BAB III
VIDEO KAMPANYE GUBERNUR JOKOWI – BASUKI (AHOK) TAHUN 2012

III.1 Objek Penelitian

Objek penelitian yaitu apa yang akan dijadikan bahan untuk penelitian. Dalam penelitian ini yang dimaksud sebagai objek penelitian yaitu Video Kampanye Gubernur Jokowi – Basuki (Ahok) tahun 2012 versi parodi lagu *"What Makes You Beautiful"* dari One Direction. Objek penelitiannya lebih ditujukan pada visual yang ditampilkan serta lirik yang disampaikan. Adapun dalam penelitian terkait Video Kampanye Gubernur Jokowi – Basuki (Ahok) tahun 2012 versi parodi lagu *"What Makes You Beautiful"* dari One Direction terdiri dari beberapa *scene*. Dalam sebuah alur cerita terdapat *scene* yang menjadi puncak cerita, ada pula yang berperan sebagai penjelas cerita. *Scene* yang menjadi fokus penelitian diantaranya terdapat pada *scene* yang memperlihatkan kemacetan kota Jakarta hingga mengakibatkan efek stress yang menimbulkan emosi dan cepat tersinggung pada penduduknya.

Selain itu terdapat pada *scene* yang menggambarkan padatnya serta sulitnya antrian untuk membuat KTP (Kartu Tanda Penduduk) di kelurahan, lalu dilanjutkan ke *scene* yang menggambarkan setelah lama menunggu untuk membuat KTP (Kartu Tanda Penduduk) datang seorang petugas lalu digambarkan bila proses pembuatan KTP (Kartu Tanda Penduduk) ingin cepat selesai harus memberikan uang. Akhirnya di *scene* lain diperlihatkan kekesalan para tokoh sebagai warga Jakarta, lalu membuka baju mereka dengan diganti menggunakan baju kotak-kotak. Dari serangkaian video tersebut, difokuskan pada *scene* yang dianggap mewakili penggambaran masalah hingga keinginan untuk perubahan dikota Jakarta.

Tabel III.1 Kumpulan Scene Pokok

Sumber(Dokumen Pribadi yang diambil dari https://www.youtube.com)

Diakses : 04 April 2015 pukul 02.03 WIB

NO	*SCREEN SHOT SCENE*	KET. WAKTU
1	 Gambar III.1 *Screen Shot* 1 Sumber (https://www.youtube.com/watch?v=f-zR65eXXPc)	Menit 0:29 (Perkenalan tokoh utama)
2	 Gambar III.2 *Screen Shot* 2 Sumber (https://www.youtube.com/watch?v=f-zR65eXXPc)	Menit 0:43 (Muncul permasalahan pertama yaitu kemacetan)
3	 Gambar III.3 *Screen Shot* 3 Sumber (https://www.youtube.com/watch?v=f-zR65eXXPc)	Menit 0:47 (Akibat efek permasalahan pertama terjadi pertengkaran)

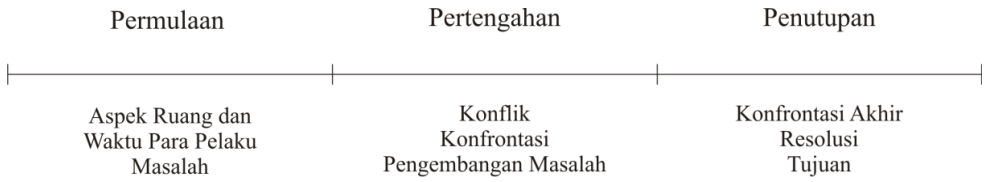
4	 Gambar III.4 *Screen Shot* 4 Sumber (https://www.youtube.com/watch?v=f-zR65eXXPc)	Menit 01:27 (Permasalahan kedua, antrian dikantor kelurahan menandakan sulitnya birokrasi)
5	 Gambar III.5 *Screen Shot* 5 Sumber (https://www.youtube.com/watch?v=f-zR65eXXPc)	Menit 02:07 (Permasalahan ketiga, pungutan liar yang dilakukan petugas pegawai negeri)
6	 Gambar III.6 *Screen Shot* 6 Sumber (https://www.youtube.com/watch?v=f-zR65eXXPc)	Menit 02:40 (Ekspresi kekecewaan akibat rentetan permasalahan yang dialami)
7	 Gambar III.7 *Screen Shot* 7 Sumber (https://www.youtube.com/watch?v=f-zR65eXXPc)	Menit 02:43 (Luapan protes serta ingin adanya perubahan, dan bentuk ajakan untuk memilih pasangan Jokowi-Ahok)

