

STRUKTUR KEPRIBADIAN PADA REALITAS KAMPANYE POLITIK PEMILIHAN OSIS DALAM FILM CARNIVALE

Darmata Noorfauziah Maulidania

Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia, Indonesia

*Email untuk Korespondensi: darmata.noorfauziah@ui.ac.id

ABSTRAK

Kata kunci:

Psikoanalisis
Semiotika
Kampanye Politik
Mockumentary
Film Carnivale

Pemilihan umum merupakan salah satu agenda yang biasa dilakukan untuk memilih calon yang akan menjadi pemimpin. Strategi komunikasi dibutuhkan sebagai cara untuk memperoleh dukungan dalam pemilihan umum dengan berdasarkan pada struktur kepribadian dari para calon pemimpin. Dalam penelitian ini menggunakan teori psikoanalisis dan dibantu oleh konsep semiotika. Tujuan penelitian adalah untuk mengidentifikasi struktur kepribadian yang mewakili kepribadian politik dan situasi kampanye politik dalam kegiatan politik siswa di sekolah. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan dokumentasi teks dari plot film pendek mockumentary yang berjudul Carnivale. Hasil penelitian menemukan bahwa struktur kepribadian mendasari perilaku yang dilakukan oleh kandidat pemimpin OSIS pada masa pemilihan, dan penggunaan kode sosial digunakan sebagai strategi untuk mengkritik dan menyebarkan fitnah kepada kandidat lain

Keywords:

Psychoanalysis
Semiotics
Political Campaigns
Mockumentary
Carnivale Movies

General elections are one of the usual agendas to choose candidates who will become leaders. Communication strategies are needed as a way to gain support in elections based on the personality structure of potential leaders. In this study using the theory of psychoanalysis and assisted by the concept of semiotics. The purpose of the study was to identify personality structures that represent political personality and political campaign situations in students' political activities at school. Data collection was done by observation and text documentation of the plot of a mockumentary short film entitled Carnivale. The results found that personality structure underlies the behavior carried out by student council leadership candidates during the election period, and the use of social code is used as a strategy to criticize and spread slander to other candidates

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

PENDAHULUAN

Pemilihan umum merupakan agenda yang dilakukan setiap lima tahun sekali untuk memilih calon yang akan menjadi wakil rakyat di berbagai sektor pemerintahan di Indonesia dalam satu periode (Farisa, 2022). Kegiatan politik seperti pemilihan umum ini memberi kemungkinan pada semua pihak untuk mencapai kebutuhan dan aspirasi yang telah dituju untuk kehidupan yang lebih baik (Nur et al., 2015). Pada pemilihan umum, strategi komunikasi diperlukan untuk mendapat dukungan dari para pemilihnya (Rusadi, 2015).

Salah satu aspek struktur kepribadian yang tercermin dalam sikap seseorang digunakan sebagai strategi komunikasi politik saat pemilihan umum (Nur et al, 2015). Kepribadian kandidat politik dipandang sebagai hal yang penting dari perspektif pemilih. Pemilih memiliki kriteria kandidat politik ideal berdasarkan daya tarik pada publik yang dapat diidentifikasi secara jelas (Nai & Maier, 2019). Hal ini sejalan dengan sejumlah studi yang menunjukkan bahwa pemilih cenderung mendukung kandidat yang memiliki kepribadian selaras dengan mereka (Nai et al, 2019). Memahami kepribadian dapat memberikan petunjuk bagi pemilih mengenai kinerja para kandidat jika terpilih (Nai & Maier, 2019).

Di sisi lain, kepribadian yang ditunjukkan oleh kandidat politik sebagian memiliki peran atas seberapa baik atau buruk kandidat dalam menjalankan tugas (Joly et al, 2018 dalam Nai & Maier, 2019). Kepercayaan pemilih terhadap kepribadian kandidat politik dapat dilakukan penilaian secara mandiri atau melalui ahli. Hal ini dianggap mampu meningkatkan pemahaman mengenai persaingan pemilu, kampanye, dan juga pemerintahan yang efektif (Nai & Maier, 2019).

Menjelang pemilihan umum, para kandidat mempersiapkan diri untuk melakukan serangkaian kampanye. Kampanye ini dilakukan secara terencana dan terus-menerus pada periode tertentu, di mana bertujuan untuk menciptakan dampak bagi sejumlah besar khalayak (Rogers dan Storey, 1987 dalam Fatimah, 2018). Ketentuan pada kegiatan kampanye ini telah diatur dalam Undang-Undang No. 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum. Kandidat diperbolehkan untuk menyampaikan sindiran terhadap kinerja kandidat oposisi, atau yang disebut sebagai kampanye negatif. Kampanye negatif dapat digunakan kandidat dengan memaparkan fakta valid mengenai kelemahan kandidat oposisi. Meskipun kampanye negatif tidak dilarang, namun tetap memiliki batasan dalam pelaksanaannya (Reza, 2021).

Sementara itu, dalam Pasal 280 ayat (1) Undang-Undang Pemilu, terdapat beberapa batasan yang tidak boleh dilakukan, seperti: (1) menghina seseorang serta suku, agama, ras dan antargolongan (SARA), dan (2) menghasut serta mengadu domba individu atau masyarakat dalam berkampanye. Kemudian, dalam Pasal 521 telah mengatur bahwa jika pelaksana, peserta, dan/atau tim kampanye teridentifikasi melanggar peraturan kampanye yang telah tercantum pada Pasal 280 ayat (1), akan diberikan sanksi pidana penjara paling lama dua tahun dan denda paling banyak sebesar Rp24.000.000. Pelanggaran kampanye dapat terjadi karena tidak memerlukan data atau bukti valid, di mana bertujuan untuk menghancurkan kandidat oposisi. Pelanggaran kampanye ini disebut sebagai kampanye hitam (Saptohotomo, 2022).

Dalam kegiatan politik, penyampaian kritik banyak dilakukan dengan berbagai bentuk (Salim, 2021). Film mockumentary atau mockumenter merupakan salah satu cara dalam menyampaikan kritik dengan menggunakan parodi (Rhodes & Springer, 2006 dalam Permana & Adi, 2020). Film pendek mockumentary Indonesia berjudul *Carnivale* yang diunggah melalui platform YouTube dan Viddsee tahun 2017 digunakan peneliti untuk menganalisis teks dengan teori psikoanalisis dan semiotika. Film *Carnivale* mengisahkan tentang pemilihan calon ketua/wakil ketua OSIS di SMA Garuda yang berujung ricuh.

