaca demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi penulis dan para pembaca. Semoga Allah SWT meridhoi-Nya. Amin

Medan. 2017
Penulis

Muhammad Fauzi Nasution
Nim: 23124015

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemilihan umum (pemilu) merupakan salah satu sarana atas demokratisasi politik di Indonesia¹, dan menjadi penting karena mengandung beberapa intisari di dalamnya, yakni; pertama, pemilu merupakan wahana bagi tegaknya demokrasi dan hukum; kedua pemilu adalah media artikulasi politik rakyat “Proses penyampaian aspirasi, kepentingan dan tuntutan rakyat terhadap lembaga politik yang ada seperti DPR/MPR/PDP/DPRD”; ketiga, pemilu diselenggarakan untuk menjadi penghubung komunikasi antara rakyat dengan pemimpinnya, dan keempat, pemilu diselenggarakan dengan dana yang tidak kecil². Seperti diketahui bahwa kampanye akan mempunyai pengeluaran yang besar, melalui biaya kendaraan kandidat dan lainnya, sampai pembelian waktu tanyang untuk iklan di TV, radio, dan media-media lain, oleh karena itu kandidat sering mencurahkan banyak waktu dan upaya dalam

¹ M. Karim Rusli, *Pemilu Demokratis kompetitif* (Yogyakarta; PT. Tiara Wacana, 1991), h. 29

² Muhaki, *Mekanisme Suara Terbanyak Bagi Pemilu Legislative* (al Daulah, Vol. I, Nomor 2 Tahun 2011, h. 148

pengumpulkan dana untuk dapat menutupi pembiayaan kampanyenya.

Sejak reformasi digulirkan hingga kini, demokrasi menjadi ajang kebebasan berpolitik yang terkadang hanya mengarah kepada kegaduhan semata,³ hal tersebut terlihat dari sebagian elit politik yang melihat dan memperlakukan demokrasi bukan sebagai sebuah proses yang harus dibangun dan dikawal sebagaimana sepatutnya, melainkan dilihatnya sebagai sebuah ruang kosong yang bebas di isi apa saja dan boleh melakukan apapun di dalamnya.⁴

Kegaduhan politik merupakan akibat dari sistem pemilu yang menggunakan sistem proporsional terbuka/sistem perwakilan artinya dalam Pemilu ada kebebasan bagi pemilih dalam menentukan kandidat yang didukungnya, sebagai perbaikan dari sistem pemilu sebelumnya dengan mekanisme proposional tertutup artinya kekuatan partai politik lebih besar dari dari partisipasi publik, proposional tertutup juga tidak berjalan dan kesempatan calon terpilih lebih tidak adil.⁵ Selain itu, objektivitas dan pandangan dan penilaian terhadap suatu

³ Zaenal A. Budiyono, *Memimpin di Era Politik Gaduh* (Jakarta; DCSC Publisng, 2012) h. i

⁴ *Ibid.*,

⁵ Muhaki, *Mekanisme Suara Terbanyak*, h. 148

partai politik atau kandidat pemimpin kepala daerah yang mencalonkan diri menjadi sesuatu yang sulit diamati.⁶ Adapun salah satu faktor yang menentukan objektivitas pandangan dan penilaian masyarakat terhadap partai politik maupun kandidat yang mencalonkan diri adalah dengan adanya komunikasi politik.

Pada era sekarang (pasca reformasi), terlihat peranan rakyat yang begitu penting di dalam mekanisme pemilihan kepala daerah, berbeda dengan era sebelumnya (orde baru) dimana intervensi pemerintah yang berkuasa begitu kuat dalam mekanisme pemilihan kepala daerah di seluruh Indonesia. Dalam masa sekarang ini pula perbaikan terhadap undang-undang pemilu lebih diperhatikan terutama perihal permasalahan yang terkait dengan masalah kampanye.

Kampanye pada perkembangannya mengalami semacam perubahan nilai dan perubahan gaya dalam menyampaikan visi dan misi kepada khalayak. Macam-macam model komunikasi di era sebelumnya bahkan mungkin lebih berbeda pula untuk pemilu sekarang dimana peranan media cetak dan elektronik

⁶ Zaenal A. Budiono, *Memimpin di Era Politik Gaduh.*, h. iii

menjadi begitu dominan dibanding komunikasi yang bersifat orasi.⁷

Proses komunikasi politik dalam pilkada merupakan sarana dan wahana dalam penyampaian pesan-pesan politik baik oleh partai maupun kandidat yang mencalonkan diri.⁸ Dalam hal ini, kampanye merupakan salah satu bentuk komunikasi politik yang esensinya merupakan strategi control sosial dalam rangka mengarahkan psikologi dan perilaku pemilih untuk menyesuaikan dan menuruti apa yang diprogramkan oleh suatu partai politik.⁹ Kampanye juga dapat dikategorikan sebagai sosial yang di dalamnya adalah memperkenalkan ide atau gagasan atau wacana sebagai produk yang dipasarkan.

Dalam hal demikian kegiatan kampanye pilkada adalah proses mempersuasi khalayak/mempengaruhi dan meyakinkan orang untuk bersedia menerima, mendukung dan akumulasinya dalam memilih partai atau kandidat yang dikampanyekan. Undang undang tentang kampanye sendiri telah diatur dalam pemilihan pilkada. Mekanisme semacam ini tentu memiliki

⁷ Elvinora Ardianto, *Komunikasi Massa, Suatu pengantar*, (Bandung; Simbiosis Rakatama Media, 2007), h. 7

⁸Krishno Hadi, Joko Susilo, dkk, *Perilaku Partai Politik (Studi Perilaku Partai Politik Dalam Kampanye Dan Kecendrungan Pemilih Pada Pemilu 2004)*, (Malang; UMM Press, 2006), h. 35

⁹ *Ibid.*, h. 40

pertimbangan hukum dan apabila dilaksanakan mesti memiliki implikasi, baik yang direncanakan atau diharapkan maupun yang tidak diharapkan. Oleh karena itu, pelaksanaan kampanye perlu diatur agar sesuai dengan Etika Islam, dan tidak menyimpang dari garis-garis yang ditetapkan Syari'at Islam. Terutama bagi partai-partai yang menyatakan dirinya Partai Islam atau Partai yang berasaskan Islam.¹⁰

Pada saat berlangsungnya penyelenggaraan pemilihan kepala daerah Kota Medan tahun 2015; selama pemilihan kepala daerah (Walikota) Kota Medan, tidak tertutup kemungkinan terdapat kekurangan-kekurangan dimana terjadi pelanggaran-pelanggaran dalam penyelenggarannya terutama pada saat kampanye, dimana pada saat kampanye pemilihan kepala daerah Kota Medan terdapat beberapa bentuk pelanggaran-pelanggaran yang menyerang kandidat kedua pasangan calon walikota dan calon wakil wali kota yaitu adanya perbuatan pelanggaran etika kampanye diantaranya kampanye hitam/sering disebut (*black campaign*), baik melalui media cetak berupa tabloid maupun media online berupa website, media sosial, youtube dsb.

¹⁰ Dewan Syari'ah Pusat Partai Keadilan Sejahtera, *Tentang 8 Etika Kampanye Dalam Islam* Nomor : 23/B/K/DSP-PKS/1429. Jakarta: 2008.

Menurut Komisioner Komisi Pemilihan Umum (KPU), Pandapotan Tamba, terdapat kampanye jahat atau bohong yang mengarah ke dua calon Walikota. Ia mencatat ada delapan isu yang mengarah ke Ramadhan Pohan dan intensitasnya semakin meningkat mendekati pilkada. Isu-isu tersebut diantaranya terkait ketidaksukaan sebagian umat Islam yang menganggap Ramadhan Pohan pro pada agama lain, Ramadhan Pohan dianggap sebagai antek kelompok cina ini dilihat dari pasangannya yang keturunan Tionghoa sehingga disebut sebagai antek cina, dan persoalan domisili tempat tinggal yang bukan berada di wilayah Medan. Sedang untuk T. Dzulmi Eldin, Pandapotan tamba juga menyebutkan terdapat empat isu diantaranya isu anti kaum Tionghoa, padahal dia mendorong kesetaraan semua golongan. Lalu isu uang dengan yang dibagikan kepada masyarakat kota Medan, isu gagal dalam mengemban amanah perbaikan kota Medan periode yang lalu dan soal kuatnya praktek isu nepotisme di pemko Medan.¹¹

Menanggapi maraknya isu bohong dan fitnah di media massa dan media sosial, panwas Kota Medan Teguh Satya Wira, mengkategorikan hal tersebut sebagai pelanggaran berita oleh

¹¹ <https://www.google.co.id/> Kampanye. Bohong. Dan. Fitnah. Merebak diakses pada 4 Januari 2016

media massa. Teguh Satya Wira mengatakan ada beberapa kategori pelanggaran. Pertama, kategori berita bohong atau fitnah. Kategori kedua, lanjut Teguh Satya Wira, berita menghakimi. Baru diduga terlibat kasus korupsi seakan-akan media mengambil peran sebagai penegak hukum. Pelanggaran berikutnya adalah berita yang tidak berimbang, jadi hanya mewawancarai yang tertuduh, pihak lainnya tidak diwawancarai.

Menurutnya, yang harus diperhatikan dan dihindari adalah etika-etika dalam berkampanye dan menghindari hal-hal yang yang tidak baik seperti kampanye bohong atau fitnah sering disebut (*black campaign*), Ia menilai masyarakat perlu tahu rekam jejak setiap calon Wali Kota Medan, itu wajib dibagi pada publik.¹² Dalam kajian fiqh siyasah dan dari perspektif ajaran agama termasuk *akhlaqul madzmumah* atau sifat yang tercela disebut dan termasuk ke dalam perbuatan fitnah, hasud, ghibah, namimah.

Sebagaimana firman Allah Swt dalam Perbuatan Fitnah artinya: menyebarkan kabar tidak benar/menyiarkan rahasia (aib) seseorang kepada orang lain padahal orang itu tidak

¹² <https://www.google.co.id/elang>. Kampanye. Bohong. Dan. Fitnah. Merebak diakses pada 4 Januari 2016

pernah melakukannya. sebagaimana firman Allah SWT dalam (QS. al- Baqarah /2: 193):

وَقَتِلُوهُمْ حَتَّىٰ لَا تَكُونَ فِتْنَةٌ وَيَكُونَ الدِّينُ لِلَّهِ فَإِنِ انْتَهَوْا فَلَا عُدْوَانَ إِلَّا
عَلَى الظَّالِمِينَ ﴿١٩٣﴾

Artinya: “Dan perangilah mereka itu, sehingga tidak ada fitnah lagi dan (sehingga) ketaatan itu hanya semata-mata untuk Allah. Jika mereka berhenti (dari memusuhi kamu), maka tidak ada permusuhan (lagi), kecuali terhadap orang-orang yang zalim”.¹³

Dalam setiap Pemilu maupun Pilkada akan banyak ditemui perbuatan-perbuatan yang melanggar etika dalam kehidupan bermasyarakat khususnya dalam berkampanye politik, salah satunya adalah kampanye hitam dimana kampanye bertujuan untuk menjatukan lawan politik melalui isu-isu yang tidak berdasar;¹⁴ Hal ini tentu menimbulkan problematika di kalangan tim sukses maupun masyarakat pada umumnya, karena merupakan perbuatan yang tercela dari perspektif ajaran agama, etika masyarakat, norma-norma dan hukum maka perbuatan tersebut patut di jauhi agar terciptanya demokrasi yang baik sebagaimana tercantum dalam pembukaan Undang-

¹³ Departemen Agama Republik Indonesia. Al-Quran dan terjemahannya, (Jakarta: PT Tanjung Mas. 1992) h. 47

¹⁴Arti kampanye dalam @glosarium.com search engine www.google.com. Diakses pada 4 Januari 2016

Undang Dasar 1945 guna mewujudkan masyarakat yang sejahtera.

Sebagaimana menurut UU NO 8 tahun 2015, Pasal 69 dari butir huruf A S/D K peserta kampanye tidak boleh mempersoalkan dasar negara Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945; menghina seseorang, agama, suku, ras, golongan, Calon Gubernur, Calon Wakil Gubernur, Calon Bupati, Calon Wakil Bupati, Calon Walikota, Calon Wakil Walikota, dan/atau Partai Politik; melakukan Kampanye berupa menghasut, memfitnah, mengadu domba Partai Politik, perseorangan, dan/atau kelompok masyarakat; menggunakan kekerasan, ancaman kekerasan atau menganjurkan penggunaan kekerasan kepada perseorangan, kelompok masyarakat dan/atau Partai Politik; mengganggu keamanan, ketenteraman, dan ketertiban umum; mengancam dan menganjurkan penggunaan kekerasan untuk mengambil alih kekuasaan dari pemerintahan yang sah; merusak dan/atau menghilangkan alat peraga Kampanye; menggunakan fasilitas dan anggaran Pemerintah dan Pemerintah Daerah; menggunakan tempat ibadah dan tempat pendidikan; melakukan pawai yang dilakukan dengan berjalan kaki dan/atau dengan

kendaraan di jalan raya; dan/atau k. melakukan kegiatan Kampanye di luar jadwal yang telah ditetapkan oleh KPU Provinsi dan KPU Kabupaten/Kota.¹⁵

Kampanye juga dapat dikatakan sebagai bentuk propaganda.¹⁶ Propaganda di dalam islam sendiri disebut di'ayah. Apabila dilihat dari segi fiqh siyasah, memang tidak ada rujukan secara langsung tentang kampanye dalam perspektif fiqh siyasah, sebagaimana kampanye yang dilakukan seperti sekarang ini. Mengingat dalam masa Rasulullah, tidak pernah ada pemilihan umum (pemilu), maka secara otomatis tidak ada pula pelaksanaan kampanye seperti sekarang.

Namun, apabila diqiyaskan dengan peristiwa setelah masa Rasullullah wafat, yakni masa khulafaurasidin dan para sahabat tentang pemilihan pemimpin, maka dapat ditemukan rujukan melalui ijtihadnya dalam mengeluarkan hukum-hukum syar'i yang memuat prinsip-prinsip sistem politik dan sistem pemerintahan. Mengingat, dalam sejarahnya, pada setiap masa peralihan kepemimpinan yang mengacu pada masa Khulafaurasidin, memang belum ada ketentuan yang baku dan

¹⁵ UU No 8 Tahun 2015 tentang pemilihan Pemilihan Gubernur, Bupati, Dan Walikota

¹⁶ <http://id.m.wikiedia.org/kampanye> diakses pada 16 November 2016

berbeda beda pula prosedurnya dalam hal proses pemilihan pemimpin.¹⁷

Melalui pertimbangan hukum seperti ini, penulis ingin lebih menjabarkan tentang apakah tindakan kampanye di atas sudah berdampak positif (masalah) bagi masyarakat, atau justru sebaliknya lebih banyak mendatangkan dampak negatif (mafsadah) bagi kehidupan masyarakat kota Medan, dan bagaimana menurut fiqh siyasah dalam menjawab latar belakang diatas tadi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis uraikan diatas maka dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana konsep dan pelaksanaan kampanye pada pilkada Kota Medan tahun 2015?
2. Bagaimana kajian fiqh siyasah terhadap etika kampanye pada pilkada Kota Medan tahun 2015 ?

¹⁷ Abu al-Hasan al-Mawardi dalam al-ahkam al-suthaniyah, h.365

C. Tujuan Penelitian

Penyusunan karya ilmiah ilmiah sesuai judul diatas ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui konsep dan pelaksanaan kampanye pada pilkada Kota Medan tahun 2015.
2. Untuk mengetahui kajian fiqh siyasah terhadap etika kampanye pada pilkada Kota Medan tahun 2015.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu:

- a. Secara praktis:
 1. Menciptakan iklim politik yang sangat kondusif serta nyaman. Secara khusus, bagi penulis merupakan sebuah wahana perluasan wawasan pemikiran terhadap perkembangan ilmu yang semakin maju.
- b. Secara Keilmuan:
 1. Sebagai sumbangsih keilmuan bagi ilmu pengetahuan disiplin ilmu syari'ah dan siyasah.
 2. sebagai salah satu bentuk pemahaman terhadap pentingnya sebuah aturan hukum didalam kehidupan berbangsa dan bernegara.