Dalam video tersebut juga dinilai populer diantaranya karena dari jumlah penonton di You Tube yang walaupun sudah lewat masa kampanye gubernurnya, namun hingga saat ini masih banyak yang mengakses video tersebut dengan 2.663.433 orang (tanggal 04 Agustus 2015 pukul 00.10 WIB) dengan jumlah 25.977 orang yang menyukai dan 699 orang yang tidak menyukai video tersebut. Selain itu, video parodi tersebut dapat dikatakan berhasil menarik perhatian masyarakat karena pada awal kemunculannya saat pilkada gubernur DKI Jakarta tahun 2012 selain banyak yang mengakses videonya di You Tube, namun hingga menjadi pembicaraan di beberapa stasiun televisi swasta. Cameo Project pun selaku pembuat video tersebut banyak diundang untuk menjadi narasumber terkait Video Kampanye Gubernur Jokowi – Basuki (Ahok) tahun 2012 versi parodi lagu *"What Makes You Beautiful"* dari One Direction. Alur cerita yang digunakan dalam video tersebut yaitu pola linear. Menurut Pratista (2008, hal 36) menyatakan bahwa "Pola linear merupakan pola dimana waktu berjalan sesuai urutan aksi peristiwa tanpa adanya interupsi waktu yang signifikan." Berdasarkan pernyataan tersebut, dalam kajian video tersebut diperlihatkan kejadian serta waktu yang berurutan mulai dari pagi hari tokoh utama bangun dan teringat janji ke kelurahan, masuk siang hari mulai masuk permasalahan yang terjadi secara bergantian, hingga puncak puncak dan keinginan perubahan.

III.1.1 Metode Penelitian

Penelitian yang dilakukan terkait video Kampanye Gubernur Jokowi – Basuki (Ahok) tahun 2012 versi parodi lagu *"What Makes You Beautiful"* dari One Direction yaitu bersifat kualitatif dengan cara deskriptif menggunakan metode citra visual (imagologi). Cara deskriptif dipilih karena lebih efektif untuk menjabarkan dan menganalisa tentang laporan dan riset penelitian terkait tampilan elemen visual dan audio dari Video Kampanye Gubernur Jokowi – Basuki (Ahok) tahun 2012 versi parodi lagu *"What Makes You Beautiful"* dari One Direction yang dapat menarik perhatian masyarakat, hingga secara tidak langsung dapat mengajak masyarakat untuk mengumpulkan suara yang banyak pada pemilihan Gubernur DKI Jakarta tahun 2012. Sedangkan metode imagologi dipilih untuk menjabarkan citra visual yang ditampilkan video tersebut, guna mengetahui

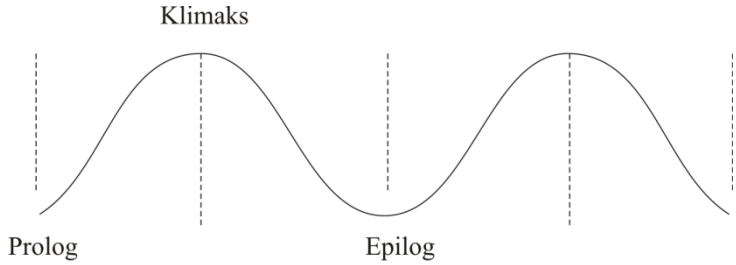
maksud dan pesan apa yang ingin disampaikan. Terkait *scene* yang diambil untuk dikaji sebagai objek penelitian diambil sesuai dengan pola struktur naratif. Dalam *scene* yang diambil diawali dengan perkenalan dari pemain adegan, setelah itu masuk dalam *scene* yang berisikan konflik atau permasalahan dalam video tersebut. Kemudian diambil *scene* yang menjadi puncak permasalahan (klimaks), selanjutnya diakhir diambil *scene* solusi. Adapun pola struktur naratif sebagai berikut :