Empat kandidat pemimpin OSIS berasal dari beberapa kelompok yang berbeda, yaitu kelompok siswa populer yang dipimpin David dan Bara, kelompok siswa religius yang dipimpin Fachri dan Irfan, kelompok siswa biasa yang dipimpin Kartika dan Bima, serta Cindy yang tidak tergabung dalam kelompok. Keempat kandidat tersebut diceritakan terlibat kampanye pemilihan OSIS menggunakan cara berdasarkan kepribadian dan prinsip yang mereka miliki. Penggambaran kepribadian dan situasi kampanye yang muncul dalam film *Carnivale* diutarakan sebagai salah satu bentuk atas kritik politik (Rizal, 2023).

Berdasarkan penjabaran di atas, peneliti akan mengkaji penelitian mengenai politik OSIS dalam teks film *Carnivale*. Kemudian, kegiatan politik OSIS ini akan berkaitan dengan kepribadian yang tampak dalam tindakan yang dilakukan para kandidat melalui teori psikoanalisis. Penelitian ini akan menggunakan analisis semiotika untuk mengeksplorasi bagaimana gambaran situasi saat kandidat melakukan kampanye politik pada pemilihan OSIS.

Psikoanalisis

Psikoanalisis dikembangkan oleh Sigmund Freud dengan berdasarkan konsep kepribadian manusia (Helaluddin & Syawal, 2019). Psikoanalisis sering digunakan dalam mendalami karya sastra, di mana dapat menjadi landasan analisis pada psikologi seseorang (Nugroho et al., 2019). Menurut Freud (1973, dalam Ahmad & Nayab, 2019), psikoanalisis mencakup gagasan bahwa pikiran sadar (*conscious*) dan pikiran bawah sadar (*unconscious*) mempengaruhi bagaimana seseorang berperilaku dan mengambil keputusan. Dalam Berger (1991), Freud memaparkan tiga struktur kepribadian yang dapat mencerminkan sikap pada individu, yaitu (1) *Id* (*das Es*), (2) *Ego* (*das Ich*), dan (3) *Superego* (*Ueber Ich*).

Id didefinisikan sebagai aspek struktur kepribadian yang membentuk realisasi psikis dari dorongan yang ada sejak seseorang lahir. Freud mengasumsikan bahwa *Id* berhubungan langsung dengan proses tubuh, di mana menggantikan kebutuhan naluri dengan ekspresi mental. Individu digerakkan melalui dorongan energi-energi psikis dan memiliki keinginan untuk memenuhi kebutuhan naluri berdasarkan prinsip kesenangan (Berger, 1991). *Id* berfungsi untuk memperoleh kesenangan dan menghindari dari masalah (Minderop, 2001 dalam Suprpto, 2018).

Ego pada pemikiran Freud ditandai dengan hubungan pada individu dan lingkungannya (Brenner, 1974 dalam Berger, 1991). *Ego* merupakan pengembangan dari *Id* yang secara langsung dipengaruhi dari dunia luar. *Ego* berupaya untuk menggantikan prinsip kesenangan dengan prinsip realitas, di mana *ego* cenderung memusatkan pengaruh dunia luar pada individu (Ahmad & Nayab, 2019). *Ego* menempatkan posisi sebagai penengah dalam prinsip kesenangan pada *Id* dan ketakutan akan hukuman pada *Superego*, di mana bertujuan untuk mempertahankan ingatan akan sebuah peristiwa, menjauhi rangsangan yang terlalu kuat, menyesuaikan diri pada rangsangan yang cukup kuat, dan membawa perubahan melalui tindakan yang dilakukan (Berger, 1991).

Kemudian, struktur kepribadian *Superego* memiliki kaitan dengan prinsip moral dan idealisme pada individu. Dalam *Superego* terdapat beberapa fungsi moral kepribadian, yaitu; (1) penerimaan atau penolakan niat dan perbuatan atas dasar kejujuran, (2) mengamati diri sendiri secara kritis, (3) memberi hukuman pada diri sendiri, (4), memperbaiki atau bertaubat atas kesalahan yang diperbuat, dan (5) cinta atau pujian terhadap

diri sendiri dari pikiran dan perbuatan terpuji. Namun, fungsi Superego ini sering tidak disadari, baik pada sebagian fungsi atau secara keseluruhan (Brenner, 1974 dalam Berger, 1991). Penelitian yang dilakukan oleh Tamano (2022) mengeksplorasi kepribadian manusia yang tercermin dalam cerita rakyat suku Meranao di Filipina bagian selatan yang berjudul *Agamaniyog*. Temuan Tamano (2022) ini menunjukkan bahwa tiga struktur kepribadian psikoanalisis yaitu Id, Ego dan Superego mengungkapkan sifat manusia yang negatif dan positif dalam konteks norma budaya pernikahan suku Meranao.

Semiotika

Semiotika digunakan sebagai pendekatan untuk memahami budaya visual dengan mengidentifikasi tanda dan memperhatikan unsur-unsur yang menyusunnya (Mawar, 2016 dalam Hauzan & Nuraeni, 2022). Konsep dasar dalam semiotika adalah tanda dan simbol, di mana seringkali merujuk pada banyak arti untuk mewakili objek, situasi, dan kondisi eksternal lainnya (Littlejohn, 2017). Teks merupakan bidang minat utama dalam penelitian semiotika (Rose, 2016 dalam Hauzan & Nuraeni, 2022).

Teori semiotika dikembangkan dan dikemukakan oleh beberapa teoretisi, salah satunya John Fiske. Fiske berpendapat bahwa teks dapat memiliki interpretasi yang lebih luas dan segala sesuatu dengan sistem tanda komunikasi, seperti yang ditemukan dalam teks tertulis, film, drama, iklan, gambar, dan media lain yang dianggap sebagai objek semiotik (Fiske, 2010 dalam Hauzan & Nuraeni, 2022). Siaran televisi sebagai teks dianalisis oleh Fiske untuk membentuk sebuah makna dari kode-kode yang muncul dan saling berhubungan (Puspita & Nurhayati, 2018). Fiske mengemukakan bahwa semiotika terbagi menjadi tiga level, diantaranya (1) level realitas, (2) level representasi, dan (3) level ideologi.

Level realitas dalam semiotika didefinisikan sebagai level yang menampilkan peristiwa dengan seluruh materi yang terlihat di permukaan (Irawan & Putri, 2017). Pada level pertama ini, realitas ditampilkan dengan kode sosial berupa tampilan, pakaian, percakapan, gestur tubuh, ekspresi, suara, dan teks. Kode sosial tersebut ditampilkan melalui dokumen, atau transkrip wawancara (Puspita & Nurhayati, 2018). Hal ini dapat diartikan bahwa seluruh bentuk siaran program televisi menggambarkan sesuatu yang sesuai dengan realitas yang ada (Pah & Darmastuti, 2019).