E. Kerangka Teoritik

Kampanye merupakan salah satu bentuk komunikasi politik yang esensinya merupakan strategi control sosial dalam rangka mengarahkan psikologi dan perilaku pemilih untuk menyesuaikan dan menuruti apa yang diprogramkan oleh suatu partai politik. Undang undang tentang kampanye sendiri telah diatur dalam pemilihan pilkada. Mekanisme semacam ini tentu memiliki pertimbangan hukum dan apabila dilaksanakan mesti memiliki implikasi, baik yang direncanakan atau diharapkan maupun yang tidak diharapkan.

Berdasarkan UU NO 8 tahun 2015, Pasal 69 dari butir huruf A S/D K peserta kampanye tidak boleh mempersoalkan dasar negara Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945; menghina seseorang, agama, suku, ras, golongan, Calon Gubernur, Calon Wakil Gubernur, Calon Bupati, Calon Wakil Bupati, Calon Walikota, Calon Wakil Walikota, dan/atau Partai Politik; melakukan Kampanye berupa menghasut, memfitnah, mengadu domba Partai Politik, perseorangan, dan/atau kelompok masyarakat; menggunakan kekerasan, ancaman kekerasan atau menganjurkan penggunaan kekerasan kepada perseorangan, kelompok masyarakat dan/atau

Partai Politik; mengganggu keamanan, ketenteraman, dan ketertiban umum; mengancam dan menganjurkan penggunaan kekerasan untuk mengambil alih kekuasaan dari pemerintahan yang sah; merusak dan/atau menghilangkan alat peraga Kampanye; menggunakan fasilitas dan anggaran Pemerintah dan Pemerintah Daerah; menggunakan tempat ibadah dan tempat pendidikan; melakukan pawai yang dilakukan dengan berjalan kaki dan/atau dengan kendaraan di jalan raya; dan/atau k. melakukan kegiatan Kampanye di luar jadwal yang telah ditetapkan oleh KPU Provinsi dan KPU Kabupaten/Kota.¹⁸

Dalam islam sendiri telah ditanamkan bagaimana etika berkomunikasi kepada sesama manusia khususnya di kehidupan sehari-hari seperti: *Qawlan Sadidan* berarti pembicaraan, ucapan, atau perkataan yang benar, baik dari segi substansi (materi dan isi pesan) maupun redaksi (tata bahasa). Dari segi substansi, komunikasi Islam harus menginformasikan atau menyampaikan kebenaran, faktual, hal yang benar saja, jujur, tidak berbohong, juga tidak merekayasa atau memanipulasi fakta. “*Dan jauhilah perkataan-perkataan dusta*” (QS. Al-Hajj:30). “*Hendaklah kamu berpegang pada kebenaran (shidqi) karena sesungguhnya*

¹⁸ UU No 8 Tahun 2015 tentang pemilihan Pemilihan Gubernur, Bupati, Dan Walikota

kebenaran itu memimpin kepada kebaikan dan kebaikan itu membawa ke surga” (HR. Muttafaq ‘Alaih). *“Katakanlah kebenaran walaupun pahit rasanya”* (HR Ibnu Hibban).

Dari segi redaksi, komunikasi Islam harus menggunakan kata-kata yang baik dan benar, baku, sesuai kaidah bahasa yang berlaku. *“Dan berkatalah kamu kepada semua manusia dengan cara yang baik”* (QS. Al-Baqarah:83). *“Sesungguhnya segala persoalan itu berjalan menurut ketentuan”*(H.R. Ibnu Asakir dari Abdullah bin Basri).¹⁹

Dalam setiap pelaksanaan kampanye Pemilu maupun Pilkada akan ditemukan pelanggaran etika seperti kampanye hitam, namun dalam islam sendiri tidak dikenal kampanye hitam, tapi islam mengqiyaskan dengan beberapa yang menjadi persoalan seperti fitnah, hasud, ghibah dan naminah.

a. Fitnah

Fitnah artinya: menyebarkan kabar tidak benar/ menyiarkan rahasia (aib) seseorang kepada orang lain padahal orang itu tidak pernah melakukannya. sebagaimana firman Allah SWT dalam Perbuatan Fitnah artinya:

¹⁹ Mafri Amir, *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam*, (Jakarta: Logos 1999), h. 91.

menyebarkan kabar tidak benar/menyiarkan rahasia (aib) seseorang kepada orang lain padahal orang itu tidak pernah melakukannya. sebagaimana firman Allah SWT dalam (QS. al-Baqarah /2: 217):

وَالْفِتْنَةُ أَكْبَرُ مِنَ الْقَتْلِ ﴿٢١٧﴾

Artinya: *Dan berbuat fitnah lebih besar (dosanya) dari pada membunuh Dan dalam (QS. al-Baqarah /2: 193).*²⁰

وَقَاتِلُوهُمْ حَتَّىٰ لَا تَكُونَ فِتْنَةٌ وَيَكُونَ الدِّينُ لِلَّهِ فَإِنِ انْتَهَوْا فَلَا عُدْوَانَ إِلَّا

عَلَى الظَّالِمِينَ ﴿١٢٢﴾

Artinya: *“Dan perangilah mereka itu, sehingga tidak ada fitnah lagi dan (sehingga) ketaatan itu hanya semata-mata untuk Allah. Jika mereka berhenti (dari memusuhi kamu), maka tidak ada permusuhan (lagi), kecuali terhadap orang-orang yang zalim”.*²¹

b. Hasud

Hasud yaitu usaha seseorang yang iri dan dengki untuk mempengaruhi orang lain supaya tidak suka atau memusuhi orang lain:

sebagaimana hadits yang diriwayatkan oleh abu Daud: *“Rasulullah SAW jauhkanlah dirimu dari hasud karena hasud itu memakan kabikan-kebaikan sebagaimana api memakan kayu bakar”.*

²⁰ Departemen Agama Republik Indonesia. Al-Quran dan terjemahannya, (Jakarta: PT Tanjung Mas. 1992) h. 52.

²¹ *Ibit. h. 42.*

c. Ghibah

Ghibah atau Menggunjing adalah membicarakan orang lain tentang suatu hal dengan cara menambah atau mengurangi serta mencari cari kesalahan orang tersebut.

Allah Ta'ala berfirman, (QS. Al-Hujuraat: 12):

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُم بَعْضًا أَيُّبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ ﴿١٢﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan purba-sangka (kecurigaan), karena sebagian dari purba-sangka itu dosa. Dan janganlah mencari-cari keburukan orang dan janganlah menggunjingkan satu sama lain. Adakah seorang diantara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima Taubat lagi Maha Penyayang”.

d. Namimah

Istilah namimah sering diartikan adu domba (makna kias), Mereka adalah orang yang pekerjaannya memecah belah terhadap kondisi yang baik menjadi tidak baik, Namimah atau adu domba adalah perilaku menyebar isu atau gosip terhadap suatu kondisi yang menjadikan orang lain (yang mendengar) mendorong untuk marah dengan tujuan agar orang lain saling berselisih atau bertengkar. Orang yang berperilaku namimah/adu domba senang mencari informasi

tentang kesalahan/kenegatifan seseorang, ia senang membuat kabar rekayasa terhadap suatu kondisi setelah kabar itu diperoleh atau dibuat secara yakin, kemudian dikabarkan/dibiaskan lewat seseorang yang akhirnya orang yang terbias itu terpengaruh dan mencoba menyampaikan berita tersebut kepada orang lain pula. Akhirnya kabar tersebut sampailah kepada orang yang dituju/sasaran. Sebagaimana dalam Q.S Al-Hujarat : 6.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا

بِجَهْلَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang Fasik membawa suatu berita, Maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.”*²²

Jika orang yang dituju tidak sadar/tidak sabar pula maka situasi akan menjadi panas, bahkan sering pula terjadi pertengkaran baik secara individu maupun kelompok, Untuk itu kita harus mempunyai sifat sabar terhadap informasi/kabar yang kita terima, jangan tegesa-gesa bereaksi jika belum tau

²² Departemen Agama Republik Indonesia. Al-Quran dan terjemahnya, (Jakarta: PT Tanjung Mas. 1992) h. 846

pasti terhadap kabar tersebut. Akibat tindakan namimah/adu domba antara lain:²³

1. Dibenci dan dijauhi orang lain
2. Tidak mempunyai sahabat sejati
3. Dibenci Allah dan dimasukkan kedalam neraka
4. Akhir hidupnya menderita orang lain acuh terhadapnya
5. Penyesalan, penderitaan dan keguncangan hidup merupakan tebusan perbuatannya²⁴

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan.

2. Penentuan daerah penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah Kota Medan Provinsi Sumatera Utara, dengan pertimbangan bahwa konflik pilkada sering terjadi di Kota Medan tersebut sudah menjadi konflik dan permasalahan yang serius.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a) Observasi dilakukan untuk mengetahui keadaan daerah penelitian untuk pengambilan data sekunder

²³ *Ibid*, h.125

²⁴ *Ibid*, h.125

mengenai hal-hal yang berkaitan dengan gambaran umum lokasi penelitian.

- b) Pengamatan lebih lanjut dilakukan untuk dapat lebih memahami permasalahan yang terjadi.
- c) Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan yang disusun dalam suatu daftar pertanyaan yang telah disiapkan terlebih dahulu.
- d) Catatan lapangan diperlukan untuk mengantisipasi hal-hal baru yang terdapat di lapangan yang ada kaitannya dengan daftar pertanyaan yang sudah disiapkan.

4. Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode content analisis dengan menggunakan pola pikir:

- a. Deduktif, yakni menarik suatu kesimpulan yang umum dari masalah yang khusus.
- b. Induktif, sebaliknya yakni menarik suatu kesimpulan yang khusus dari masalah yang umum.

5. Pedoman Penulisan

Dari segi penulisan, penyusunan dan teknik pembuatan semuanya berpedoman pada prinsip-prinsip yang telah

diatur dalam buku pedoman penulisan skripsi yang diterbitkan oleh Fakultas Syari'ah Dan Hukum UIN Sumatera Utara Medan Tahun 2015.

G. Sistematika Pembahasan

Secara keseluruhan skripsi tersusun dalam lima bab dan masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab pembahasan, hal ini dimaksudkan untuk mempermudah dalam pemahaman serta penelaahan, Adapun sistematikanya adalah sebagai berikut:

BAB I. Merupakan pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah identifikasi masalah dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan peneitian, metode penelitian yang terdiri dari data yang dikumpulkan, sumber data, teknik pengumpulan data, dan sistematika pembahasan.

BAB II. Membahas mengenai. konsep kampanye pilkada menurut peraturan perundang-undangan seperti pengertian kampanye dan pemaparan aturan dalam peaksanaan kampanye di lapangan.

BAB III. Mendeskripsikan tentang pelaksanaan kampanye dan hal hal yang berkaitan dengan etika-etika berkampanye dalam pemilihan umum daerah kota medan 2015.

BAB IV. Memaparkan hasil penelitian dan pembahasan

BAB V. Merupakan bab terakhir tentang penutup yang berisi kesimpulan dan saran.

BAB II

KONSEP KAMPANYE PILKADA MENURUT PERATURAN PERUNDANG UNDANGAN

A. Pengertian Kampanye

Pada pemilihan umum tidak terlepas dari kegiatan kampanye. Kampanye dan pemilu bagai dua sisi mata uang yang tidak bisa dipisahkan satu sama lain. Kampanye adalah sebuah tindakan doktrin bertujuan mendapatkan pencapaian dukungan. Usaha kampanye bisa dilakukan perorangan atau sekelompok orang yang terorganisir untuk melakukan pencapaian suatu proses pengambil keputusan didalam suatu kelompok, kampanye juga bisa dilakukan guna untuk mempengaruhi, penghambatan, pembelokan pencapaian.

Kampanye menurut kamus bahasa Indonesia adalah serentak mengadakan gerakan bisik, gerakan dengan jalan menyiarkan kabar angin kampanye. Menurut Rice dan Paisley menyebutkan bahwa kampanye adalah keinginan untuk mempengaruhi kepercayaan dan tingkah laku orang lain dengan daya tarik yang komunikatif. Kampanye politik adalah bentuk komunikasi politik yang dilakukan seseorang atau sekelompok

orang atau organisasi politik dalam waktu tertentu untuk memperoleh dukungan politik dari masyarakat.¹

Menurut pasal 1 ayat 26 Undang-Undang Nomor 10 tahun 2008 tentang pemilihan umum DPR, DPD, DPRD yang disebut kampanye adalah kegiatan peserta pemilu untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi dan program peserta pemilu. Jadi berdasarkan pada definisi diatas arti kampanye adalah sebuah *purpose to something*. Kampanye adalah aktivitas komunikasi yang ditujukan ntuk memengaruhi orang lain agar ia memiliki wawasan, sikap dan perilaku sesuai dengan kehendak atau keinginan penyebar atau pemberi informasi.²

Sedangkan menurut Imawan mengungkapkan kampanye adalah upaya persuasif untuk mengajak orang lain yang belum sepaham atau belum yakin pada ide-ide yang kita tawarkan, agar mereka bersedia bergabung dan mendukungnya.³

Sementara pengertian kampanye yang dikemukakan oleh Kotler dan Roberto adalah sebagai berikut: "campaign is an organized effort conducted by one group (*the change agent*)

¹ <https://rebanas.com/kamus/kbbi-edisi-iii/kampanye>, diakses pada 25 Desember 2016.

² Cangara, Hafied, *Komunikasi Politik Konsep, Teori, dan Strategi*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), h. 223

³ *Ibid*,

which intends to persuade other (*the target adopters*), to accept, modify, or abandon certain ideas, attitudes, practices and behavior (kampanye ialah sebuah upaya yang dikelola oleh satu kelompok, (*agen perubahan*) yang ditujukan untuk mempersuasi target sasaran agar bisa menerima memodifikasi atau membuang ide, sikap dan perilaku tertentu).

Merujuk pada definisi- definisi kampanye yang diungkapkan, maka setiap aktivis kampanye setidaknya harus mengandung 4 hal yakni:

- a. Tindakan kampanye yang ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu,
- b. Jumlah khalayak sasaran yang besar,
- c. Biasanya dipusatkan dalam kurun waktu tertentu, dan
- d. Melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisasi.⁴

Jadi, yang dimaksud kampanye adalah suatu kegiatan atau perilaku yang dilakukan untuk mengambil simpati kepada masyarakat dengan cara menunjukkan atau menawarkan yang baik-baik atas tujuan dirinya, dan mengumumkan apa saja visi misi mereka untuk menduduki dan memimpin pemerintahan.

⁴ *Ibid*,h.233

Macam-macam kampanye banyak sekali jenisnya. Dilihat dari isinya dibagi menjadi 4 macam, yaitu:

a. Kampanye Positif

Kampanye positif adalah kampanye yang lebih cenderung mengenalkan calon pemimpin secara pribadi, program kerja dan visi misinya. Bentuk kampanye ini bisa berupa slogan, baliho, iklan tv, dialog, wawancara ataupun debat. Kampanye inilah yang harus dilakukan oleh para calon. Kenyataannya baik calon, tim dari calon pemimpin sangat jarang membahas ini, justru yang lebih dilakukan adalah mengkampanyekan kekurangan lawan.

b. Kampanye Negatif

Kampanye negatif cenderung menyerang calon pemimpin secara pribadi, walaupun demikian, kampanye negatif ini juga bisa menyerang program kerja dari visi misi lawan politiknya.

c. Kampanye Abu-abu

Kampanye Abu-abu adalah kampanye yang menjelekkkan pihak lawan namun data dan faktanya masih abu-abu. Benar atau salahnya belum bisa dibuktikan. Cuma dikesankan bahwa pihak lawan politik adalah salah.

d. Kampanye Hitam

Kampanye hitam adalah kampanye yang mengarah ke pembunuhan karakter dan cenderung fitnah. Isinya fitnah, kebohongan dan tuduhan tanpa bukti. Kampanye jenis inilah yang bisa dijerat hukuman, minimal dapat sanksi dari KPU jika tim calon kandidat pemilu melakukan kampanye ini. Dan masih banyak lagi kampanye hitam jenis ini. Namun yang menarik disini kadang kampanye dilakukan oleh pihak yang sama yang dilakukan dimedia-media.