Bagan III.1 Pola Struktur Naratif

Sumber (Pratista, 2008 hal.45)

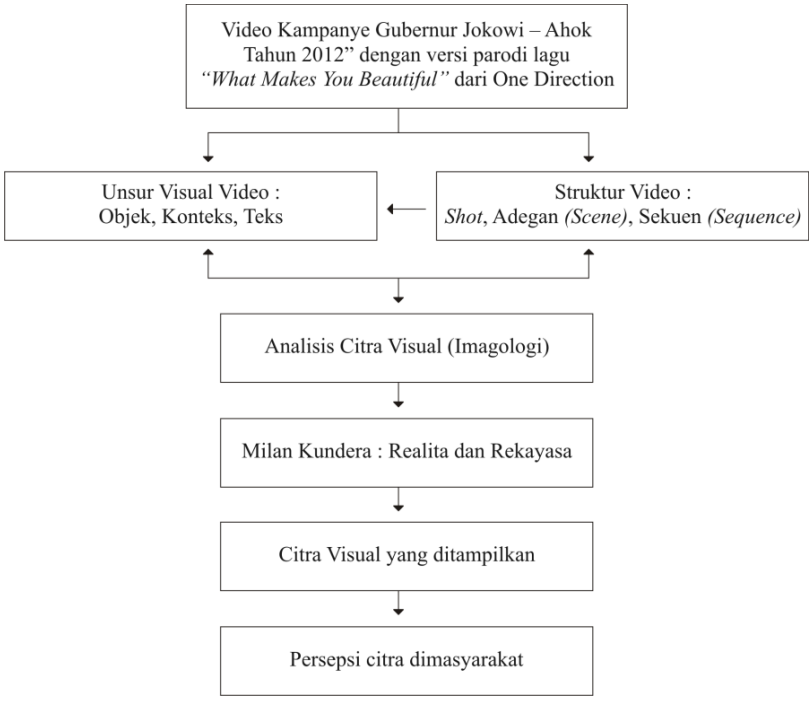
Dari pola struktur naratif tersebut dapat kita sederhanakan sebagai gambaran pola naik turunnya sebuah adegan. Dimulai dengan prolog, penyampaian awal dalam adegan sebagai perkenalan. Kemudian naik ke klimak, mulai adegan sampai mencapai puncak permasalahan. Setelah itu turun ke epilog, yang berfungsi menjabarkan inti pesan cerita yang ingin disampaikan. Adapun penggambarannya sebagai berikut :



Bagan III.2 Gambaran sederhana Pola Struktur Naratif

Sumber (Dokumen Pribadi tahun 2015)

Sedangkan adapun kerangka penelitian yang digunakan untuk membedah objek kajian digambarkan sebagai berikut:

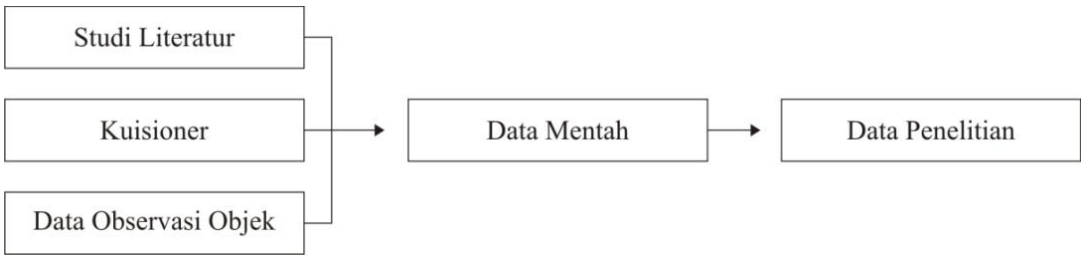


Bagan III.3 Kerangka Penelitian

Sumber (Dokumen Pribadi tahun 2015)

III.1.1.1 Teknik Pengumpulan Data

Tehnik pengumpulan data merupakan salah satu bagian yang penting dalam sebuat penelitian. Adapun pada penelitian terkait Video Kampanye Gubernur Jokowi – Basuki (Ahok) tahun 2012 versi parodi lagu *"What Makes You Beautiful"* dari One Direction ini digunakan beberapa cara dalam pengumpulan data serta informasi, diantaranya :