Kampanye Politik

Kegiatan politik seperti pemilihan umum menggunakan strategi berupa kampanye yang dilakukan oleh masing-masing kandidat sebelum pemilihan berlangsung. Kampanye mengacu pada strategi pemasaran oleh kandidat untuk melakukan promosi kepada calon pemilih dengan terlibat dalam interaksi, dan menyampaikan visi misi yang menjadi tujuan para kandidat (Lees-Marshment, 2014 dalam Kruschinski & Bene, 2021). Namun, terdapat dua upaya kampanye politik yang digunakan sebagai cara untuk mencari celah yang mampu menjatuhkan kandidat oposisi, yaitu (1) kampanye negatif (*negative campaign*), dan (2) kampanye hitam atau (*black campaign*) (Humas FHUI, 2018).

Kampanye negatif diutarakan sebagai kritik terhadap kebijakan kandidat oposisi selama masa kampanye (Geer, 2006 dalam Maier et al, 2022). Kandidat dapat menggunakan kampanye negatif sebagai alat untuk memengaruhi persepsi pemilih terhadap kandidat oposisi (Stuckelberger, 2019). Kandidat yang menerapkan kampanye negatif ini mengaplikasikan berbagai strategi seperti humor (Verhulsdonk et al, 2021), atau siaran pers (Haselmayer & Jenny, 2018). Di Indonesia, kampanye negatif diperbolehkan dan bersifat sah untuk dilakukan dalam aktivitas demokrasi (Ramadhan, 2021).

Pada kampanye negatif, kandidat memilih sasaran yang akan dipengaruhi saat serangan fakta kelemahan dari kebijakan pihak lawan disampaikan. Pemilih pemula ditargetkan oleh kandidat sebagai kelompok yang perlu dibujuk untuk tidak mendukung kandidat oposisi (Stuckelberger, 2019). Namun, perubahan persepsi yang terjadi pada pemilih setelah dilakukan kampanye negatif juga dapat berdampak dalam penurunan dukungan, baik bagi kandidat oposisi maupun kandidat sponsor (Skaperdas dan Grofman, 1995 dalam Maier et al, 2022).

Kampanye hitam dapat didefinisikan sebagai kampanye yang memiliki tujuan untuk mendiskreditkan kandidat oposisi dengan melakukan penyebaran fitnah dari sumber yang tidak jelas dan tidak sesuai fakta, di mana cara ini bertentangan dengan etika politik yang dapat merugikan kandidat oposisi (Nisa et al., 2020). Meskipun belum memiliki kebijakan khusus yang melarang aktivitas kampanye hitam (Doly, 2020), namun pemerintah telah menetapkan beberapa larangan seperti menghina seseorang dan SARA, dan menghasut serta mengadu domba individu atau masyarakat. Adanya beberapa larangan ini diatur dalam UU No. 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum Pasal 280 ayat (1) berisi mengenai larangan dalam berkampanye. Larangan pada masa kampanye memiliki tujuan untuk menghindari munculnya hoax yang berpotensi tersebar di masyarakat dan kecurangan yang dilakukan oleh kandidat politik (Thanzani et al, 2022). Namun, pelaksanaan kampanye ini masih dilakukan oleh oknum dengan beralih menggunakan media sosial (Humas FHUI, 2014; Doly, 2020).

Film Mockumentary

Dalam memproduksi sebuah film, genre merupakan salah satu aspek penting sebagai klasifikasi untuk menentukan segmentasi pasar sesuai dengan potensi yang telah diamati oleh para sineas, serta dapat membantu penonton dalam memahami gambaran film (Sinulingga & Wibawa, 2022). Genre pada jenis film dokumenter terdiri atas beberapa jenis, di mana salah satunya adalah genre mockumentary atau mokumenter.

Mockumentary dipahami sebagai genre yang menggunakan plot fiksi dan dikemas mengikuti format film dokumenter yang menyajikan plot non fiksi (Hirnanda et al., 2020), dan banyak digunakan untuk mengungkapkan sindiran yang diutarakan sineas secara implisit melalui adegan parodi (Yuliana, 2022). Adegan parodi dalam film mockumentary ini dibentuk berdasarkan pada topik yang berkaitan dengan konteks budaya, sosial, dan politik (Rhodes & Springer, 2006 dalam Permana & Adi, 2020).

METODE

Pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian psikoanalisis yang dikembangkan oleh Sigmund Freud. Metode psikoanalisis diterapkan untuk membantu memahami dan menjelaskan makna tersembunyi yang ditemukan dalam media (Berger, 1991). Di sisi lain, paradigma yang digunakan pada penelitian ini adalah paradigma positivis. Paradigma positivis berasal dari penelitian kuantitatif yang menekankan pada pengamatan empiris akurat dari perilaku individu memprediksi pola umum tindakan manusia (Neuman, 2014). Positivis didasarkan pada realitas empiris dan bergantung pada panca indera, sehingga tidak menerima pandangan realitas yang spekulatif. Positivis juga memberikan penjelasan mengenai realitas pada kehidupan yang solid dan tidak berubah (Nurjanah, 2021).

Namun, dalam penelitian kualitatif positivis ini memberikan perspektif yang unik dan lebih luas, di mana mencoba untuk mengeksplorasi fenomena sosial yang dinamis dan sering tidak cukup tertangkap oleh kuantitatif. Input pada proses penelitian kualitatif positivis seringkali terdiri dari berbagai data, khususnya data yang tidak terstruktur (Cassell et al, 2017). Peneliti memilih menggunakan paradigma positivis karena ingin mengidentifikasi struktur kepribadian dan realitas kampanye politik yang ditunjukkan oleh para kandidat pemimpin OSIS dalam film *Carnivale*.

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik simak dan catat. Peneliti menggunakan teknik simak untuk mengidentifikasi teks yang menjadi sumber data penelitian. Sumber data yang dianalisis pada penelitian adalah teks dari plot film pendek mockumentary Indonesia berjudul *Carnivale* yang disutradarai Candra Aditya. Film ini ditayangkan pada tahun 2017 dengan durasi 38 menit 17 detik, menyuguhkan persaingan antara dua kandidat pemimpin OSIS dengan menampilkan kampanye politik kedua kandidat sebagai strategi untuk mendapat dukungan suara dari siswa-siswi di SMA Garuda. Teknik catat ini dilakukan untuk memilah teks yang akan dianalisis dan relevan dengan konsep yang digunakan oleh peneliti. Kemudian, teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis tematik. Teknik analisis tematik pada penelitian kualitatif dilakukan melalui proses pengkodean data dan proses mengidentifikasi tema. Analisis data tematik dalam penelitian bertujuan untuk menemukan tema yang menonjol untuk menguraikan sebuah fenomena yang terjadi (Fereday & Muir-Cochrane, 2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam film *Carnivale*, penulis menemukan bahwa terdapat empat tokoh utama calon pemimpin OSIS yang merupakan karakter yang paling menonjol, yaitu (1) David, berasal dari geng populer, (2) Fachri dan Irfan, berasal dari geng religius, (3) Kartika, berasal dari geng underdog, dan (4) Cindy, tidak bergabung dalam kelompok manapun dan merupakan mantan kekasih David. Kemudian, penulis memilih sepuluh data penelitian berbentuk dialog dan adegan film yang telah melalui tahap observasi dan dokumentasi. Data penelitian yang akan digunakan disajikan dalam tabel sebagai berikut:

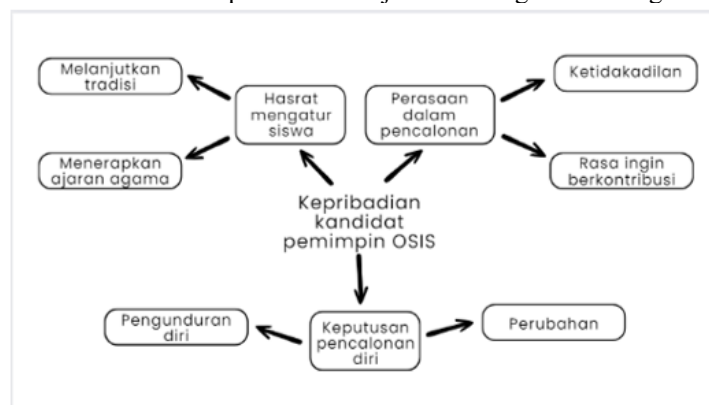
Tabel 1. Tabel data tokoh utama calon pemimpin OSIS
Tabel Data Psikoanalisis Tokoh Utama Dalam Film *Carnivale*

| No. | Nama Tokoh | Struktur Kepribadian | Dialog | Menit |
|-----|------------|----------------------|---|---------------------------|
| 1 | David | Id | "Ya jelas lah Nyet, karena mereka tau apa yang kita inginkan. Mereka ga kaku, mereka juga sering ngadain party. Apalagi David, selalu ngadain open table dan dia selalu pecah!" | 00:04:19 – 00:04:31 |
| | | | "Maaf, tapi pakaian kamu ga sopan, ga pantas untuk masuk ke dalam sekolah ini. Jadi kalo mau, ganti dulu, pulang, baru balik lagi ke sini. Ganti dengan yang lebih sopan." | 00:19:30 – 00:19:37 |
| 2 | Irfan | Id | | 00:12:36 – 00:12:46 |
| | | | | |
| 3 | Kartika | Ego | "Ya terus, lo mau gue ngapain sekarang Bim? Lo mau gue diem doang? Saat gue tahu kalo disini tuh ada yang gaadil, ada yang ga | |

| | | | | |
|----|---------|------------|--|---------------------------|
| | | | beres, dan Fachri tuh seenaknya ngingjek-ningjek gue. Gue tuh gabisa diginiin!” | |
| 4 | Cindy | Ego | “Walaupun sebenarnya, gue ga punya niat atau even mempertimbangkan untuk jadi ketua OSIS deh, karena gue merasa ga capable di sana. Cuma untuk sekarang, gue ngeliatnya jadi ya mungkin gue harus memberi kontribusi lebih kali ya buat SMA Garuda. Dengan apa? Ya mungkin dengan gue sekarang mengambil langkah untuk nyalonin diri jadi calon ketua OSIS sih.” | 00:32:44 – 00:33:07 |
| 5 | Kartika | Superego | “Setelah banyak pertimbangan, saya Kartika Lestari dan rekan saya Bima Samudra memutuskan untuk mengundurkan diri dari pemilihan calon ketua OSIS di SMA Garuda. Sebenarnya banyak alasan yang melatarbelakangi keputusan ini, tapi cuma satu yang bisa gue utarakan di video ini” | 00:13:33 – 00:13:51 |
| 6 | David | Superego | “...gini sih, yang pasti gue sama Bara sebagai calon ketua dan wakil ketua OSIS di pemilihan ini, menghargai keputusan sekolah untuk nunda dulu nih pemilihan atau pemungutan suara. Dan pastinya, untuk ke depannya kami berdua akan berusaha untuk jadi jauh lebih baik di pemilihan ini.” | 00:30:33 – 00:30:53 |
| 7 | Kartika | Suara | “...pastinya sekarang kalian lagi bingung dong mau pilih ketua OSIS yang mana. Di mana yang satunya malah sibuk sama agamanya sendiri lah, yang satu malah sibuk sama partynya. Kalo saya sih cuma sibuk sama kalian doang.” | |
| 8 | David | Teks | Dalam majalah sekolah yang tersebar di kalangan siswa, halaman pertama mencantumkan wawancara eksklusif dengan David dan Bara. Mereka menyatakan bahwa cowok mampu untuk mengambil keputusan netral yang tidak melibatkan perasaan emosional. | |
| 9 | Fachri | Tampilan | 3 hari sebelum pemilihan, tersebar video yang viral di SMA Garuda. Video tersebut berisi tentang sekelompok siswa yang tidak sengaja mendengar dan melihat Fachri melakukan berhubungan intim di toilet sekolah. | |
| 10 | Cindy | Percakapan | “Justru harus dimasukin. Nih ya, itu tuh kayak puncak dari video ini. Supaya audience tau kalau Cindy tuh masih <i>relateable</i> sama mereka. <i>That's why</i> lo harus upload itu” | |

Hasil Analisis Data

Hasil analisis telah diperoleh berdasarkan sepuluh data berupa dialog dan adegan dari film *Carnivale* yang ditelaah dengan menggunakan teknik analisis tematik. Selain itu, peneliti juga akan menjabarkan hasil dari penelitian. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, peneliti menemukan tiga tema dalam kepribadian para kandidat pemimpin OSIS, yaitu (1) hasrat mengatur siswa, (2) perasaan dalam pencalonan, (3) keputusan pencalonan diri. Hasil data penelitian disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 1. Peta Analisis Tematik pada Struktur Kepribadian

Hasrat mengatur siswa (Id)

Temuan menunjukkan bahwa dalam struktur kepribadian kandidat pemimpin OSIS, terdapat struktur Id yang dilakukan oleh David. Struktur Id ini ditandai dengan hasrat dalam mengatur siswa untuk dapat melanjutkan tradisi pensi yang selalu dilakukan SMA Garuda. Hal ini sebagaimana yang disampaikan dalam dialog 1:

"Ya jelas lah Nyet, karena mereka tau apa yang kita inginkan. Mereka ga kaku, mereka juga sering ngadain party. Apalagi David, selalu ngadain open table dan dia selalu pecah!"