Kampanye hitam kampanye dilakukan untuk mengangkat citra baik dimata pemilih untuk meraih simpati. Tetapi kampanye juga berpotensi memberikan citra buruk dimata setiap konstituen. Setiap usaha untuk mengisi jabatan, terutama untuk jabatan publik, maka gosip yang mengarah pada bentuk kampanye hitam selalu muncul. Kampanye hitam yang biasa disebut *Black Campaign* cenderung menyudutkan para calon yang diusung untuk menduduki suatu jabatan.⁵

Secara harfiah *Black Campaign* bisa diartikan sebagai kampanye kotor, yakni kampanye untuk menjatuhkan lawan dengan menggunakan isu negatif yang tidak berdasar. Dahulu kampanye hitam ini juga dikenal sebagai *whispering campaign*,

⁵ *Ibid.*, h. 294

yakni kampanye melalui mulut ke mulut, namun sekarang ini kampanye tersebut mengalami perubahan modus dengan menggunakan media massa sebagai penyebar informasi.

Berdasarkan pada pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa kampanye hitam adalah salah satu strategi kampanye yang digunakan para kandidat maupun tim untuk menjatuhkan lawan dengan cara mengeluarkan isu yang tidak benar dan terkesan fitnah. Cara-cara Kampanye Hitam Cara-cara yang dipakai dalam kampanye hitam, adalah:

1. Menyebarkan kejelekan atau keburukan tentang seorang politikus, dengan cara memunculkan cerita buruk di masa lalunya, menyebarkan cerita yang berhubungan dengan kasus hukum yang sedang berlangsung, atau menyebarkan cerita bohong atau fitnah lainnya.
2. Untuk menguatkan cerita tersebut biasanya si penyebar cerita akan menyertakan berupa bukti foto. Foto-foto tersebut bisa saja benar-benar terjadi tapi tidak terkait langsung dengan permasalahan. Namun si penyebar foto berharap asumsi masyarakat terbentuk atau bisa juga foto tersebut hasil rekayasa atau manipulasi dengan bantuan teknologi komputer.

3. Yang lebih hebat lagi adalah apabila dimunculkan saksi hidup yang bercerita perihal keburukan atau pekerjaan jahat si politikus, baik dimasa lalu maupun yang masih belum lama terjadi.⁶

Media massa merupakan media sosialisasi yang kuat dalam membentuk keyakinan-keyakinan baru atau mempertahankan keyakinan yang ada. Bahkan proses sosialisasi media massa ruang lingkupnya luas dari media sosialisasi yang lainnya. Iklan-iklan yang ditayangkan media massa, misalnya disinyalir telah menyebabkan terjadinya perubahan pola konsumsi, bahkan gaya hidup warga masyarakat.

Banyak orang menganggap bahwa media massa merupakan sumber informasi yang layak untuk dijadikan sarana belajar bagi masyarakat. Karena, itu media massa melalui informasi dan isinya mengajarkan kepada khalayak mengenai berbagai hal, seperti norma politik, perundangan, nilai-nilai, hingga terjadinya kejadian atau peristiwa.

Opini seseorang tentang sistem politik berasal dari proses pemikiran mereka sendiri, tetapi kesemuannya itu diolah berdasarkan fakta yang disediakan oleh media massa. Jadi,

⁶ Mufida, *Kampanye dan Pemilu*, (Semarang: IKIP PGRI, 2014), h. 45

secara tidak langsung media massa secara tidak disadari jelas-jelas mempengaruhi opini masyarakat. Tetapi mungkin masyarakat tidak menyadari bahwa mereka sekarang sangat bergantung informasinya dari kehabisan media massa yang tujuannya adalah pemilih pemula, Pemilih pemula dalam kategori politik adalah kelompok yang baru pertama kali menggunakan hak pilihnya.⁷

Adapun perbedaan kampanye dengan propaganda dan iklan pada dasarnya tak ada yang berbeda antara kampanye dan propaganda. Kalau pun, kemudian keduanya tampak berbeda, itu karena pendekatan dan metoda yang dipakainya. Kampanye kerap dinilai lebih bersifat persuasif karena disertai bujukan dan iming-iming. Sementara propaganda, sekalipun dasarnya sangat persuasif, kerap disertai tekanan berupa penonjolan dari dampak buruk yang bisa terjadi jika massa tak bertindak seperti apa yang dipropagandakan. Harold D. Lasswell Propaganda adalah penggunaan simbol-simbol untuk mempengaruhi perilaku atau manipulasi perasaan manusia.

Qualter Propaganda adalah suatu upaya secara sengaja oleh beberapa individu atau kelompok untuk membentuk,

⁷ Yusril Ihja Mahendra, *Dinamika Tata Negara Indonesi*, (Jakarta: Gema Insani, 2011), h. 19

mengontrol, atau mengubah sikap kelompok lain dengan menggunakan instrumen komunikasi demi mencapai tujuan.

Perbedaan Propaganda dengan Kampanye :

- 1) propaganda tidak ada waktu.
- 2) Propaganda menginginkan perubahan cepat.
- 3) Kampanye tidak dibatasi waktu.
- 4) Kampanye memiliki pola-pola tertentu.⁸

Kampanye merupakan kegiatan peserta pemilu dengan tujuan untuk meyakinkan para pemilih dengan menawarkan visi, misi dan program peserta pemilu(Pasal 1 angka 26 UU Nomor 10 tahun 2008). Kampanye adalah sebuah istilah yang digunakan pada saat pemilu dan menonjolkan kelebihan program peserta pemilu.

Sesuai dengan Keputusan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia nomor:123/kpts/KPU/tahun 2016 tentang pedoman teknis pelaksanaan kampanye dalam penyelenggaraan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati atau Walikota dan Wakil Walikota meliputi:

- 1) debat publik/debat terbukaantar Pasangan Calon;

⁸ Ryan Ferianto, *skripsi :Pengaruh Model Kampanye Terhadap Elektabilitas Pasangan Incumbent Dalam Pemilu pada Kabupaten Kediri 2015* . hal. 19. di unduh 25 Desember 2016.

- 2) penyebaran Bahan Kampanye kepada umum;
- 3) Pemasangan Alat Peraga Kampanye;
- 4) iklan di media massa cetak dan/atau media massa elektronik;
- 5) pertemuan terbatas;
- 6) pertemuan tatap muka dan dialog; dan
- 7) kegiatan lain yang tidak melanggar larangan Kampanye dan ketentuan peraturan perundang-undangan.

B. Etika Kampanye Dan Komunikasi Politik

Kampanye merupakan salah satu tahapan penting dalam Penyelenggaraan Pemilihan karena melalui tahapan ini pemilih diajak untuk mengenal dan memahami lebih jauh pasangan calon yang akan berkompetisi dalam Pemilihan. Pada pengaturan pelaksanaan kampanye, tidak hanya dilihat dari sudut pandang Komisi Pemilihan Umum Sebagai penyelenggara namun juga Pasangan Calon atau Tim Kampanye dan/atau Partai Politik atau Gabungan Partai Politik sebagai pelaksana Kampanye. Pemilih harus secara maksimal dan efektif memperoleh informasi dari Pasangan Calon Atau Tim Kampanye dan/atau Partai Politik atau Gabungan Partai Politik ,baik berupa visi misi maupun program kerja.

Dari segi pengaturan Kampanye bagi pejabat negara diatur pula secara lebih rinci teknis penyelenggaraan, larangan, sanksi, dan perluasan definisi. Diharapkan dengan penjabaran yang lebih rinci pada Pedoman Teknis ini dapat menjadi semakin tegas dan jelas sehingga dapat menghindarkan pelaksanaan Kampanye oleh pejabat negara yang tidak sesuai aturan.

Praktik politik uang yang selama ini merajalela dalam setiap Pemilihan diharapkan dapat terkikis melalui aturan yang lebih ketat. Celah terjadinya praktik politik uang harus dapat diidentifikasi secara rinci agar potensi-potensi tersebut dapat diantisipasi dengan menerapkan larangan atau berupa sanksi yang lebih keras.

Kampanye merupakan wujud dari pendidikan politik Masyarakat yang dilaksanakan secara bertanggung jawab untuk meningkatkan partisipasi pemilih dalam Pemilihan. Kampanye dilakukan dengan prinsip jujur, terbuka, dan dialogis.

Pengertian jujur dalam Kampanye adalah mentaati setiap aturan dalam Kampanye dengan menyampaikan informasi sebenar-benarnya serta tidak melakukan bentuk kecurangan apapun yang dapat merugikan pihak lain. Pengertian terbuka

dalam Kampanye adalah Pasangan Calon harus memberikan informasi luas, detail, dan transparan kepada pemilih mengenai visi misi dan program yang nantinya akan menjadi pedoman atau rujukan bagi pemilih dalam memberikan suara. Pengertian dialogis adalah pelaksanaan Kampanye harus mengedepankan metode yang bersifat interaktif sehingga dapat memperjelas atau mempertajam visi misi dan program yang diusung Pasangan Calon sehingga akan Terwujud pemilih yang cerdas dalam memilih.

Kampanye berusaha untuk mendorong para pemberi suara menuju ke tempat pemilihan untuk memberikan suara kepada sang calon. Untuk meraih sebanyak mungkin pemilih, kandidat perlu melakukan *smart campaign* atau setidaknya memperhatikan hal-hal sebagai berikut⁹:

1. Model kampanye terbaik adalah sepanjang usia. Asumsinya adalah menjadi orang baik, sehingga orang tersebut akan dipercaya ketika membutuhkan dukungan.
2. Kampanye terbaik adalah mengemukakan citra sosial dan figur diri di depan publik. Dengan demikian publik akan

⁹ Nur Hidayat Sardini, *Rasionalitas Pilkada : Siapa Menang, Siapa Pecundang?*, Suara Merdeka, 3 Juli 2005, hal. 3

mengerti karakter orang tersebut dan jika perlu sampai sedetil-detilnya (*emotional feelings candidate image*)

3. Praktik kampanye terbaik adalah jika melalui *inducement* atau bujukan yang dapat ditempuh dengan menyampaikan gagasan dari orang ke orang atau dari rumah ke rumah. Cara ini harus diimbangi dengan penguatan strategi serta rasionalisasi.

Etika dalam perspektif komunikasi politik merupakan sebuah fenomena yang dipertontonkan oleh masing-masing calon kepala daerah dalam kampanye. Artinya, etika komunikasi menandakan adanya interaksi antar pihak yang terlibat dalam komunikasi. Karena, dalam interaksi selalu diperlukan norma-norma atau aturan-aturan yang berfungsi untuk pengendalian atau *social control*. Tujuannya untuk menciptakan masyarakat yang tertib. Salah satu bentuk untuk mewujudkan tertibnya masyarakat adalah adanya etika, yakni filsafat yang mengkaji baik-buruknya suatu tindakan yang dilakukan manusia.

C. Konsep Kampanye Pilkada Menurut Peraturan Perundang-Undangan

Indonesia adalah negara yang berbentuk negara kesatuan (*unitary state*) dengan kekuasaan asal berada pemerintahan pusat namun kewenangan (*authority*) pemerintahan pusat ditentukan batas-batasnya dalam UUD 1945 atau yang ditentukan sebagai kewenangan yang dimiliki pemerintahan daerah. Perihal Kampanye, sebuah upaya yang diorganisasi oleh satu kelompok (agen perubahan) yang ditujukan untuk memersuasi target sasaran agar bisa menerima, memodifikasi atau membuang ide, sikap dan perilaku tertentu.¹⁰ Oleh karena itu, kampanye bisa dikatakan sebagai tindakan komunikasi yang terorganisir yang diarahkan pada khalayak tertentu, pada periode tertentu guna mencapai tujuan tertentu.¹¹

Sifat kampanye pada dasarnya terbagi menjadi dua, yakni kampanye negatif dan kampanye hitam (*black campaign*). Kampanye negatif adalah kampanye yang sifatnya menyerang pihak lain melalui sejumlah data atau fakta yang bisa diverifikasi dan diperdebatkan. Dan Kampanye hitam (Black

¹⁰ Hafied Cangara, *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 229.

¹¹ Gun Gun Heryanto, *Komunikasi Politik Sebuah Pengantar*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2013), h. 8.

campaign) adalah kampanye yang bersumber pada rumor, gossip, bahkan menjurus ke implementasi sejumlah teknik propaganda. Jenis ini biasanya sulit untuk diverifikasi apalagi diperdebatkan. Jadi pada dasarnya kampanye merupakan hal lumrah yang sering ditemukan. Bahkan dalam beberapa waktu sering kali ditemukan implementasi dari proses kampanye yang tidak sejalan dengan regulasi yang telah disepakati bersama. Mengenai perilaku atau tindakan kampanye yang di selenggarakan dalam bentuk pemilu, aturan terkait tata cara berkampanye dalam Undang-undang Dasar atau kontitusi terkait tentang pelaku kampanye dan hukumannya.

Pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah Langsung atau sering disebut Pilkada Langsung merupakan suatu kondisi yang memungkinkan proses pembelajaran politik terhadap masyarakat dapat terwujud, sehingga daya kritis masyarakat dalam berpolitik meningkat. Pilkada langsung pada dasarnya adalah mekanisme demokratis dalam rangka rekrutmen pemimpin di daerah, dimana rakyat diberikan hak dan kebebasan sepenuhnya untuk menentukan calon kepala daerah yang dianggap mampu menyuarakan aspirasinya.¹²

¹² Hafied Cangara, *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*. h. 200.

Pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah secara langsung ini didasarkan pada landasan hukum yaitu Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah dan petunjuk pelaksanaannya tertuang dalam Peraturan Pemerintah No. 6 Tahun 2005 tentang Tata Cara Pemilihan, Pengesahan, Pengangkatan dan Pemberhentian Kepala Daerah.¹³

Pelaksanaan Pilkada telah membawa beberapa harapan baru masyarakat untuk pengembangan demokrasi di tingkat lokal. Diantaranya adalah:

Pertama, secara empirik, pilkada langsung memiliki nilai strategis dalam rangka mengurangi kelemahan yang menjadi ciri perpolitikan lokal saat ini. Misalnya arogansi lembaga legislatif yang menganggap dirinya sebagai satu-satunya representasi rakyat, legitimasi akuntabilitas publik tidak lagi ditentukan oleh DPRD, tetapi oleh rakyat yang memilihnya dan legitimasi kepala daerah semakin kuat.

Kedua, pilkada juga dapat dijadikan sebagai ruang pengelolaan kedaulatan rakyat di samping sebagai instrumen untuk mendorong mekanisme demokrasi bekerja di tingkat lokal. Kini tidak mudah lagi bagi pemerintahan pusat untuk

¹³ Sekretariat Jenderal MPR RI, *Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945*, (Jakarta: Sekretariat Jenderal MPR RI, 2013), h. 65

terlibat dalam penentuan kepala daerah karena rakyat yang akan menentukan langsung pemimpinnya. Dengan adanya pilkada, percaturan di arena politik lokal lebih banyak diwarnai permainan dari masing-masing stakeholder yang ada sehingga iramanya lebih kompetitif dan dinamis. Hal ini kemudian menyebabkan aktor-aktor politik yang bermain akan semakin dekat dengan rakyat.

Ketiga, pilkada juga dapat dijadikan alat untuk memperkuat institusi politik lokal. Saat ini baik Kepala Daerah maupun DPRD memiliki basis politik yang kuat, karena mereka memperoleh legitimasi langsung dari rakyat. Dan keempat, pilkada dapat dijadikan sebagai langkah awal untuk membentuk wadah integritas bersama dalam membangun daerah. Pilkada dapat dijadikan sebagai sebuah konsensus bersama antara calon kepala daerah dan masyarakat untuk memperbaiki ketimpangan dan masalah-masalah yang menghambat kemajuan daerah.¹⁴ Penerapan strategi political marketing dalam pilkada dapat membantu kandidat kepala daerah dan masyarakat dalam menyukseskan pelaksanaan pilkada. Melalui *political marketing*

¹⁴ Syamsul Hadi Thubany, *Era Baru Demokratisasi Lokal Indonesia*, (Tuban: Bina Swagiri, 2005), h. 6-7.

kandidat kepala daerah berusaha meyakinkan pemilih bahwa suatu kandidat layak untuk dipilih.

Menelusuri berkampanye pilkada yang terjadi saat ini, para kandidat kepala daerah dan tim pemenangannya meyakinkan pemilih dengan menawarkan produk politik yang sesuai dengan keinginan para pemilih. Produk politik ini dapat berupa atribut kandidat seperti latar belakang kandidat, program kerja, ideologi, partai politik dan lain sebagainya. Dengan *strategi political marketing* ini kandidat kepala daerah dapat memasarkan ide dan gagasan politik secara maksimal kepada masyarakat untuk mendapatkan dukungan.¹⁵

Bagi masyarakat sendiri, penerapan dalam pilkada dapat membantu dan memudahkan masyarakat dalam mendapatkan informasi yang lebih luas tentang kehidupan politik. Dengan adanya persaingan antara kandidat kepala daerah, masing-masing kandidat mencoba bersaing untuk mempengaruhi opini publik. Ramai dan intensnya aktivitas marketing membuat kandungan informasi yang disampaikan kepada publik juga semakin besar. Komunikasi massa yang dilakukan kandidat

¹⁵ Agus Naryosao, *Majalah Pengembang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* (Universitas Diponegoro. VOL. 36-No.2, Juni 2008), h. 43

kepala daerah membuat masyarakat semakin mudah mendapatkan informasi dan data tentang semua hal, mulai dari hak dan kewajibannya sebagai warga negara, latar belakang kandidat kepala daerah, program kerja, isu-isu terkini sampai peraturan-peraturan yang terkait dengan kehidupan politik. Sehingga melalui *political marketing* ini pemilih dapat merasa yakin bahwa kandidat kepala daerah yang akan dipilih benar-benar berkualitas dan mampu meyuarkan aspirasinya.

Pengaturan mengenai kampanye secara yuridis diatur dalam pasal 75 sampai dengan pasal 85 Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 yaitu meliputi pengaturan mengenai teknis kampanye, waktu pelaksanaan, pelaksana kampanye, jadwal kampanye, bentuk dan media kampanye, dan larangan-larangan selama pelaksanaan kampanye. Kandidat dan tim kampanyenya cenderung mencari celah pelanggaran yang menguntungkan dirinya.

Pasal 75 ayat (2) berbunyi dimaksud pada ayat (1) dilakukan selama 14 (empat belas) hari dan berakhir 3 (tiga) hari sebelum hari pemungutan suara", dengan terbatasnya waktu untuk kampanye maka sering terjadi curi start kampanye dan kampanye diluar waktu yang telah ditetapkan.

Kampanye yang diharapkan dapat mendorong dan memperkuat pengenalan pemilih terhadap calon kepala daerah agar pemilih mendapatkan informasi yang lengkap tentang semua calon, menjadi tidak tercapai. Untuk itu ke depan perlu pengaturan masa kampanye yang cukup dan peningkatan kualitas kampanye agar dapat mendidik pemilih untuk menilai para calon dari segi program.

Dalam ilmu politik ada 4 teknik kampanye yaitu:¹⁶

1. Kampanye dari pintu ke pintu (door to door campaign).

Dilakukan dengan cara kandidat mendatangi langsung para pemilih sambil menanyakan persoalan-persoalan yang mereka hadapi

2. Kampanye diskusi kelompok (Group Discussion).

Dilakukan dengan membentuk kelompok, diskusi kecil, yang membicarakan masalah yang dihadapi oleh masyarakat.

3. Kampanye masa langsung (Direct Mass Campaign).

Dilakukan dengan cara melakukan aktivitas yang dapat menarik perhatian massa seperti pawai, pertunjukkan kesenian, dan sebagainya.

¹⁶ Imawan, Riswandha. Membedah Politik Orba, Cetakan Pertama, Pustaka Belajar, Yogyakarta, 1997, h.136.

4. Kampanye massa. Dilakukan dengan cara berpidato di radio, televisi, ataupun iklan di media cetak

BAB III

GAMBARAN UMUM KOTA MEDAN DAN PELAKSANAAN KAMPANYE PILKADA KOTA MEDAN TAHUN 2015

A. Gambaran Singkat Dan Pelaksanaan Pilkada Kota Medan Tahun 2015

Kota Medan adalah ibu kota provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Kota ini merupakan kota terbesar ketiga di Indonesia setelah Jakarta dan Surabaya, serta kota terbesar di luar Pulau Jawa. Kota Medan merupakan pintu gerbang wilayah Indonesia bagian barat dengan keberadaan Pelabuhan Belawan dan Bandar Udara Internasional Kualanamu yang merupakan bandara terbesar kedua di Indonesia. Akses dari pusat kota menuju pelabuhan dan bandara dilengkapi oleh jalan tol dan kereta api. Medan adalah kota pertama di Indonesia yang mengintegrasikan bandara dengan kereta api. Berbatasan dengan Selat Malaka menjadikan Medan kota perdagangan, industri, dan bisnis yang sangat penting di Indonesia.

Medan berawal dari sebuah kampung yang didirikan oleh Guru Patimpus di pertemuan Sungai Deli dan Sungai Babura. Hari jadi Kota Medan ditetapkan pada tanggal 1 Juli 1590. Selanjutnya pada tahun 1632, Medan dijadikan pusat

pemerintahan Kesultanan Deli, sebuah kerajaan Melayu. Bangsa Eropa mulai menemukan Medan sejak kedatangan John Anderson dari Inggris pada tahun 1823.

Medan adalah kota multi etnis yang mana penduduknya terdiri dari orang-orang dengan latar belakang budaya dan agama yang berbeda-beda. Selain Melayu sebagai penghuni awal, Medan didominasi oleh etnis Jawa, Batak, Tionghoa, Mandailing, dan Minangkabau. Mayoritas penduduk Medan bekerja di sektor perdagangan, sehingga banyak ditemukan ruko di berbagai sudut kota. Di samping kantor-kantor pemerintah provinsi, di Medan juga terdapat kantor-kantor konsulat dari berbagai negara seperti Amerika Serikat, Jepang, Malaysia, dan Jerman.¹

1. Letak Geografis Kota Medan

Kota madya Medan merupakan kota terbesar ketiga di Indonesia setelah Jakarta dan Surabaya. Kota ini merupakan wilayah yang subur di wilayah dataran rendah timur dari propinsi Sumatera Utara dengan ketinggian berada di 22,5 meter di bawah permukaan laut. Kota ini dilalui oleh dua sungai yaitu Sungai Deli dan Sungai Babura yang bermuara di Selat

¹ https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Medan. Di Akses Pada 30 Maret 2017

Malaka. Secara geografis, Medan terletak pada 3,30°-3,43° LU dan 98,35°-98,44° BT dengan topografi cenderung miring ke utara. Sebelah barat dan timur Kota Medan berbatasan dengan Kabupaten Deli dan Serdang. Di sebelah utara berbatasan dengan Selat Malaka. Letak yang strategis ini menyebabkan Medan berkembang menjadi pintu gerbang kegiatan perdagangan barang dan jasa baik itu domestik maupun internasional. Kota Medan beriklim tropis basah dengan curah hujan rata-rata 2000-2500 mm per tahun. Suhu udara di Kota Medan berada pada maksimum 32,4°C dan minimum 24°C.²

Berdasarkan luas administrasi yang sama maka melalui Surat Persetujuan Menteri Dalam Negeri Nomor 140/2271/PUOD, tanggal 5 Mei 1986, Kota Medan melakukan pemekaran Kelurahan menjadi 144 Kelurahan. Perkembangan terakhir berdasarkan Surat Keputusan Gubernur KDH Tingkat I Sumatera Utara Nomor 140.22/2772.K/1996 tanggal 30 September 1996 tentang pendefitipan 7 Kelurahan di Kotamadya Daerah Tingkat II Medan berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 35 tahun 1992 tentang Pembentukan Beberapa

² Pemko Medan. *Profil Kota Medan*, (Medan : Pemerintah Kotamadya Medan, 2004), h.36

Kecamatan di Kotamadya Daerah Tingkat II Medan, secara administrasi Kota Medan dimekarkan kembali, dibagi atas 21 Kecamatan yang mencakup 151 Kelurahan. Berdasarkan perkembangan administratif ini Kota Medan kemudian tumbuh secara geografis, demografis dan sosial ekonomis.

Secara administratif, wilayah kota medan hampir secara keseluruhan berbatasan dengan Daerah Kabupaten Deli Serdang, yaitu sebelah Barat, Selatan dan Timur. Sepanjang wilayah Utara nya berbatasan langsung dengan Selat Malaka, yang diketahui merupakan salah satu jalur lalu lintas terpadat di dunia. Kabupaten Deli Serdang merupakan salah satu daerah yang kaya dengan Sumber Daya alam (SDA).

2. Pemerintahan kota medan

Kota Medan saat ini dipimpin oleh Dzulmi Eldin sebagai Walikota dan Akhyar Nasution sebagai Wakil Walikota³. Wilayah Kota Medan dibagi menjadi 21-kecamatan dan 151-kelurahan:

- | | |
|--------------------|--------------------|
| 1. Medan Tuntungan | 11. Medan Denai |
| 2. Medan Kota | 12. Medan Area |
| 3. Medan Maimun | 13. Medan Polonia |
| 4. Medan Baru | 14. Medan Johor |
| 5. Medan Amplas | 16. Medan Selayang |

³ https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Medan, *Ibit*.

- | | |
|-------------------|----------------------|
| 6. Medan Sunggal | 17. Medan Helvetia |
| 7. Medan Petisah | 18. Medan Barat |
| 8. Medan Timur | 19. Medan Perjuangan |
| 9. Medan Tembung | 20. Medan Deli |
| 10. Medan Labuhan | 21. Medan Marelan |
| 11. Medan Belawan | |

3. Pelaksanaan Pilkada Kota Medan Tahun 2015

Pemilihan kepala daerah atau yang biasa disebut Pilkada atau Pemilukada dilakukan secara langsung oleh penduduk daerah administratif setempat yang memenuhi syarat. Pemilihan kepala daerah dilakukan satu paket bersama dengan wakil kepala daerah. Kepala daerah dan wakil kepala daerah yang antara lain Gubernur dan wakil gubernur untuk provinsi, Bupati dan wakil bupati untuk kabupaten, serta Wali kota dan wakil wali kota untuk kota. Pilkada adalah Pemilihan Gubernur dan pemilihan Bupati/Walikota yang merupakan sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat di provinsi dan Kabupaten/Kota untuk memilih Gubernur dan Bupati/Walikota berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Sebagaimana halnya Pemerintah eksekutif dan legislatif telah menyepakati pilkada serentak untuk daerah-daerah yang akan habis masa jabatannya pada tahun 2015 dan semuanya diselenggarakan pada 9 Desember 2015. Dari daftar wilayah yang akan menjalankan pilkada serentak salah satunya pada tingkat kabupaten dan kota di Provinsi Sumatera Utara adalah kota medan dengan masa jabatan yang berakhir pada tahun 2015. Menurut KPU Kota Medan ada dua pasangan calon yang ikut dalam Pilkada Medan tahun 2015 diantaranya, Dzulmi Eldin-Akhyar Nasution dan pasangan Ramadhan Pohan-Eddy Kusuma.

B. Peraturan Komisi Pemilihan Umum (KPU) Tentang Kampanye Pilkada Di Kota Medan Tahun 2015

Berdasarkan SK: Nomor 16/KPPS/KPU-MDN 2015, KPU Kota Medan telah menetapkan pasangan Dzulmi Eldin-Akhyar Nasution dan pasangan Ramadhan Pohan-Eddy Kusuma sebagai pasangan calon di Pilkada Medan 2015.

Penetapan ini disampaikan melalui rapat pleno tertutup yang digelar di Kantor KPU Medan, Jalan Kejaksaan No 37 Medan. Hadir dalam pleno tersebut Ketua KPU Medan Yenni Khairiah Rambe dan empat anggota KPU Medan seperti

Pandapotan Tamba, Irwansyah, Agussyah Damanik dan Edi Suhartono. Dikatakan Yenni, keduanya ditetapkan sebagai calon Wali Kota dan Wakil Wali Kota di Pilkada Medan 2015 setelah melalui berbagai tahapan penelitian dan pemeriksaan berkas yang diajukan pada masa pendaftaran dan masa perbaikan berkas.

“Berdasarkan hasil penelitian berkas mulai dari pertama sampai pada tahap perbaikan yang berakhir 14 Agustus 2015 lalu, maka menetapkan pasangan calon Wali Kota dan calon Wakil Wali Kota di Pilkada 2015 yakni pasangan Dzulmi Eldin-Akhyar Nasution dan pasangan Ramadhan Pohan-Eddy Kusuma,”

.⁴

Berdasarkan Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 7 Tahun 2015 tentang Larangan dalam Kampanye, adalah:

1. Mempersoalkan dasar negara Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
2. Menghina seseorang, agama, suku, ras, golongan, Pasangan Calon Gubernur dan Wakil Gubernur, Pasangan Calon Bupati dan Wakil Bupati, Pasangan Calon Walikota dan Wakil Walikota, dan/atau Partai Politik.

⁴ *Ibid.*,

3. Melakukan Kampanye berupa menghasut, memfitnah, mengadu domba Partai Politik, perseorangan, dan/atau kelompok masyarakat.
4. Menggunakan kekerasan, ancaman kekerasan atau menganjurkan penggunaan kekerasan kepada perseorangan, kelompok masyarakat dan/atau Partai Politik.
5. Mengganggu keamanan, ketentraman, dan ketertiban umum.
6. Mengancam dan menganjurkan penggunaan kekerasan untuk mengambil alih kekuasaan dari pemerintahan yang sah.
7. Merusak dan/atau menghilangkan Alat Peraga Kampanye.
8. Menggunakan fasilitas dan anggaran Pemerintah dan Pemerintah Daerah.
9. Melakukan kegiatan Kampanye di luar jadwal yang telah ditetapkan oleh KPU Provinsi/KIP Aceh dan KPU/KIP Kabupaten/Kota.
10. Menggunakan tempat ibadah dan tempat pendidikan.

11. Melakukan pawai yang dilakukan dengan berjalan kaki dan/atau dengan kendaraan di jalan raya.
12. Dalam kegiatan Kampanye, Pasangan Calon atau Tim Kampanye, dan/atau Partai Politik dan Gabungan Partai Politik dilarang melibatkan:
 - a. Pejabat Badan Usaha Milik Negara/Badan Usaha Milik Daerah;
 - b. Aparatur Sipil Negara, anggota Kepolisian Negara Republik Indonesia, dan anggota Tentara Nasional Indonesia; dan
 - c. Kepala Desa atau sebutan lain/lurah dan perangkat desa atau sebutan lain;
13. Pejabat negara, pejabat struktural dan pejabat fungsional dalam jabatan negeri serta aparatur sipil negara lainnya dilarang mengadakan kegiatan yang mengarah pada keberpihakan terhadap Pasangan Calon yang menjadi peserta Pemilihan sebelum, selama, dan sesudah masa Kampanye.
14. Larangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi pertemuan, ajakan, imbauan, seruan atau pemberian

barang kepada aparatur sipil negara dalam lingkungan unit kerjanya, anggota keluarga, dan masyarakat.

15. Pasangan Calon dan/atau Tim Kampanye dilarang mencetak dan menyebarkan Bahan Kampanye selain yang diperbolehkan.
16. Pasangan Calon dan/atau Tim Kampanye dilarang mencetak dan memasang Alat Peraga Kampanye selain pada tempat yang telah ditentukan.
17. Pasangan Calon dan/atau Tim Kampanye dilarang memasang Iklan Kampanye di media massa cetak dan media massa elektronik.
18. Pasangan Calon dan/atau Tim Kampanye dilarang menjanjikan dan/atau memberikan uang atau materi lainnya untuk memengaruhi Pemilih.