Selanjutnya, di saat yang sama struktur kepribadian Id juga dilakukan oleh Irfan selaku kandidat wakil pemimpin OSIS bersama Fachri. Struktur Id ditandai dengan hasrat mengatur siswa SMA Garuda dalam hal berpakaian yang sesuai dengan ajaran Islam. Hal ini sebagaimana yang disampaikan dalam dialog 2:

“Maaf, tapi pakaian kamu ga sopan, ga pantas untuk masuk ke dalam sekolah ini. Jadi kalo mau, ganti dulu, pulang, baru balik lagi ke sini. Ganti dengan yang lebih sopan.”

Kutipan tersebut juga menyatakan bahwa penegakan kesopanan dalam berpakaian dilakukan oleh kelompok yang dipimpin oleh Fachri. Meskipun masa pencalonan OSIS, namun kelompok Fachri telah melarang siswa-siswi untuk berpakaian sesuai dengan aturan sekolah.

Perasaan dalam pencalonan (Ego)

Temuan selanjutnya menunjukkan bahwa terdapat struktur kepribadian Ego dalam kepribadian yang ditampilkan oleh Kartika dalam masa pencalonan pemimpin OSIS. Struktur Ego ini ditandai dengan rasa ketidakadilan yang dialami Kartika saat ia diserang oleh kandidat lain, seperti yang disampaikan dalam kutipan dialog 3 sebagai berikut:

“Ya terus, lo mau gue ngapain sekarang Bim? Lo mau gue diem doang? Saat gue tahu kalo disini tuh ada yang gaadil, ada yang ga beres, dan Fachri tuh seenaknya ngingjek-ningjek gue. Gue tuh gabisa diginiin!”

Di sisi lain, kepribadian yang ditampilkan oleh Cindy dalam wawancara bersama seorang kameramen juga menunjukkan struktur kepribadian Ego. Struktur kepribadian Ego ditandai dengan rasa ingin berkontribusi dalam pencalonan diri menjadi salah satu kandidat pemimpin OSIS di SMA Garuda, seperti yang disampaikan dalam kutipan dialog 4 sebagai berikut:

“Walaupun sebenarnya, gue ga punya niat atau even mempertimbangkan untuk jadi ketua OSIS deh, karena gue merasa ga capable di sana. Cuma untuk sekarang, gue ngeliatnya jadi ya mungkin gue harus memberi kontribusi lebih kali ya buat SMA Garuda. Dengan apa? Ya mungkin dengan gue sekarang mengambil langkah untuk nyalonin diri jadi calon ketua OSIS sih.”

Kutipan tersebut juga menyebutkan bahwa Cindy sebelumnya tidak memiliki keinginan untuk mencalonkan diri sebagai pemimpin OSIS. Namun, setelah pemilihan suara diundur karena terjadi keributan antara kelompok David dan kelompok Fachri, Cindy kemudian mempertimbangkan untuk maju sebagai calon baru dalam pemilihan pemimpin OSIS di SMA Garuda.

Keputusan pencalonan diri (Superego)

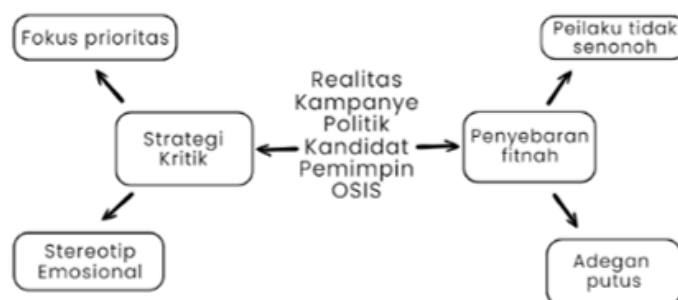
Temuan dalam struktur kepribadian menunjukkan bahwa terdapat struktur kepribadian Superego Kartika pada keputusan pencalonan diri sebagai kandidat pemimpin OSIS. Struktur kepribadian Superego ini ditandai dengan pengunduran diri Kartika dan Bima yang diumumkan secara langsung melalui video siaran langsung, sebagaimana yang disampaikan dalam dialog 5 sebagai berikut:

“Setelah banyak pertimbangan, saya Kartika Lestari dan rekan saya Bima Samudra memutuskan untuk mengundurkan diri dari pemilihan calon ketua OSIS di SMA Garuda. Sebenarnya banyak alasan yang melatarbelakangi keputusan ini, tapi cuma satu yang bisa gue utarakan di video ini”

Di saat yang sama, struktur kepribadian Superego juga ditunjukkan oleh David saat menyampaikan keputusan pencalonan diri sebagai kandidat pemimpin OSIS dalam sebuah wawancara. Struktur kepribadian Superego ditandai dengan komitmen perubahan untuk menjadi kandidat pemimpin OSIS yang lebih baik di pemilihan yang akan datang, sebagaimana yang disampaikan dalam dialog 6 sebagai berikut:

“...gini sih, yang pasti gue sama Bara sebagai calon ketua dan wakil ketua OSIS di pemilihan ini, menghargai keputusan sekolah untuk nunda dulu nih pemilihan atau pemungutan suara. Dan pastinya, untuk ke depannya kami berdua akan berusaha untuk jadi jauh lebih baik di pemilihan ini.”

Selanjutnya, dalam hasil penelitian setelah melakukan analisis terhadap data, peneliti juga menemukan dua tema dalam realitas kampanye politik, yaitu (1) strategi kritik, dan (2) penyebaran fitnah. Hasil data penelitian disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 2. Peta Analisis Tematik pada Realitas Kampanye Politik

Strategi Kritik (Kampanye Negatif)

Temuan menunjukkan bahwa dalam realitas kampanye negatif kandidat pemimpin OSIS, terdapat kode sosial yang digunakan oleh Kartika. Kode sosial tersebut adalah kode suara. Kartika menerapkan kode suara sebagai tanda untuk menyampaikan kritik terhadap fokus prioritas kandidat David dan Fachri. Hal ini sebagaimana yang disampaikan dalam dialog 7:

"...pastinya sekarang kalian lagi bingung dong mau pilih ketua OSIS yang mana. Di mana yang satunya malah sibuk sama agamanya sendiri lah, yang satu malah sibuk sama partynya. Kalo saya sih cuma sibuk sama kalian doang."

Selanjutnya, di saat yang sama David juga menggunakan kode sosial dalam menyampaikan kampanye negatif. Kode sosial tersebut berupa kode teks, dimana David memanfaatkan wawancara eksklusif dengan majalah sekolah untuk menyerang Kartika. David menyampaikan serangan yang berkaitan dengan stereotip gender dalam pengambilan keputusan. Hal ini dapat terlihat dalam penjelasan adegan 8, menceritakan penyebaran majalah sekolah yang mengisi halaman pertama dengan berita dari wawancara eksklusif dengan David dan Bara. Serangan David mencantumkan bahwa cowok mampu untuk menentukan keputusan yang netral tanpa melibatkan perasaan emosional.