C. Pelaksanaan Kampanye Pilkada Kota Medan Pada Tahun

2015

Berbicara pilkada langsung kita tidak lepas dari Undang-undang No. 32 Tahun 2004. Tidaklah kalah penting dari Undang-undang tersebut adalah aspek demokratisasi. Aspek demokratisasi dalam Undang-undang ini diukur dari dua faktor penting, yaitu unsur keterlibatan masyarakat dalam menentukan

pejabat publik di daerah (kepala daerah) dan keterlibatan masyarakat dalam proses pembuatan kebijakan publik yang terkait dengan kepentingan masyarakat secara luas. Salah satu aspek efektifitas demokrasi adalah adanya kesempatan bagi masyarakat atau publik untuk menentukan pejabat publik tersebut pada tingkat lokal melalui pemilihan umum yang dilaksanakna secara periodik. Karena demokrasi dan peranan rakyat menjadi dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Adalah tidak realistis kita ingin menegakkan demokrasi sementara itu rakyat tidak bisa berperan secara aktif.

R.A Sentosa Satropoetra mendefenisikan atau mengartikan bahwa kampanye adalah: “Suatu kegiatan komunikasi antara komunikator (penyebar pesan) yang dilakukan secara intensif dalam jangka waktu tertentu secara berencana dan berkesinambungan.⁵

Ciri utama dari kampanye adalah persuasif, perubahan sikap, dan tingkah-laku dari objek komunikasi yang ingin dicapai melalui himbauan dan ajakan. Faktor penting disini adalah membuat komunikan tertarik sehingga mau secara sadar

⁵ Ruslan, Rosady. Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation, Edisi Revisi, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta 2000, h.64

dan sukarela menerima dan menuruti keinginan komunikator (sumber pesan).

Menurut Gabriel Almond yang dikutip oleh Rauf, menyatakan bahwa salah satu bentuk komunikasi politik adalah kampanye politik. Komunikasi politik versi Almond beranggapan bahwa arus komunikasi bisa mengalir dari bawah ke atas yaitu dari masyarakat ke penguasa politik dan dari atas ke bawah yaitu dari penguasa politik ke masyarakat.⁶

Isi pesan dalam kampanye adalah program dan pandangan atau pendapat partai politik. Melalui kampanye, para juru kampanye menyampaikan kebaikan dan keunggulan program, rencana kerja yang akan dilakukan oleh para partai yang bersangkutan bila keluar sebagai pemenang dalam pemilihan umum, dan pandangan partainya dalam berbagai aspek kehidupan bermasyarakat.

Pemilu dapat dikatakan aspiratif dan demokratis apabila memenuhi beberapa persyaratan. *Pertama*, harus bersifat kompetitif, dalam artian Pemilu bebas dan otonom. *Kedua*, Pemilu diselenggarakan secara teratur dengan jarak waktu yang jelas. *Ketiga*, Pemilu harus *inklusif*, artinya semua kelompok

⁶ Rauf, Maswadi. Konsensus Politik, Direktorat Jenderal Pendidikan Departemen Pendidikan Nasional, 2000, h.136

masyarakat harus memiliki peluang yang sama untuk berpartisipasi dalam Pemilu. *Keempat*, pemilih harus diberi keleluasaan untuk mempertimbangkan dan mendiskusikan alternatif pilihannya dalam suasana bebas tidak di bawah tekanan dan akses informasi yang luas. *Kelima*, penyelenggara Pemilu yang tidak memihak dan independen.⁷ berdasarkan visi, misi dan program politik yang jelas. Sedangkan kegiatan Pemilu yang berkaitan langsung dengan komunikasi politik ialah kampanye dan pemungutan suara.⁸





Partai politik dalam upaya memperkenalkan produknya dilakukan dengan cara kampanye. Kampanye biasanya dilakukan oleh partai politik untuk menarik simpati rakyat dan untuk mencari dukungan rakyat. Melalui kampanye partai politik bisa berkomunikasi dengan rakyat dan memberitahukan informasi, visi, misi, tujuan dari partai tersebut. Selain itu rakyat juga dapat memilih dan menentukan pilihannya pada pemilu.

Pelaksanaan kampanye pilkada yang dilakukan partai politik sering diwarnai oleh persaingan, partai-partai politik

⁷ Wicipto Setiadi, *Peran Partai Politik Dalam Penyelenggaraan Pemilu Yang Aspiratif dan Demokratis*, dalam Dirjen Perundang-Undangan Departemen Hukum dan HAM, *Jurnal Legislasi Indonesia Volume 5 No.1 Maret 2008*, Jakarta, Penerbit Dirjen Perundang-Undangan Departemen Hukum dan HAM, h. 29

bersaing untuk memperebutkan massa. Hal tersebut dapat terlihat dalam pelaksanaan kampanye, terutama kampanye yang sifatnya mengerahkan banyak massa. Besarnya massa sering dianggap sebagai kekuatan besar dan dijadikan modal yang besar untuk memenangkan pemilu.

Pelaksanaan kampanye Pilkada Kota Medan 2015 diikuti oleh 2 calon walikota. KPUD Kota Medan telah menetapkan dua pasang kandidat peserta Pilwako Medan 2015. Pada 25 Agustus lalu, KPUD telah mengundi nomor urut peserta Pilwako Medan,⁹ yaitu :

No Urut	Pasangan calon	Pendukung
1.	Dzulmi Eldin Akhyar Nasution	 Partai Golongan Karya (Partai Golkar)  Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP)  Partai Keadilan Sejahtera (PKS)  Partai Amanat Nasional (PAN)  Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia (PKPI)

		 Partai Nasional Demokrat (NasDem)  Partai Bulan Bintang (PBB)
2.	Ramadhan Pohan- Eddie Kusuma	 Partai Demokrat  Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra)  Partai Hati Nurani Rakyat (Hanura)

Dalam pelaksanaan kampanye akan dibutuhkan seseorang atau kelompok sebagai juru kampanye, sebagaimana menurut Daryanto, mengemukakan bahwa pengertian Juru Kampanye adalah orang yang bertugas melaksanakan pekerjaan tertentu.¹⁰ Jadi juru kampanye adalah seseorang yang bertugas menyampaikan materi-materi kampanye kepada khalayak audience dalam lingkup kampanye. Dalam hal ini ada sejumlah aturan main yang harus dimiliki oleh para juru kampanye oleh para juru kampanye oleh para juru kampanye dan para kontestan pemilihan umum yakni asas yang melandasi pelaksanaan pemilu yaitu asas langsung, umum bebas, rahasia, jujur, dan adil.

¹⁰ Daryanto. Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, Apollo, Surabaya, 1998, h. 286.

Titus mengemukakan bahwa untuk memilih Juru Kampanye partai, dapat digunakan kriteria yang sama untuk memilih pemimpin yang intellectual capacity, self, significance, vitality, training, experience, dan reputation. Kapasitas intelektual menunjuk kepada daya analisis yang dimiliki seseorang. Ketajaman analisis tidak sepenuhnya ditentukan oleh banyaknya pendidikan formal yang ditempuh, tetapi bisa didapat melalui serangkaian latihan.¹¹

Oleh sebab itu dalam melakukan kampanye atau propaganda, selain untuk mengkampanyekan program kerja, aktivitas dan informasi, tujuan lainnya adalah untuk memperkenalkan, meningkatkan kesadaran atau pengertian dan mencari dukungan publik dari sasaran khalayaknya (target audience), dan sekaligus mempengaruhi serta membujuk sasaran khalayak yang terkait dan dituju. Oleh sebab itu, Juru Kampanye dalam upaya perolehan suara, harus memiliki strategi komunikasi kampanye secara efektif yaitu:

- a. Mengubah perilaku (to change behavior).

¹¹ Fatwa, A.M. Kampanye Partai Politik di Kampus, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta 2003, h. 18.

- b. Bagaimana mengubah sikap (how to change the attitude).
- c. Mengubah opini (to change the opinion).

Persoalan untuk mengemas pesan politik dalam kampanye pemilu menjadi urusan yang sangat penting bagi partai politik dan calon anggota legislatif yang maju bersamanya, agar makna pesan dapat diterima secara efektif oleh audiensnya. Pesan sebagai elemen kampanye diartikan sebagai pernyataan ringkas yang menyebutkan mengapa pemilih harus memilih seorang kandidat tertentu. Pesan adalah salah satu aspek terpenting dalam setiap kampanye politik. Dalam kampanye politik modern, pesan harus disusun dengan sangat hati-hati sebelum disebarkan dan menjadi konsumsi media dan publik. Untuk dapat menghasilkan pesan kampanye yang efektif, maka perlu dilakukan orientasi yang mendalam terhadap berbagai hal yang diinginkan khalayaknya.¹²

Setidaknya ada 2 aspek penting yang harus diperhatikan berkaitan pengaruh pesan terhadap keberhasilan kampanye yaitu isi pesan dan struktur pesan. Isi pesan mensyaratkan

¹² Antar Venus, *Manajemen Kampanye Penduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*, Bandung: Penerbit Simbiosis Rekatama Media, 2007, h.7

materi pendukung seperti ilustrasi dan kejadian bersejarah sangat berpengaruh terhadap kekuatan pesan dalam mempengaruhi orang yang menerima pesan tersebut. Isi pesan juga harus menyertakan visualisasi mengenai dampak positif atas respons tertentu yang diharapkan muncul dari khalayak sasaran. Sedangkan struktur pesan mensyaratkannya atas sisi pesan (*message sidedness*), susunan penyajian (*order of presentation*) dan pernyataan kesimpulan (*drawing conclusion*). Sisi pesan memperlihatkan bagaimana argumentasi yang mendasari suatu pesan persuasif disajikan kepada khalayak. Bila pelaku kampanye hanya menyajikan pesan-pesan yang mendukung posisinya maka ia menggunakan pola pesan satu sisi (*one sided fashion*). Kelemahannya kekuatan posisi pihak lawan tidak pernah dinyatakan secara eksplisit. Susunan penyajian erat kaitannya dengan cara penyusunan klimaks, antiklimaks dan susunan pyramidal. Pernyataan kesimpulan terkait apakah khalayak perlu disajikan kesimpulan secara eksplisit atau memberikannya untuk menarik kesimpulan sendiri.¹³

Dalam pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah Tahun 2015 di Kota Medan. Menjelang Pilkada di kota Medan,

¹³ Antar Venus, Op.cit, hal. 76

terjadi kampanye bohong dan fitnah merebak di segala media sosial. Masa kampanye pemilihan kepala daerah belum dimulai, namun perang isu dan opini mengenai calon kepala daerah telah marak di media massa dan media sosial. Pemberitaan dan informasi yang beredar di dua media tersebut tak lepas dari kabar bohong dan fitnah yang sengaja dihembuskan tim sukses atau oknum pendukung calon kepala daerah untuk menjatuhkan pasangan kandidat lainnya.

Menurut ketua Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Medan 2015, Yeni Chairiah Rambe:

Pada Pemilihan Umum wali kota Medan terdapat pelanggaran etika kampanye dan kampanye hitam yang mengarah kesalah satu kandidat calon Wali kota Medan saat itu. Diantara kampanye hitam terdapat empat isu diantaranya isu anti kaum Tionghoa, isu uang (*many politic*) dengan yang dibagi-bagi kepada masyarakat kota Medan, dan isu nepotisme di pemko Medan.¹⁴

Lebih lanjut Yeni Chairiah Rambe menjelaskan maraknya isu fitnah di media massa dan media sosial, mengkategorikan hal tersebut sebagai pelanggaran berita oleh media massa. Diantaranya berita yang tidak berimbang, penyebaran berita di media massa menjadi persoalan dalam perang informasi,

¹⁴ Wawancara penulis dengan Yeni Chairiah Rambe selaku ketua KPU Kota Medan, tanggal 1 Februari 2017.

seharusnya media massa tidak terpancing dengan yang ada di media sosial dan mejadi media yang adil dan jujur dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat.¹⁵

Selanjutnya *Ketua KPU Sumut* Mulia Banurea, menanggapi pemberitaan atau kampanye jahat di media massa maupun media sosial, kampanye dengan berita kebohongan dan fitnah melanggar etika kampanye dan melanggar prinsip HAM karena merendahkan martabat. Pertama soal hak, kedua soal siapa yang berkewajiban. Negara berkewajiban menghormati. Harusnya Bawaslu dan polisi, mereka menindak penyebar berita fitnah,¹⁶

Lebih lanjut Mulia Banurea menjelaskan terhadap bahayanya dampak pelanggaran etika kampanye:

“Bahaya lain dari pelanggaran etika kampanye akan menimbulkan kampanye hitam ekuivalen dengan bahaya fitnah itu sendiri. Seperti yang sudah kita ketahui bersama, dalam sejumlah literatur Islam, dikatakan bahwa keburukan fitnah lebih dahsyat (*asyadd*) daripada pembunuhan. Fitnah bisa membunuh karakter, menghancurkan reputasi yang sudah dibangun bertahun-tahun, mengancam kehidupan ekonomi (fitnah bisa membuat seseorang kehilangan pekerjaan), menyuburkan dendam kesumat, serta mengancam keselamatan jiwa. Yang terancam bukan hanya jiwa orang yang difitnah, melainkan juga keluarga dan kelompok.¹⁷

Yeni Chairiah Rambe juga memperingatkan bahwa sejarah mencatat bagaimana fitnah telah mencabik-cabik persatuan dan melemahkan ummat. Bagaimana pula ribuan nyawa manusia

¹⁵ *Ibid*

¹⁶ Wawancara penulis dengan Mulia Banurea selaku ketua KPU Sumut, tanggal 1 Februari 2017.

¹⁷ *Ibid.*

melayang gara-gara fitnah. Dalam konteks penjagaan atas persatuan inilah, mestinya kita menjaga etika etika dalam menyampaikan informasi terutama pada saat berlangsungnya kegiatan kampanye pada Pilkada maupun Pemilu terutama *black campaign* dan juga *negative campaign*.

Sedangkan pelanggaran etika kampanye saat Pilkada kota Medan yang ditemukan oleh Panwas dan KPU, sebagaimana hal ini di ungkapkan oleh Ketua Panitia Pengawas Pemilihan Kepala Daerah (Panwas Pilkada) Kota Medan Raden Deni Admiral, bahwa pemilihan kepala daerah (Pilkada) Kota Medan yang digelar secara serentak di beberapa daerah kabupaten/kota di Sumut pada tanggal 9 Desember 2015 yang lalu, masih terdapat alat peraga kampanye yang menyalahi aturan. Padahal, telah difasilitasi oleh KPU namun dibuat lagi oleh tim pasangan calon. Lebih lanjut dijelaskan Alat peraga sudah difasilitasi oleh pihak KPU, maka tidak boleh dibuat kembali oleh pasangan calon, sebagaimana yang tertuang didalam peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) No 7 Tahun 2015. "Di dalam Pasal 68 ayat 1 PKPU sudah jelas menerangkan bahwa pasangan calon dan tim kampanye dilarang mencetak dan menyebarkan bahan kampanye selain yang telah di atur didalam Pasal 26. Dimana,

pasangan calon hanya boleh membuat dan mencetak bahan kampanye selain yang difasilitasi oleh pihak KPU yaitu yang terdapat di dalam Pasal 26 PKPU.¹⁸

Hal ini juga disampaikan oleh Komisioner Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) Sumut, Aulia Andri, bahwa proses Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Kota Medan mulai diwarnai oleh pelanggaran etika dalam berkampanye seperti halnya, kampanye hitam (*black campaign*) melalui media sosial. Kampanye hitam itu menyerang pasangan nomor urut 1, HT Dzulmi Eldin-Akhyar Nasution (Eldin-Akhyar). “Kampanye hitam sudah marak di media-media sosial yang menyerang pasangan Eldin-Akhyar. Ini tidak baik dalam proses pilkada yang sedang berlangsung di Medan. Tentunya hal ini untuk memengaruhi persepsi publik, lantaran Dzulmi Eldin pernah menjabat wali kota Medan. Kejadian ini juga dapat dinilai pernyataan yang dilontarkan sering tidak didasari data data akurat. Seperti, ketika ada pemberitaan terkait pembangunan *Islamic Center* dan honor bilal mayit, tidak didasarkan fakta di lapangan. Banyaknya materi pelanggaran etika kampanye seperti halnya,

¹⁸ Wawancara penulis dengan Ketua Panitia Pengawas Pemilihan Kepala Daerah (Panwas Pilkada) Kota Medan Raden Deni Admiral, tanggal 5 April 2017. Lebih lanjut keterangan dapat dilihat di <http://news.analisadaily.com/read/panwas-pilkada-banyak-alat-peraga-tidak-sesuai-aturan/169804/2015/09/11>

kampanye hitam di media sosial yang mengarah pada upaya pembunuhan karakter pasangan Eldin-Akhyar. Hal ini tentu jauh lebih berbahaya mengingat stigma yang terbentuk bisa melekat selamanya, meskipun nanti pilkada telah usai.¹⁹ Lebih lanjut Anggota Panwaslu Kota Medan, Uliyansyah Nasution menyampaikan harapannya: "Oleh karena itu himbauan kami, berpolitiklah dengan benar dan ikuti aturan serta jangan melakukan pelanggaran dalam hal apapun."²⁰

¹⁹ Wawancara penulis dengan Komisioner Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) Sumut, Aulia Andri, tanggal 6 April 2017.