Penyebaran Fitnah (Kampanye Hitam)

Temuan dalam realitas kampanye hitam menunjukkan bahwa terdapat penyebaran fitnah dalam masa pencalonan pemimpin OSIS. Penyebaran fitnah yang pertama meliputi perilaku tidak senonoh yang dilakukan siswa lain terhadap Fachri. Perbuatan tidak senonoh ini menerapkan kode sosial berupa kode tampilan, dimana merekam seseorang yang mirip dengan Fachri di toilet. Hal ini dapat terlihat dalam penjelasan adegan 9, menceritakan video viral berisi Fachri yang melakukan berhubungan intim di toilet sekolah dan keluar dengan penampilan yang berantakan.

Di sisi lain, Cindy juga menunjukkan penyebaran fitnah pada pembuatan dokumenter pemilihan OSIS. Realitas kampanye hitam ini menggunakan kode sosial berupa kode percakapan. Kode percakapan diidentifikasi dengan dialog antara Cindy serta siswa lain yang merekam adegan putus Cindy dan David pada dokumenter tersebut. Hal ini sebagaimana yang disampaikan dalam dialog 10:

"Justru harus dimasukin. Nih ya, itu tuh kayak puncak dari video ini. Supaya audience tau kalau Cindy tuh masih relateable sama mereka. That's why lo harus upload itu"

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis, struktur kepribadian terdapat dalam kandidat yang mencerminkan sikap mereka saat masa pencalonan pemimpin OSIS. Struktur kepribadian Id memandang bahwa individu digerakkan melalui dorongan energi-energi psikis dan memiliki keinginan untuk memenuhi kebutuhan naluriyah berdasarkan prinsip kesenangan (Berger, 1991). Hal ini sejalan dengan temuan dalam penelitian ini, dimana hasrat David dan Fachri dalam mengatur siswa-siswi didasari oleh tujuan yang ingin diraih oleh masing-masing kandidat.

Hasrat tersebut meliputi melanjutkan tradisi dan menerapkan ajaran agama dari dalam diri mereka. Melanjutkan tradisi ditandai dengan keinginan melaksanakan kegiatan pensi yang telah menjadi agenda rutin, sedangkan menerapkan ajaran agama ditandai dengan melarang cara berpakaian yang sesuai dengan ketentuan SMA Garuda, namun tidak sesuai dengan hukum syariat Islam. Hasrat David dan Fachri timbul karena adanya kebiasaan yang terbentuk sejak lama, seperti yang diungkapkan Freud mengenai Id yang berhubungan langsung dengan proses tubuh (Berger, 1991).

Struktur kepribadian Ego pada kandidat pemimpin OSIS dilihat sebagai perasaan Kartika dan Cindy dalam menanggapi peristiwa yang terjadi dalam pemilihan. Perasaan dalam pencalonan ini meliputi ketidakadilan dan rasa ingin berkontribusi. Ketidakadilan ditandai dengan rasa tidak terima terhadap perlakuan dari kandidat lain, sedangkan rasa ingin berkontribusi ditandai dengan pertimbangan setelah mengetahui pemilihan suara diundur.

Hal ini sejalan dengan pemikiran Freud pada struktur kepribadian Ego, dimana Ego ditandai dengan hubungan pada individu dan lingkungannya (Brenner, 1974 dalam Berger, 1991). Ego secara langsung dipengaruhi dari dunia luar, dan berupaya untuk menggantikan prinsip kesenangan dengan prinsip realitas (Ahmad & Nayab, 2019). Perasaan yang dialami Kartika dan Cindy menandakan terjadinya proses realitas yang dipengaruhi oleh siswa-siswi lain dan juga situasi lingkungan SMA Garuda saat pemilihan yang kurang kondusif.

Struktur kepribadian Superego dipandang sebagai struktur yang memiliki kaitan dengan prinsip moral dan idealisme pada individu. Fungsi moral kepribadian yang terdapat dalam Superego, yaitu; (1) penerimaan atau penolakan niat dan perbuatan atas dasar kejujuran, (2) mengamati diri sendiri secara kritis, (3) memberi hukuman pada diri sendiri, (4), memperbaiki atas kesalahan yang diperbuat, dan (5) pujian terhadap diri sendiri dari pikiran dan perbuatan terpuji (Brenner, 1974 dalam Berger, 1991). Hal ini sejalan dengan struktur kepribadian Superego Kartika dan David, dimana terjadi fungsi moral dalam keputusan pencalonan diri mereka sebagai kandidat pemimpin OSIS. Keputusan pencalonan diri ini meliputi pengunduran diri dan perubahan. Pengunduran diri ditandai oleh pengumuman mundurnya Kartika dari pemilihan pemimpin OSIS, sedangkan

perubahan ditandai oleh komitmen David untuk berubah menjadi kandidat yang lebih baik dalam pemilihan berikutnya. Dalam keputusan ini terdapat fungsi moral yang terjadi. Pada Kartika, fungsi moral yang terlihat adalah memberi hukuman kepada diri sendiri, sedangkan pada David, fungsi moral yang terlihat adalah memperbaiki kesalahan yang diperbuat.

Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat penggunaan kode sosial dalam kampanye negatif, sebagai realitas kampanye politik pemilihan pemimpin OSIS. Kode sosial digunakan untuk menggambarkan sesuatu yang sesuai dengan realitas yang ada (Pah & Darmastuti, 2019). Hal ini dapat dilihat dalam temuan penelitian ini, dimana strategi kritik dilakukan Kartika dan David untuk menyerang satu sama lain. Strategi kritik ini meliputi fokus prioritas dan stereotip emosional. Fokus prioritas dilontarkan Kartika untuk mengkritik tujuan yang ingin dicapai oleh kandidat lain, sedangkan stereotip emosional dicantumkan David untuk mengutarakan perbedaan gender dalam memutuskan sesuatu.

Sejalan dengan temuan, kampanye negatif diutarakan sebagai kritik terhadap kebijakan kandidat oposisi selama masa kampanye (Geer, 2006 dalam Maier et al, 2022). Kartika dan David merupakan kandidat yang sama-sama menerapkan kode sosial melalui pemanfaatan media, dimana Kartika menggunakan kode suara dan David menggunakan kode teks. Kandidat yang menerapkan kampanye negatif mengaplikasikan berbagai strategi seperti humor (Verhulsdonk et al, 2021), atau siaran pers (Haselmayer & Jenny, 2018).