²⁰ Wawancara penulis Anggota Panwaslu Kota Medan, Uliyansyah Nasution, tanggal 6 April 2017.

BAB IV

KAJIAN FIQH SIYASAH TENTANG ETIKA KAMPANYE PILKADA KOTA MEDAN TAHUN 2015

A. Hukum Berkampanye Dalam Islam

Pelaksanaan kampanye merupakan salah satu bagian atas terselenggaranya pemilihan umum. Di dalam fiqh siyasah, istilah pemilihan umum dikenal dengan *intikh'abah al 'ammah*. *Intikhabah* meruakan jama' muannas salim yang berasal dari kata **يَذُتخب - ذتخب** yang artinya memilih.

Oleh karena itu, dalam hal ini kampanye adalah sebuah sarana sebagai tahap perkenalan diri oleh kandidat yang mencalonkan diri agar khalayak mengetahui keberadaan serta identitas para pihak yang mencalonkan diri tersebut, sehingga dengan demikian umat dapat mengenal dan mampu untuk memilih dan memilah manakah calon kandidat yang pantas untuk menduduki kepemimpinan melalui pelaksanaan pemilihan umum.¹

¹ Hafied Cangara, *Komunikasi Politik : Konsep, Teori dan Strategi*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2011), h. 229

Suatu tindakan menawarkan diri untuk menjadi pemimpin, telah dijelaskan dalam firman Allah tentang perkataan Yusuf as. dalam Q.S. Yusuf ayat 55, yakni:

قَالَ أَجْعَلْنِي عَلَىٰ خَزَائِنِ الْأَرْضِ إِنِّي حَفِيظٌ عَلِيمٌ ﴿٥٥﴾

Artinya: berkata Yusuf: *"Jadikanlah aku bendaharawan negara (Mesir); Sesungguhnya aku adalah orang yang pandai menjaga, lagi berpengetahuan".*²

Dari ayat di atas, menurut tafsir pendapat ulama Al-Allamah Al-Alusi (w. 1270 H), ayat diatas merupakan dalil kebolehan seseorang untuk memuji dirinya dengan sebenarnya jika memang ia tidak dikenal. Demikian pula kebolehan untuk meminta kekuasaan (jabatan).³ Kekuasaan (jabatan) dapat diminta apabila ada orang yang kafir dan zalim yang juga ingin menguasainya. Oleh karena itu, seseorang yang didalam dirinya telah terpenuhi syarat-syarat untuk menjadi pemimpin dan sanggup untuk bersikap adil serta menjalankan hukum-hukum syariat, maka calon pemimpin tersebut boleh saja untuk menawarkan diri untuk menjadi pemimpin dan meminta jabatan tersebut.⁴

² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: PT. Sygma Examedia Arkenleema, 2012), h. 242.

³ Fahmi Huwaydi, *Demokrasi*, h. 236.

⁴ Fahmi Huwaydi, *Demokrasi*, h. 130.

Hafidzun 'Alim adalah kekuatan inti Nabi Yusuf as. yang berjuang dengan melibatkan diri ke dalam sistem birokrasi pemerintahan Mesir. Ia berjuang melawan hedonisme dan kekuasaan korup yang menggiring negara pada kehancuran.⁵ Seorang ulama yang bernama Al-Qurthubi (w. 671 H) menyatakan pula bahwa, ayat tersebut menunjukkan suatu kebolehan untuk seseorang yang meminta jabatan jika dirinya berkompeten. Dijelaskan dalam penafsirannya bahwa, Nabi Yusuf a.s. meminta jabatan karena ia yakin ketika itu tidak ada yang dapat menegakkan keadilan, kebaikan serta hak-hak fakir miskin.

Hal ini merupakan sebuah kewajiban bagi calon pemimpin untuk menawarkan diri menjadi pemimpin apabila ia memang mampu.⁶ Jika seseorang mengetahui bahwa dirinya sanggup menegakkan kebenaran dan keadilan, sedangkan ketika itu tidak ada yang dapat melaksanakannya, maka meminta jabatan menjadi wajib 'ain atasnya. Wajib atasnya memintanya dengan cara mengabarkan tentang perihal diri dan sifatsifatnya yang layak untuk jabatan tersebut, baik berupa ilmu, kemampuan,

⁵ Thariq As-Suwaidan, *Melahirkan Pemimpin Masa Depan*, Terj. Faishal Umar, (Jakarta: Gema Insani, 2005), h. 30

⁶ Rapung Samuddin, *Fiqih Demokras*,. h. 131

syarat-syarat kelayakan untuk menjadi pemimpin dan lain sebagainya sebagaimana yang dilakukan oleh Yusuf a.s.

Kemudian, sifat-sifat seorang calon pemimpin tersebut juga mengandung *Basthatan fi al-'Ilm wa al-Jism* (Keunggulan pada kekuatan ilmu dan fisik). Ibnu Khaldun memiliki gagasan penting mengenai kriteria yang harus dimiliki seorang pemimpin. Pertama, seorang pemimpin itu harus memiliki ilmu pengetahuan; kedua, pemimpin itu harus berlaku adil dalam setiap keputusannya; ketiga, sehat fisik dan jiwanya serta kemampuan lain yang memadai. Hal tersebut dibenarkan oleh Ibnu Qayyim bahwa dengan menyempurnakan ilmu, maka kepemimpinan dalam permasalahan agama akan didapatkan. Kepemimpinan dalam agama adalah kekuasaan yang alatnya adalah ilmu.⁷

Adapun pencalonan yang memiliki unsur permintaan suatu jabatan oleh individu tidak diperbolehkan, namun boleh hukumnya mencalonkan seseorang untuk orang lain, karena hal tersebut tidak mengandung unsur untuk meminta jabatan

⁷ Ibnu Qayyim Al-Jauziyah, *Buah Ilmu*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 1999), h. 76

(kekuasaan). Akan tetapi mengandung permintaan kepada umat untuk memilih calon yang layak.⁸

B. Etika Kampanye dalam Hukum Islam

Tujuan Kampanye ialah upaya mempropagandakan partai dan program-programnya dalam rangka menarik dukungan dan simpati masyarakat. Kampanye merupakan bagian penting dalam percaturan politik. Melalui kampanye, suatu partai dapat memperkenalkan program-programnya, sekaligus dapat menarik simpati pemilih agar memberikan hak suara dan dukungan mereka kepada partai tersebut. Dari pemahaman ini, kampanye memiliki kesamaan dengan dakwah.

Oleh karena itu, pelaksanaan kampanye perlu diatur agar sesuai dengan Etika Islam, dan tidak menyimpang dari garis-garis yang ditetapkan Syari'at Islam. Terutama bagi partai-partai yang menyatakan dirinya Partai Islam atau Partai yang berasaskan Islam. Allah SWT berfirman dalam surat An Nahl ayat 125 yang berbunyi:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ..^ط

⁸ Abdul Karim Zaidan, dkk, *Pemilu dan Partai Politik...*, h. 46.

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik”. (QS. An-Nahl: 125)⁹

Hadits Nabi SAW:

مَنْ دَلَّ عَلَى خَيْرٍ فَلَهُ مِثْلُ أَجْرِ فَاعِلِهِ (رواه مسلم)

Artinya: “Barang siapa yang menunjukkan pada kebaikan maka baginya mendapat pahala seperti orang yang melakukan kebaikan tersebut” (HR Muslim).¹⁰

Adapun Etika yang mengikrarkan dirinya sebagai partai dakwah, berkampanye harus sesuai dengan adab-adab Islam, di antaranya¹¹:

1. *Ikhlas* (Keikhlasan)

Ikhlas dan membebaskan diri dari motivasi yang salah dan rendah. Kampanye dalam Islam merupakan bagian dari amal shaleh dan ibadah, maka dari itu perlu diperhatikan keikhlasan niat dan ketulusan motivasi setiap hati nurani para penyelenggara, peserta terutama da'i dan juru kampanye. Agar kampanye yang dilakukan tidak hanya berdampak pada masalah-masalah keduniaan, tetapi juga mendapat keridhaan dan keberkahan Allah SWT. Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam surat Al Bayyinah ayat 5;

⁹ Depag RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Surabaya: Mahkota, 1989), h. 453

¹⁰ Abul Hasan, Muslim, Shahih Muslim II, (Semarang: Toha Putra, t.th.), h. 145

¹¹<http://www.lintasgayo.com/56083/kampanye-dan-etika-kampanyedalamislam.html>

وَمَا أُمِرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ حُنَفَاءَ

Artinya: “Padahal mereka tidak disuruh kecuali supaya menyembah Allah dengan memurnikan keta’atan kepada-Nya dalam (menjalankan) agama dengan lurus”.¹²

Pada saat kampanye, faktor-faktor yang merusak keikhlasan harus dihindari. Arogansi atau kesombongan yang disebabkan oleh banyaknya pengikut atau kelebihan lain, juga harus dihindari. Allah SWT. berfirman dalam surat Al Anfal ayat 47 yang berbunyi:

وَلَا تَكُونُوا كَالَّذِينَ خَرَجُوا مِنْ دِيَارِهِمْ بَطْرًا وَرِئَاءَ النَّاسِ وَيَصُدُّونَ
عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ ۗ وَاللَّهُ بِمَا يَعْمَلُونَ مُحِيطٌ ﴿٤٧﴾

Artinya: “Dan janganlah kamu menjadi seperti orang-orang yang keluar dari kampungnya dengan rasa angkuh dan dengan maksud riya kepada manusia serta menghalangi (orang) dari jalan Allah. Dan (ilmu) Allah meliputi apa yang mereka kerjakan”.¹³

2. Tha'ah (Keta'atan)

Ta'at dan komitmen kepada seluruh aturan Allah, perundangan yang berlaku, dan arahan partai. Pada saat kampanye, terkadang larut dalam berbagai acara dan pembicaraan yang membuat lupa atau mengabaikan keta'atan

¹² Depag RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, h. 434

¹³ Ibid, h. 674

kepada Allah, seperti kewajiban shalat. Bagi seorang muslim, saat berkampanye jangan sampai mengabaikan keta'atan kepada Allah apalagi sampai kepada tingkat melalaikan diri dan orang lain dari jalan Allah. Demikian halnya dengan keta'atan kepada aturan yang berlaku, dan arahan partai yang berkenaan dengan kampanye sebagai bentuk ketaatan kepada ulil amri, hendaknya diperhatikan. Allah Swt berfirman:

وَمِنَ النَّاسِ مَن يَشْتَرِي لَهْوَ الْحَدِيثِ لِيُضِلَّ عَن سَبِيلِ اللَّهِ بِغَيْرِ عِلْمٍ
وَيَتَّخِذَهَا هُزُوًا أُولَٰئِكَ لَهُمْ عَذَابٌ مُّهِينٌ ﴿٦﴾

Artinya: “Dan di antara manusia (ada) orang yang mempergunakan perkataan yang tidak berguna untuk menyesatkan (manusia) dari jalan Allah tanpa pengetahuan dan menjadikan jalan Allah itu olok - olokan. Mereka itu akan memperoleh azab yang menghinakan.” (QS. Luqman, 6)¹⁴

3. Uswah (Keteladanan)

Menampilkan dan menyampaikan program-program partai dengan cara dan keteladanan yang terbaik (Ihsan). Di antara etika kampanye yang terbaik dan simpatik adalah mengedepankan keunggulan partai yang bersangkutan, tanpa perlu menjelekkkan dan mengejek orang, partai atau golongan lain seperti *black campaign*. Partai yang baik dan program yang

¹⁴ Ibid, h. 534

bagus juga harus disampaikan dengan cara yang bagus dan profesional.

Di antara kampanye yang efektif adalah dengan cara memberi keteladanan yang terbaik. Bahasa perilaku sering lebih efektif daripada bahasa lisan. Kampanye adalah memikat dan menarik simpati orang. *Shidq* (Kejujuran)

Jujur, tidak berdusta /berbohong atau mengumbar janji kejujuran merupakan salah satu kunci sukses berkomunikasi politik. Berbagai kebaikan akan menyertai kapan, dimana, dan siapa saja yang komitmen dengan kejujuran. Kampanye tidak boleh menghalalkan segala cara. Tujuan luhur tidak boleh dirusak oleh cara yang kotor.

Berbohong adalah perbuatan terlarang dalam Islam, apalagi yang dibohongi itu orang banyak, sudah tentu bahayanya lebih berat. Berbohong adalah menyampaikan sesuatu yang tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya.