Realitas dalam kampanye hitam pemilihan pemimpin OSIS juga dapat ditemukan. Kode sosial yang terdapat dalam kampanye hitam adalah kode tampilan dan kode percakapan, dimana diterapkan untuk melakukan penyebaran fitnah terhadap kandidat lain. Penyebaran fitnah ini meliputi perilaku tidak senonoh dan adegan putus. Perilaku tidak senonoh ditunjukkan dalam perekaman video dari orang lain berisi adegan Fachri keluar dari toilet dengan tampilan yang berantakan, sedangkan adegan putus dibuat oleh Cindy melalui diskusi dengan pembuat dokumenter pemilihan pemimpin OSIS.

Hal ini sejalan dengan pemaparan kampanye hitam yang dipandang untuk mendiskreditkan kandidat oposisi (Nisa et al., 2020). Strategi kampanye hitam yang ditujukan pada Fachri menimbulkan kerugian, namun strategi yang dilakukan Cindy justru memberikan keuntungan. Kampanye hitam dilakukan dengan menyebarkan informasi dari sumber yang tidak jelas dan tidak sesuai fakta, di mana bertentangan dengan etika politik yang merugikan kandidat oposisi (Nisa et al., 2020).

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis penelitian yang telah dilakukan pada teks film *Carnivale* mengenai kandidat pemimpin OSIS dengan psikoanalisis dan semiotika, dapat disimpulkan bahwa struktur kepribadian mendasari perilaku yang dipilih oleh kandidat pemimpin OSIS dalam masa pemilihan. Perilaku politik kandidat diasosiasikan dalam hasrat mengatur siswa, perasaan dalam pencalonan, dan keputusan pencalonan diri. Di sisi lain, strategi kritik dan penyebaran fitnah dipahami sebagai penyajian realitas kampanye politik pemilihan OSIS. Penggunaan kode sosial dapat memberikan gambaran terhadap situasi yang terjadi pada kandidat pemimpin OSIS dalam melakukan tindakan kampanye politik untuk menjatuhkan kandidat lain

REFERENSI

- Ahmad, M., & Nayab, S. (2019). *Psycho Analysis As A Method Of Reading Texts And Practices: A Descriptive Study*. *Asia Journal of Social Sciences & Humanities*, 8(1), 55-62.
- Berger, A. A. (1991). *Media Analysis Techniques*. California: SAGE Publications Inc.
- Cassell, C., Cunliffe, A. L., & Grandy, G. (2017). *The SAGE Handbook of Qualitative Business and Management Research Methods* (1st ed.). SAGE Publications.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed method approaches*. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Doly, D (2020). *Penegakan Hukum Kampanye Hitam (Black Campaign) Di Media Sosial: Pembelajaran Pemilihan Umum Presiden Tahun 2019*. *Kajian*, 25(1), 1-18. DOI: <http://dx.doi.org/10.22212/kajian.v25i1.1885>.
- Farisa, F. C. (2022, March 22). *Mengingat Lagi Aturan soal Pemilu 5 Tahun Sekali dan Masa Jabatan Presiden 2 Periode*. *Kompas.com*. Retrieved March 8, 2023 from <https://nasional.kompas.com/read/2022/03/22/14283171/mengingat-lagi-aturan-soal-pemilu-5-tahun-sekali-dan-masa-jabatan-presiden-2>.
- Fatimah, S. (2018). *Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu*. *Resolusi*, 1(1), 5-16. DOI: <https://doi.org/10.32699/resolusi.v1i1.154>.
- Fereday, J., & Muir-Cochrane, E. (2006). *Demonstrating Rigor Using Thematic Analysis: A Hybrid Approach of Inductive and Deductive Coding and Theme Development*. *International Journal of Qualitative Methods*, 5(1), 80–92. DOI: <https://remote-lib.ui.ac.id:2075/10.1177/160940690600500107>.
- Haselmayer, M., & Jenny, M. (2018). *Friendly fire? Negative campaigning among coalition partners*. *Research & Politics*, 5(3). DOI: <https://remote-lib.ui.ac.id:2075/10.1177/2053168018796911>.