Kondisi yang tidak terkendali, juga bisa mengakibatkan seseorang larut dalam perilaku dan orasi yang cenderung mengumbar janji muluk yang tidak mungkin dilaksanakan. Hal ini harus diperhatikan oleh seorang da'i/ juru kampanye. Janji

pasti akan dipertanggung-jawabkan di Akhirat. Allah SWT. berfirman dalam surat Al Israa':34,

﴿٣٤﴾ وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا

Artinya: “Dan penuhilah janji, sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggungjawabannya”. (QS. Al-Israa’: 34)¹⁵

4. Ukhuwwah (Persaudaraan)

Tetap menjaga ukhuwah (persaudaraan), tidak ghibah, caci maki, dan cemooh. Kampanye bukanlah arena untuk memuaskan selera dan hawa nafsu. Perkataan yang diucapkan dan sikap yang ditampilkan harus senantiasa mencerminkan rasa ukhuwah Islamiyah. Tidak boleh berprasangka buruk apalagi melontarkan tuduhan-tuduhan yang tidak beralasan, karena hal itu akan menimbulkan kerenggangan dan perseteruan yang mengganggu ukhuwah. Allah SWT berfirman dalam surat Al Hujuraat ayat 10:

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوِيكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ

Artinya: “Sesungguhnya orang-orang mu’min adalah bersaudara karena itu damaikanlah antara kedua saudaramu dan bertakwalah kepada Allah supaya kamu mendapat rahmat”.¹⁶

Dalam kampanye juga tidak dibolehkan mengeluarkan kata-kata yang melukai harga diri dan martabat seseorang atau

¹⁵ Ibid, h. 354

¹⁶ Ibid, h. 435

lembaga yang dihormati oleh Syari'at. Allah SWT berfirman di surat Al Hujuraat 11 dan 12:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا يَسْخَرُونَ قَوْمٍ مِّن قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونُوا خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا نِسَاءً مِّن نِّسَاءٍ عَسَىٰ أَن يَكُنَّ خَيْرًا مِّنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوا أَنفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِاللَّغَبِ بِئْسَ الْأَسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَانِ وَمَن لَّمْ يَتُبْ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ ﴿١١﴾ يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا أَتُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ ﴿١٢﴾

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah suatu kaum mengolok-olok kaum yang lain (karena) boleh jadi mereka (yang diolok-olok) lebih baik dari mereka (yang mengolok-olok) dan jangan pula wanita-wanita (mengolok-olok) wanita-wanita lain (karena) boleh jadi wanita-wanita (yang diperolok-olok) lebih baik dari wanita (yang mengolok-olok) dan janganlah kamu panggil-memanggil dengan gelar-gelar yang buruk. Seburuk-buruknya panggilan ialah (panggilan) yang buruk sesudah iman dan barangsiapa yang tidak bertaubat, maka mereka itulah orang-orang yang zalim. Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan dari prasangka, sesungguhnya sebagian dari prasangka itu adalah dosa dan janganlah kamu mencari-cari kesalahan orang lain dan janganlah sebagian kamu menggunjing sebagian yang lain. Sukakah salah seorang diantara kamu memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima taubat lagi Maha Penyayang".¹⁷

¹⁷ Ibid, h. 374

5. *Tarbawy* (Edukatif)

Komitmen dengan nilai-nilai edukatif, persuasif dan tidak memaksa atau mengancam/mengintimidasi, tertib dan tidak mengganggu, dan menghindari acara yang kurang bermoral. Kampanye adalah salah satu sarana pendidikan politik yang menjunjung tinggi nilai-nilai moral dan kesantunan, di samping sebagai sarana da'wah yang memiliki makna mengajak dengan cara persuasif, tidak memaksa atau mengintimidasi. Dalam kampanye tidak boleh memaksa dan memaksakan kehendak kepada orang lain. Termasuk mempengaruhi dan mempolitisir supaya menerima dan memberikan hak pilihnya kepada partai tertentu dengan berbagai cara yang bersifat memaksa atau terpaksa, seperti dengan cara politik uang. Dengan demikian, kampanye edukatif ini menuntut setiap partai dan juru kampanye/da'i agar lebih inovatif, kreatif, dan proaktif. Massa pemilih mempunyai hak dan kebebasan memilih suatu partai sesuai dengan pilihan hati nurani. Sebagaimana dalam memeluk agama, manusia diberikan hak untuk beragama sesuai keyakinannya, apalagi dalam hal berpartai. Allah SWT. berfirman dalam surat Al Baqaarah ayat 256:

لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ

Artinya: *Tidak ada paksaan untuk (memasuki) agama (Islam);*¹⁸

Saat kampanye, juga harus diperhatikan hak orang lain terutama hak jalan. Jika kampanye menggunakan cara pengerahan masa dan sejenisnya, maka harus dilakukan secara tertib dan terkendali. Hak pengguna jalan harus diberikan dan dilarang merusak atribut partai lain.

Demikian pula dengan acara atau hiburan yang tidak mendidik bahkan cenderung tidak moral. Karenanya harus dihindari hiburan yang menampilkan unsur pornografi-pornoaksi dan hal-hal yang dilarang oleh agama, aturan maupun adat.

6. *Tawadlu'* (Rendah Hati)

Rendah hati, tidak menyombongkan diri, dan tidak mudah menuduh orang lain. Akhlak islam mengharuskan agar suatu partai tidak menganggap dirinya paling baik apalagi paling benar, misalkan anggapan partainya adalah yang paling Islami, sedang orang lain dan partai lain tidak ada yang benar. Juga tidak mudah menuduh kalangan lain melakukan suatu kesesatan atau perbuatan bid'ah. Cara ini bukan cara yang Islami.

¹⁸ Ibid, h. 243

Menyampaikan keunggulan sendiri boleh saja, tetapi tidak harus mengklaim apalagi menyombongkan diri sebagai yang terbaik atau paling Islami.

Mengakui keterbatasan diri sebagai manusia dan keterbatasan partai sebagai kumpulan komunitas manusia adalah bagian dari sifat rendah hati yang disukai siapapun. Selanjutnya menggantungkan rencana dan program pada Allah SWT. Tujuan berpolitik dalam Islam tidak lain adalah mencari ridha-Nya. Allah SWT. berfirman di surat An Najm 32,

....فَلَا تَزُكُّوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ هُوَ اَعْلَمُ بِمَنْ اَتَّقَى ﴿٣٢﴾

Artinya: “Maka janganlah kamu mengatakan dirimu suci. Dialah yang paling mengetahui orang yang bertakwa”.¹⁹

7. *Ishlah* (Perbaikan)

Memberikan nilai kemaslahatan, solusi, dan perbaikan bagi seluruh bangsa. Kampanye hendaknya dapat memberi kemaslahatan bagi bangsa baik material maupun spiritual, dan menghindari kampanye yang tidak berguna, sia-sia, apalagi menimbulkan dosa. Dalam hal pembuatan spanduk, stiker, atau perangkat kampanye lain, juga harus memuat pesan yang baik bagi masyarakat.

¹⁹ Ibid, h. 324

Kampanye yang mengarah langsung pada *problem solving* (pemecahan masalah) yang sedang dihadapi bangsa Indonesia, seperti menggagas penyelamatan bangsa, shilaturrahim, aksi-aksi kepedulian sosial, advokasi, penyuluhan hukum, dan ceramah agama, lebih baik dari hanya sekedar slogan kosong.

Inilah beberapa adab kampanye yang perlu diperhatikan, mudah-mudahan dapat berguna bagi partai keadilan sejahtera dan partai lainnya. sehingga ketertiban dan keamanan saat kampanye dapat terwujud, korban jiwa dapat dihindari, dan upaya mempercepat tumbuhnya iklim demokrasi yang beradab dan bermartabat di Indonesia menuju *Baldatun Thayyibatun wa Rabbun Ghafur* akan terjamin dan segera terealisasi.

Penjelasan seputar hukum kampanye pemilu mengharuskan mengkaji dan meneliti berbagai hukum tentang hukum berkampanye, topik ini dibahas dalam sejumlah poin seperti berikut:²⁰

a. Menganggap Dirinya bersih (Pencitraan)

Perinsip ini dalam masalah ini adalah firman Allah,
“maka janganlah kamu mengatakan dirimu suci. Dialah

²⁰ Ali Muhammad Ash-Shallabi, Parlemen Divnegera Islam moderen, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar,2016)h. 148

yang paling mengetahui tentang orang yang bertakwa.”

(An-Najm: 32)

- b. Berlebihan dalam pengeluaran belanja (biaya Kampanye)

وَأَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذِرْ تَبْدِيرًا

إِنَّ الْمُبْذِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: “dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.”
(Al-Israa’ 26-27)

- c. Jual beli suara

Jual beli suara adalah dosa besar yang akan dimintai pertanggung jawaban oleh Allah dan sebuah kejahatan yang ditolak hukum. Jadi jual beli suara dalam suatu pemilihan sudah menjadi praktik yang diketahui oleh sebagian kalangan, sudah tidak asing lagi bagi mereka.

C. Analisis Kajian Fiqh Siasyah Tentang Etika Kampanye

Pada Pemilihan Kepala Daerah Kota Medan Tahun 2015

Dalam bagian ini akan dipaparkan mengenai hasil pembahasan yang dilakukan oleh peneliti. Pemaparan hasil penelitian dirangkum dalam dua tema besar. *Pertama*, mengenai

kejadian pemilihan kepala daerah di kota Medan dalam melaksanakan pendidikan politik berkampanye. Bagian pertama lebih mengungkapkan peristiwa pelaksanaan pendidikan politik. Disamping itu juga diungkap mengenai kontitusi yang mengatur tentang berkampanye dalam pemilihan kepala daerah.

Kedua, mengenai peranan kajian Fiqh Siasyah dalam melaksanakan pendidikan politik bagi perbuatan pelanggaran etika-etika seperti kampanye hitam/*black campaign* dalam pemilihan Kepala Daerah Kota Medan Tahun 2015. Pada bagian kedua ini akan dipaparkan mengenai program-program pelanggaran dalam berpolitik yang dilaksanakan pada Tahun 2015. Dijelaskan pula tentang aturan hukum islam mengenai mencalonkan diri. Berikut akan dipaparkan lebih lanjut.

Pada saat berlangsungnya penyelenggaraan Pilkada/Wali Kota Medan tahun 2015. selama PILKADA, tidak tertutup kemungkinan terdapat kekurangan-kekurangan dimana terjadi pelanggaran-pelanggaran dalam penyelenggarannya terutama pada saat kampanye, dimana pada saat kampanye pemilihan Wali Kota dan Wakil Wali Kota terdapat bentuk pelanggaran pelanggaran yang menyerang kandidat kedua pasangan calon

yaitu adanya perbuatan kampanye hitam/sering disebut (*black campaign*), baik melalui UU No. 42 Tahun 2008.

Pelanggaran etika kampanye saat Pilkada kota Medan yang ditemukan oleh Panwas dan KPU, sebagaimana hal ini diungkapkan oleh Ketua Panitia Pengawas Pemilihan Kepala Daerah (Panwas Pilkada) Kota Medan Raden Deni Admiral, bahwa pemilihan kepala daerah (Pilkada) Kota Medan yang digelar secara serentak di beberapa daerah kabupaten/kota di Sumut pada tanggal 9 Desember 2015 yang lalu, masih terdapat alat peraga kampanye yang menyalahi aturan. Padahal, telah difasilitasi oleh KPU namun dibuat lagi oleh tim pasangan calon. Lebih lanjut dijelaskan Alat peraga sudah difasilitasi oleh pihak KPU, maka tidak boleh dibuat kembali oleh pasangan calon, sebagaimana yang tertuang didalam peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) No 7 Tahun 2015. "Di dalam Pasal 68 ayat 1 PKPU sudah jelas menerangkan bahwa pasangan calon dan tim kampanye dilarang mencetak dan menyebarkan bahan kampanye selain yang telah di atur didalam Pasal 26. Dimana, pasangan calon hanya boleh membuat dan mencetak bahan

kampanye selain yang difasilitasi oleh pihak KPU yaitu yang terdapat di dalam Pasal 26 PKPU.²¹

Hal ini juga disampaikan oleh Komisioner Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) Sumut, Aulia Andri, bahwa proses Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Kota Medan mulai diwarnai kampanye hitam (*black campaign*) melalui media sosial. Kampanye hitam itu menyerang pasangan nomor urut 1, HT Dzulmi Eldin-Akhyar Nasution (Eldin-Akhyar). “Kampanye hitam sudah marak di media-media sosial yang menyerang pasangan Eldin-Akhyar. Ini tidak baik dalam proses pilkada yang sedang berlangsung di Medan. Tentunya hal ini untuk memengaruhi persepsi publik, lantaran Dzulmi Eldin pernah menjabat wali kota Medan. Kejadian ini juga dapat dinilai pernyataan yang dilontarkan sering tidak didasari data data akurat. Seperti, ketika ada pemberitaan terkait pembangunan *Islamic Center* dan honor bilal mayit, tidak didasarkan fakta di lapangan. Banyaknya materi kampanye hitam di media sosial yang mengarah pada upaya pembunuhan karakter pasangan Eldin-Akhyar. Hal ini tentu jauh lebih berbahaya mengingat stigma yang terbentuk

²¹ Wawancara penulis dengan Ketua Panitia Pengawas Pemilihan Kepala Daerah (Panwas Pilkada) Kota Medan Raden Deni Admiral, tanggal 5 April 2017. Lebih lanjut keterangan dapat dilihat di <http://news.analisadaily.com/read/panwas-pilkada-banyak-alat-peraga-tidak-sesuai-aturan/169804/2015/09/11>

bisa melekat selamanya, meskipun nanti pilkada telah usai.²² Lebih lanjut Anggota Panwaslu Kota Medan, Uliyansyah Nasution menyampaikan harapannya: "Oleh karena itu himbauan kami, berpolitiklah dengan benar dan ikuti aturan serta jangan melakukan pelanggaran dalam hal apapun."²³

Kajian fiqh siyasah terhadap etika kampanye dalam pilkada/ Wali Kota tahun 2015 terdapat fitnah di media massa dan media sosial, termasuk dalam kategori sebagai pelanggaran berita oleh media massa. Pemberitaan dan informasi yang beredar di dua media tersebut tak lepas dari kabar bohong dan fitnah yang sengaja dihembuskan oknum pendukung calon Wali Kota untuk menjatuhkan pasangan calon Wali Kota lainnya.

Dalam pandangan fiqh siyasah atas pemberitaan yang tidak benar adalah fitnah, sesuai dengan syara' mengenai amal perbuatan yang diperoleh oleh dalil-dalilnya yang tafshil²⁴ (terinci, yakni dalil-dalil atau hukum-hukum khusus yang di ambil dari dasar-dasarnya. Perbuatan kampanye hitam/sering disebut (*black campaign*), Akhlaqul Madzmumah/ sifat yang

²² Wawancara penulis dengan Komisioner Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) Sumut, Aulia Andri, tanggal 6 April 2017.

²³ Wawancara penulis Anggota Panwaslu Kota Medan, Uliyansyah Nasution, tanggal 6 April 2017.

²⁴ M.Hasbi Ash Shiddieqy, *Pengantar Ilmu Fiqh*, (Jakarta, Bulan Bintang: 1974), h. 26

tercela yang harus di jauhi hal ini disebut dan termasuk ke dalam perbuatan fitnah.²⁵

Perbuatan fitnah, menyebarkan kabar tidak benar/menyiarkan rahasia (aib) seseorang kepada orang lain padahal orang itu tidak pernah melakukannya.²⁶ Sesungguhnya berbicara dengan orang itu mudah, tetapi berat mempertanggung jawabkannya. Apapun yang telah kita katakan lebih menunjukkan siapa sebenarnya diri kita. Artinya, apapun yang kita katakan lebih menunjukkan siapa sebenarnya diri kita.

Misalnya, penghinaan kita terhadap seseorang lebih menunjukkan kehinaan diri kita sendiri dibandingkan kehinaan orang yang kita hina. Kritik dan koreksi yang kita sampaikan kepada seseorang kalau tidak hati-hati lebih memperlihatkan kedengkian kita. Perkataan yang baik adalah pembuktian kemusliman seseorang. Hendaknya setiap orang memastikan bahwa kata-kata yang akan diucapkannya benar-benar baik. Apabila kita tidak yakin akan dapat mengeluarkan kata-kata yang baik, diam itu lebih baik. Berkata yang baik tentunya akan lebih bermanfaat dibandingkan diam. Akan tetapi, menghindari

²⁵ Artikel Web STAIN Jurai Siwo Metro : *Black Campaign dalam perspektif islam*, (Medan. 2009) , diakses pada 4 April 2016

²⁶ Tim MGMP PAI SLTPN, *Pendidikan Agama Islam kelas 2*, (Surabaya, 2003), h. 34

akibat dari perkataan yang kurang baik akan lebih utama dibandingkan kita memaksakan berbicara yang akan berakibat jelek kepada diri sendiri maupun orang lain.²⁷

Berdasarkan ayat-ayat al-Quran yang melarang perbuatan yang dapat merugikan orang lain ,yang berkaitan dengan larangan berburuk sangka dan menggunjing berbunyi sebagai berikut daam surah al- Hujurat ayat 6:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ
فَتُصِيبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti, agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.*²⁸

Dalam surah al- Hujurat ayat 11 yang berbunyi sebagai berikut :

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا يَسْخَرُونَ مِنْ قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونُوا خَيْرًا مِنْهُمْ وَلَا
نِسَاءً مِنْ نِسَاءٍ عَسَىٰ أَن يَكُنَّ خَيْرًا مِنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوا أَنفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا
بِالْأَلْقَابِ بِئْسَ الْأَسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَانِ وَمَنْ لَّمْ يَتُبْ فَأُولَٰئِكَ هُمُ
الظَّالِمُونَ ﴿١١﴾

²⁷ Muhammad Abu Zahroh, *Ushul al-Fiqh*, (Mishr, Daral-Fikr al-‘Arabi: 1958), h. 34

²⁸ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan terjemahnya*, (Surabaya: Karya Utama, 2000), h. 847

Artinya; Hai orang-orang yang beriman janganlah suatu kaum mengolok-olok kaum yang lain (karena) boleh jadi mereka (yang diolok-olok) lebih baik dari mereka (yang mengolok-olok) dan jangan pula wanita-wanita (mengolokolok) wanita-wanita lain (karena) boleh jadi wanita-wanita (yang diperolokolokkan) lebih baik dari wanita (yang mengolok-olok) dan janganlah kamu mencela dirimu sendiri dan janganlah kamu panggil memanggil dengan gelar-gelar yang buruk. Seburuk-buruk panggilan ialah (panggilan) yang buruk sesudah iman dan barang siapa yang tidak bertobat, maka mereka itulah orang-orang yang zalim.²⁹ (QS. Al-Hujurat:11)

Dan juga sesuai dengan dalam surah al- Hujurat ayat 12

yang berbunyi sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا أَنُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan dari prasangka, sesungguhnya sebagian prasangka itu adalah dosa dan janganlah kamu mencari-cari kesalahan orang lain dan janganlah sebahagian kamu menggunjing sebahagian yang lain. Sukakah salah seorang di antara kamu memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima Taubat lagi Maha Penyayang. ³⁰(QS. al-Hujurat:12)

Hal ini sesuai juga dengan surah al- Nuur ayat 15 yang berbunyi sebagai berikut :

²⁹Ibid.,h. 847

³⁰Ibid.,h. 545

إِذْ تَلَقَّوْنَهُ بِأَلْسِنَتِكُمْ وَتَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُمْ مَا لَيْسَ لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ
وَتَحْسَبُونَهُ هَيِّنًا وَهُوَ عِنْدَ اللَّهِ عَظِيمٌ ﴿١٥﴾

Artinya : *(Ingatlah) di waktu kamu menerima berita bohong itu dari mulut ke mulut dan kamu katakan dengan mulut mu apa yang tidak kamu ketahui sedikit juga dan kamu menganggapnya suatu yang ringan saja. Padahal dia pada sisi Allah adalah benar.*³¹ (QS. al- Nuur: 15)

Dan perbuatan menjelek-jelekan orang lain bertolak dengan kebenaran dalam Islam dosanya lebih besar dari pada membunuh. Fitnah adalah bentuk komunikasi kepada satu pihak atau lebih yang bertujuan untuk memberikan stigma / pemikiran negatif pada sesuatu peristiwa yang dilakukan oleh pihak lain, fitnah didasarkan pada fakta palsu yang dipengaruhi oleh sifat penghormatan, buruk sangka, obsesi, atau menjatuhkan atau menaikkan nilai reputasi seseorang atau sesuatu pihak.

Ada banyak media yang digunakan untuk menyebarkan Kabar palsu atau fitnah kepada sesuatu pihak. Fitnah bisa dilakukan melalui metode suara atau berbisik antara seseorang atau seseorang yang lain. Menggunakan media komunikasi modern seperti menggunakan media massa baik melalui berita, koran, radio, televisi, internet dan lain-lain. Fitnah juga bisa dikembangkan antara satu pihak bertentangan dengan pihak lain

³¹*Ibid.*,h. 26

dengan hanya menjanjikan sesuatu dengan upah kepada pihak yang terlibat fitnah.

Dalam pemilu tentunya ada tindakan kampanye yang digunakan sebagai upaya untuk memperkenalkan calon atau kandidat yang nantinya akan dipilih oleh masyarakat sesuai nuraninya. Kampanye bersangkut paut dengan perilaku yang cukup dilembagakan. Oleh karena itu dampak atau perubahan besar secara intrinsik seringkali terbatas dan media dimanfaatkan untuk membantu kekuatan lembaga lainnya.³²

Tentunya hampir seluruh penelitian dan teori tentang kampanye yang tersedia bagi kita telah dilaksanakan dalam lingkungan seperti itu dan secara relatif sedikit banyaknya kita sudah mengetahui hal ikhwal kampanye, sepanjang keberadaannya, untuk mempromosikan tujuan yang tidak biasa atau baru. Kampanye yang ideal adalah ajakan memilih kepada pemilih dengan menekankan penyampaian misi, visi, dan program. Penyampaian misi, visi, dan program ini dapat saja berupa kampanye positif atau negatif.

Bangsa ini harus perihatin karena memang semakin jelas sudah ada oknum-oknum yang ingin merusak Demokrasi yang

³² Agus Naryosao *Majalah Pengembang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* (Universitas Diponegoro. VOL. 36-No.2, Juni 2008), h. 23

kita bangun. Pemilu yang Demokratis yang kita harapkan dan kita agungkan bersama-sama sudah sebulan lebih dicerai oleh perbuatan perbutan yang melanggar etika terutama Kampanye-kampanye Hitam yang dialamatkan kepada kubu yang memfitnah. Hukuman atau denda terdapat dalam Pasal 214 Setiap orang yang dengan sengaja melanggar larangan pelaksanaan Kampanye sebagaimana dimaksud dalam Pasal 41 ayat³³ (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf d, huruf f, huruf g, atau huruf i, dipidana dengan pidana penjara paling singkat 6 (enam) bulan dan paling lama 24 (dua puluh empat) bulan dan denda paling sedikit Rp 6.000.000,00 (enam juta rupiah) dan paling banyak Rp 24.000.000,00 (dua puluh empat juta rupiah.

Namun oknum yang melakukan pelanggaran tidak dapat dijerat dengan undang-undang yang berlaku karena dalam media masa yang bersifat social global sulit mendeteksi oknum yang melakukan pelanggaran selain sulit untuk mendeteksi para oknum yang melakukan pelanggaran juga ada beking atau perlindungan dari penegak hukumitu sendiri yang telah terpengaruh oleh niat jahat mereka sehingga dari pihak penegak hukum yang yang benar-benar untuk menegak hukumakan

³³ Pasal 214

kesulitan mendeteksi dan mencari tau pelanggaran yang dilakukan oleh para oknum tertentu UU No. 42 Tahun.

Dalam hal di atas, terjadinya pelanggaran atas pemilu dalam pilkada antara kedua pasangan Wali Kota, penulis beranggapan bahwa kedua calon tersebut berusaha meraih suatu jabatan dari rakyat dengan cara saling memberi fitnah dan cara-cara yang melanggar norma-norma. Seolah-olah kedua calon tersebut meminta jabatan kepada rakyat, padahal dalam hukum islam menerangkan tentang larangan meminta jabatan, terjadinya fitnah di antara kedua calon karna keambisian untuk jadi pemimpin. Jadi, telah jelaslah dalam pilkada Wali Kota Medan terjadinya pelanggaran etika kampanye ini disebabkan karena ambisi untuk menjadi pemimpin atau wakil pemimpin agar terpilih dalam Pilkada.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penulisan skripsi ini dapat disimpulkan dengan beberapa kesimpulan yang sesuai dengan rumusan masalah dalam skripsi ini.

Hasil kajian secara komprehensif menyimpulkan bahwa pelaksanaan kampanye pilkada tahun 2015 di Medan terjadi pelanggaran etika berkampanye, yang mana pelanggaran tersebut menentang aturan Fiqh siyasah. Menjatuhkan lawan politik melalui isu-isu yang tidak berdasar, fitnah di media massa dan media sosial sebagai pelanggaran berita oleh media massa. Pemberitaan dan informasi yang beredar di dua media tersebut tak lepas dari kabar bohong dan fitnah yang sengaja dihembuskan oknum pendukung capres untuk menjatuhkan pasangan dengan pasangan lainnya dalam pandangan fiqh siyasah itu tidak dibenarkan dosa besar karena akan menimbulkan kejelekan pada orang lain.

Pelanggaran etika kampanye Pilkada kota Medan pada tahun 2015 di media massa dan media sosial seperti penyebaran fitnah dan pemberitaan bohong diantaranya isu anti kaum Tionghoa, isu uang (*many politic*) dengan yang dibagi-bagi

kepada masyarakat kota Medan, dan isu nepotisme di pemko Medan. Dalam UU No. 32 tahun 2008 tentang pemilu dan di pertegas dalam UU No. 42 tahun 2008 pada bagian keempat larangan dalam kampanye pasal 41 (1) pelaksana, peserta, dan petugas Kampanye dilarang menghina seseorang, agama, suku, ras, golongan, calon dan/atau Pasangan Calon yang lain.

B. Saran

Aparat penegak hukum bagi kalangan polisi jaksa maupun hakim hendaknya dengan adanya *delicht* pencemaran nama baik terhadap pasangan kandidat calon Wali Kota dan calon WakilWali Kota yang dilaporkan oleh masyarakat maupun tim sukses segera menindaklanjuti dengan aksi nyata mensidik, menyelidiki, memeriksa, mengadili serta menghukum atas pihak-pihak yang terbukti bersalah.

Panwaslu dan Bawaslu seharusnya lebih teliti dalam melaksanakan tugasnya agar pelanggaran etika-etika dalam Pilkada tidak terjadi keurangan-kecurangan. Dan untuk kedepanya KPU dapat memberikan pendidikan politik khususnya dalam hal kampanye. Karena kampanye adalah penyampain visi dan misi kandidat calon kepada masyarakat agar dapat dipilih oleh masyarakat. Etika dalam komunika politik sangatlah penting

dengan beretika yang baik maka akan terwujud cita cita bangsa indonesia sebagai negara yang santun dan bermoral khusus dalam berpolitik.

Etika berkampanye sebagaimana yang telah diuraikan menjadi prasyarat dilakukannya hukum karena kalau nilai-nilai etika yang dikemukakan berdasarkan kesadaran moral tersebut, akan melahirkan suatu ketaatan hukum yang pada gilirannya akan menghasilkan tumbuhnya kepercayaan masyarakat dan dengan demikian momentum kampanye sungguh-sungguh menjadi pesta demokrasi dan ajang pendidikan politik.

Jikalau para calon, kepala daerah, kepala Negara, calon anggota legislatif dan partai-partai politik menyampaikan visi dan misi serta program-programnya kepada rakyat dengan cara-cara yang penuh simpatik, niscaya rakyat akan memberikan dukungannya. Kalau sekarang bisa melakukan kampanye yang simpatik, itu sudah merupakan sebagian besar keberhasilan dan kemenangan dalam pendidikan politik. Kalau dalam sebuah kampanye partai politik ia bisa memberikan kesejukan, dan kedamaian kepada rakyat maka rakyat akan mendukung calon walikota atau calon pemimpin lainnya serta partai tersebut dan akan memberikan penghargaan dan penghormatan yang tinggi.

Penghargaan dan penghormatan itulah yang menjadi kunci keberhasilan sejati dari sebuah kampanye

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Karim Zaidan, dkk, *Pemilu dan Partai Politik dalam Perspektif Syariah*, Terj. Arif Ramdhani dalam Syar'iyah al-Intikha (Bandung: PT. Syaamil Media, 2003)
- Abdullah, R., *Mewujudkan Pemilu yang Lebih Berkualitas: Pemilu Legislatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009)
- Antar Venus, *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2009)
- Arti kampanye dalam @glosarium.com search engine www.google.com. Diakses pada 4 Januari 2016
- Asshiddiqie, Jimly. *Pokok-Pokok Hukum Tata Negara Indonesia Pasca Reformasi*, (Jakarta: BIP. 2007)
- Cangara, Hafied, *Komunikasi Politik Konsep, Teori, dan Strategi*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011)
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: PT. Sygma Examedia Arkenleema, 2012)
- Echols M John dan Shadily Hassan, *Kamus Inggris Indonesia An English-indonesian-Dictionary*, (Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama,2003)
- Eko Hadi Wiyono, *Kamus Bahasa Indonesia Lengkap*, (Jakarta: Palanta, 2007)
- Elvinora Ardianto, *Komunikasi Massa, Suatu pengantar*, (Bandung; Simbiosis Rakatama Media, 2007)
- Fahmi Huwaydi, *Demokrasi, Oposisi, dan Masyarakat Madani*, Terj. M. Abd. Ghofar dalam al-Islam wa al-Dimuqratiyah, (Bandung: Mizan, 1996)
- Hakim, Lukman.. *Parameter untuk Melembagakan Komisi Negara sebagai Lembaga Negara dalam Konstitusionalisme Demokrasi, Sebuah diskursus tentang Pemilu, Otonomi Daerah, dan Mahkamah Konstitusisebagai Kado untuk Sang Penggembala* Prof. A. Mukthie Fadjjar, S.H., M.S. (Malang : In-Trans, 2010)

- Hafied Cangara, *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011)
- Hidayat Sardini, Nur. *Rasionalitas Pilkada : Siapa Menang, Siapa Pecundang?*, Suara Merdeka, 3 Juli 2005.
- Herbeth Feith, *Pemilihan Umum 1955 di Indonesia*, (Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 1999)
- [https: www. google.co.id/elong](https://www.google.co.id/elong). Kampanye. Bohong. Dan. Fitnah. Merebak diakses pada 4 Januari 2016
- https://id.wikipedia.org/wiki/Pemilihan_umum_Wali_Kota_Medan_2015, diakses pada 28 Maret 2017
- Ibnu Qayyim Al-Jauziyah, *Buah Ilmu*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 1999)
- Krishno Hadi, Joko Susilo, dkk, *Perilaku Partai Politik (Studi Perilaku Partai Politik Dalam Kampanye Dan Kecendrungan Pemilih Pada Pemilu 2004)*, (Malang; UMM Press, 2006),
- Lidwa Pustaka, *Kitab 9 Imam Hadits, Sunan Nasa'i*, Hadits Nomor 5289
- Mahomed Ullah Ibn S.Jung, *The Administration of Justice In Islam: An Introduction to The Muslim Conception of The State*, (New Delhi: Kitab Bhavan, 1990)
- Mufida, *Kampanye dan Pemilu*, (Semarang: IKIP PGRI, 2014)
- Muhammad Ibn Manzur, *Lisan al-'Arab*, Jilid I, (Beirut: Dar Shadir, t.t)
- Muhaki, *Mekanisme Suara Terbanyak Bagi Pemilu Legislative* (al Daulah, Vol. I, Nomor 2 Tahun 2011)
- M. Karim Rusli, *Pemilu Demokratis kompetitif* (Yogyakarta; PT. Tiara Wacana, 1991)
- Natabaya, S.H., LL.M.(Jakarta: Setjen dan Kepaniteraan MK. 2008)

- Natabaya, Ahmad Syarifuddin.. *Menata Ulang Sistem Peraturan perundang-undangan di Indonesia: Jejak Langkah dan Pemikiran Hukum* Prof. H.A.S.
- Rapung Samuddin, *Fiqih Demokrasi: Menguak Kekeliruan Pandangan Haramnya Umat Terlibat Pemilu dan Politik*, (Jakarta: GOZIAN Press, 2013)
- Ridho al-Hamdi, *Partai Politik Islam: Teori dan Praktik di Indonesia*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013)
- Rizkiyansah, Ferry Kurnia. *Mengawal Pemilu Menatap Demokrasi: Catatan Penyelenggaraan Pemilu 2004*. Bandung: CV Alia Grafika, 2007)
- Ruslan, Rosady, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*, (Jakarta, Rajagrafindo Persada, 2008)
- Sekretariat Jenderal MPR RI, *Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945*, (Jakarta: Sekretariat Jenderal MPR RI, 2013)
- Thariq As-Suwaidan, *Melahirkan Pemimpin Masa Depan*, Terj. Faishal Umar, (Jakarta: Gema Insani, 2005)
- UU No. 10 tahun 2008 Tentang pemilihan Umum
- UU No. 42 Tahun 2008 Tentang Penyelenggaraan Pemilu
- UU No 8 Tahun 2015 tentang pemilihan Pemilihan Gubernur, Bupati, Dan Walikota
- Yusril Ihja Mahendra, *Dinamika Tata Negara Indonesi*, (Jakarta: Gema Insani, 2011)
- Zaenal A. Budiyono, *Memimpin di Era Politik Gaduh* (Jakarta; DCSC Publising, 2012)