- Hauzan, M. D., & Nuraeni, R. (2022). The Meaning of Motivation in the Netflix Documentary Serial "The Last Dance" (John Fiske Semiotic Analysis). *Budapest Internasional Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(2), 14228-14236. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i2.5287>.
- Helaluddin, & Syawal, S. (2019). Psikoanalisis Sigmund Freud dan Implikasinya dalam Pendidikan. *OSF Preprints*, 1-16. DOI: <https://doi.org/10.31219/osf.io/582tk>.
- Hirnanda, F. H., Mulyaningsih, E., & Dhipayana, G. A. (2020). Membangun Subjektivitas Penonton Melalui Pendekatan Interaktif Pada Penyutradaraan Film Mockumentary "Booking Out". *Sense: Journal of Fillm and Television Studies*, 3(1), 1-14. DOI: <https://doi.org/10.24821/sense.v3i1.5092>.
- Humas FH UI (2014). Permasalahan Black Campaign dalam Pemilihan Umum: Wawancara dengan Wiryaningsih, S. H., M.H. Fakultas Hukum Universitas Indonesia. Retrieved April 7, 2023 from <https://law.ui.ac.id/permasalahan-black-campaign-dalam-pemilihan-umum-wawancara-dengan-wiryaningsih-s-h-m-h/>.
- Humas FH UI. (2018). Perihal Kampanye Negatif dan Kampanye Hitam, Apa Bedanya?. Fakultas Hukum Universitas Indonesia. Retrieved April 7, 2023 from <https://law.ui.ac.id/?s=Perihal+Kampanye+Negatif+dan+Kampanye+Hitam%2C+Apa+Bedanya%3F>.
- Irawan, P. P., & Putri, B. P. S. (2017). Representasi Personal Selling Dalam Film The Joneses (Analisis Semiotika John Fiske Dalam Film The Joneses Tahun 2010). *E-Proceeding of Management*, 4(1), 1-15.
- Kruschinski, S., & Bene, M. (2022). In varietate concordia?! Political parties' digital political marketing in the 2019 European Parliament election campaign. *European Union Politics*, 23(1), 43-65. DOI: <https://remote-lib.ui.ac.id:2075/10.1177/14651165211040728>.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G., (2017). *Theories of Human Communication*. Waveland Press, Inc. 7th Ed.
- Maier, J., Stier, S., & Oschatz, C. (2022). Are candidates rational when it comes to negative campaigning? Empirical evidence from three German candidate surveys. *Party Politics*, 0(0). DOI: <https://remote-lib.ui.ac.id:2075/10.1177/13540688221085239>.
- Nai, A., Martínez i Coma, F. and Maier, J. (2019), Donald Trump, Populism, and the Age of Extremes: Comparing the Personality Traits and Campaigning Styles of Trump and Other Leaders Worldwide. *Presidential Studies Quarterly*, 49: 609-643. <https://doi.org/10.1111/psq.12511>.
- Nai, A., & Maier, J. (2021) Can anyone be objective about Donald Trump? Assessing the personality of political figures, *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, 31:3, 283-308, DOI: 10.1080/17457289.2019.1632318.
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods Qualitative and Quantitative Approaches* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Nisa, C. U., Disemadi, H. S., & Roisah, K. (2020). Aspek Hukum Tentang Black Campaign Pada Platform Media Sosial Instagram. *Mahkamah (Jurnal Kajian Hukum Islam)*, 5(1), 1-21. DOI: 10.24235/mahkamah.v5i1.6032.g2966.
- Nur, R., Taufik, A., & Tahir, M. (2015). Perilaku Politik Pemilih Pemula Dalam Pelaksanaan Presiden 2014 di Desa Kanaungan Kecamatan Labakkang Kabupaten Pangkep. *Otoritas: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 5(1), 91-106. DOI: <https://doi.org/10.26618/ojip.v5i1.116>.
- Nugroho, M., Suyitno, & Suhita, R. (2019). Novel Burung-Burung Manyar Karya Y.B. Mangunwijaya Sebagai Materi Pembelajaran Sastra: Konflik Batin Dan Nilai Pendidikan Karakter. *Basastra*, 7(2), 101-109. DOI: <https://doi.org/10.20961/basastra.v7i2.37784>.
- Nurjanah, T. (2021). Menjadi Keadaban Publik dengan Mengantisipasi Pelanggaran Privasi di Media Sosial. *Konstruksi Sosiasl: Jurnal Penelitian Ilmu Sosial*, 1(4), 124-129. <https://doi.org/10.56393/konstruksisocial.v1i4.456>.
- Pah, T., & Darmastuti, R. (2019). ANALISIS SEMIOTIKA JOHN FISKE DALAM TAYANGAN LENTERA INDONESIA EPISODE MEMBINA POTENSI PARA PENERUS BANGSA DI KEPULAUAN SULA. *Communicare : Journal of Communication Studies*, 6(1), 1-22. <https://doi.org/10.37535/101006120191>.
- Permana, M. F. R., & Adi, A. E. (2020). Production Design Dalam Pembuatan Film Mockumentary Tentang Hypebeast. *E-Proceeding of Art & Design*, 7(2), 2762-2769.
- Puspita, D. F. R., & Nurhayati, I. K. (2018). Analisis Semiotika John Fiske Mengenai Realitas Bias Gender Pada Iklan Kisah Ramadhan Line Versi Adzan Ayah. *ProTVF: Jurnal Kajian Televisi dan Film*, 2(2), 157-171. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v2i2.20820>
- Ramadhan. (2021, March 4). Mengupas Perbedaan Kampanye Negatif dan Kampanye Hitam. *Asumsi.co*. Retrieved April 7, 2023 from <https://asumsi.co/post/56946/mengupas-perbedaan-kampanye-negatif-dan-kampanye-hitam/>.
- Reza. (2021). Antara Kampanye Positif, Negatif dan Hitam, Calon Pemimpinmu. *Kompasiana.com*. Retrieved April 10, 2023 from https://www.kompasiana.com/rezavivo1698/60f9f93d15251054d80163d2/antara-kampanye-positif-negatif-dan-hitam-calon-pemimpin-mu?page=2&page_images=1.

- Rizal, T. [@TarizSolis]. (2023, March 11). Mau rekomendasiin satu lagi film pendek Indonesia yang keren banget! [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/TarizSolis/status/1634400858250289152>.
- Rusadi, U. (2015). Penerimaan Makna dari Iklan Televisi dan Keputusan Pemilih Kandidat pada Pemilu Presiden 2014. *Jurnal Pekommas*, 18(2), 139-150. DOI: <https://doi.org/10.30818/jpkm.2015.1180207>.
- Salim, M. H. (2021, December 3). Kritik Dunia Politik dengan Bahasa dan Sastra. *Kumparan.com*. Retrieved April 10, 2023 from <https://kumparan.com/meida-handayani-salim/kritik-dunia-politik-dengan-bahasa-dan-sastra-1wzxJMNxNyB/full>.
- Saptohutomo, A. P. (2022, May 16). Mengenal Perbedaan Kampanye Negatif dan Kampanye Hitam. *Kompas.com*. Retrieved April 10, 2023 from <https://nasional.kompas.com/read/2022/05/16/16070091/mengenal-perbedaan-kampanye-negatif-dan-kampanye-hitam>.
- Sinulingga, K. N. V. M., & Wibawa, S. (2022). Genre Analysis The Film Gundala. *CAPTURE: Jurnal Seni Media Rekam*, 14 (1), 30-40. DOI: <https://doi.org/10.33153/capture.v14i1.3832>.
- Suprpto. (2018). Kepribadian Tokoh Dalam Novel Jalan Tak Ada Ujung Karya Muchtar Lubis Kajian Psikoanalisis Sigmund Freud. *Metafora: Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra*, 5(1), 54-69. DOI: 10.30595/mtf.v5i1.5028.
- Stuckelberger, S. (2019). Mobilizing and chasing: The voter targeting of negative campaigning – lessons from the Swiss case. *Party Politics*, 27(2), 341–350. DOI: <https://remote-lib.ui.ac.id:2075/10.1177/1354068819852252>.
- Tamano, R. G. (2022). A Psychoanalytic Study of the Meranao Folktales. *Praxis Internasional Journal of Social Science and Literature*, 5(8), 44-51. DOI:10.51879/PIJSSL/050806.
- Thanzani, A., Sari, A. D. P., Yulia, L. T., & Fikri, S. (2022). Black Campaign Melalui Media Elektronik Dari Perspektif Hukum Pemilu. *Journal Evidence Of Law*, 1(3), 42–51. DOI: <https://doi.org/10.59066/jel.v1i3.103>.
- Verhulsdonk, I., Nai, A., & Karp, J. A. (2022). Are Political Attacks a Laughing Matter? Three Experiments on Political Humor and the Effectiveness of Negative Campaigning. *Political Research Quarterly*, 75(3), 720–737. DOI: <https://remote-lib.ui.ac.id:2075/10.1177/10659129211023590>.
- Yuliana. (2022, August 17). Apa Itu Film Mockumentary? Cek 5 Rekomendasi Film Horror Mocku, Yuk!. *Rukita.co*. Retrieved April 7, 2023 from <https://www.rukita.co/stories/film-mockumentary-adalah/>.