Bagan III.4 Tahapan Pelaksanaan Penelitian

Sumber (Dokumen Pribadi tahun 2015)

- Studi Literatur

  Studi Literatur merupakan tehnik pengumpulan data yang didapat melalui buku, *e-book*, ataupun *website*. Adapun penelitian yang dilakukan terkait Video Kampanye Gubernur Jokowi – Basuki (Ahok) Tahun 2012 versi parodi lagu *"What Makes You Beautiful"* dari One Direction ini dibutuhkan beberapa sumber buku diantaranya :

  - Komunikasi Politik Di Era Multimedia yang ditulis oleh Roni Tabroni.
  - Komunikasi Politik Teori Aplikasi dan Strategi di Indonesia yang ditulis oleh Fajar Junaedi.
  - Pengantar Desain Komunikasi Visual yang ditulis oleh Adi Kusrianto.
  - Hiper Semiotika yang ditulis oleh Yasraf Amir Piliang
  - Desain Komunikasi Visual yang ditulis oleh Lia Anggraini S
  - Memahami Film yang ditulis oleh Himawan Pratista
  - Jurnal Pencitraan Tokoh Politik Menjelang Pemilu 2014 yang ditulis oleh Haryati
  - Modul Pembelajaran Imagologi yang ditulis oleh Ivan Kurniawan, M.Ds
  - Materi diskusi Imagologi yang ditulis oleh Kunto Adi Wibowo

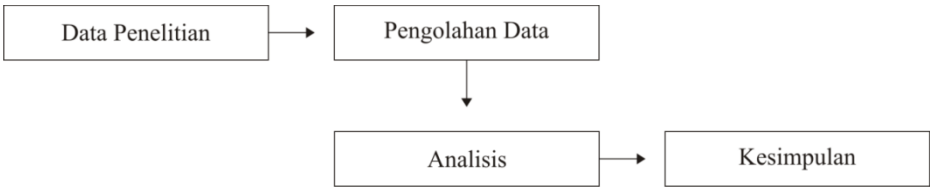
Pencarian data tidak hanya dilakukan dengan menggunakan buku, namun juga menggunakan media Internet seperti : www.politik.kompasiana.com, www.academia.edu, www.negarahukum.com dan www.merdeka.com

- Kuisioner

  Pada penelitian terkait Video Kampanye Gubernur Jokowi – Basuki (Ahok) tahun 2012 versi parodi lagu *"What Makes You Beautiful"* dari One Direction ini dilakukan pengumpulan data dan informasi dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan (kuisioner) kepada masyarakat dengan profesi yang berbeda-beda. Kuisioner diberikan secara langsung kepada masyarakat dan juga didapatkan secara *online* melalui media sosial di internet. Proses pencarian data ini dilakukan selama 5hari karena dibutuhkan informasi tentang tanggapan masyarakat tentang Video Kampanye Gubernur Jokowi – Basuki (Ahok) tahun 2012 versi parodi lagu *"What Makes You Beautiful"* dari One Direction.

III.1.1.2 Teknik Pengolahan Data

Data, informasi, serta tanggapan masyarakat yang telah dikumpulkan kemudian diolah. Data yang didapat melalui wawancara dan sumber literatur diolah dengan meringkas serta dianalisis lebih lanjut untuk disesuaikan dengan kebutuhan penelitian terkait Video Kampanye Gubernur Jokowi – Basuki (Ahok) Tahun 2012 versi parodi lagu *"What Makes You Beautiful"* dari One Direction.



Bagan III.5 Tahapan Pengolahan Data
Sumber (Dokumen Pribadi tahun 2015)

III.1.2 Subjek Penelitian

Dalam penelitian terkait Video Kampanye Gubernur Jokowi – Basuki (Ahok) tahun 2012 versi parodi lagu *"What Makes You Beautiful"* dari One Direction ini, subjek penelitian yang dimaksud adalah para pemberi informasi (narasumber) yang dibutuhkan dalam penelitian. Subjek penelitian terkait Video Kampanye Gubernur Jokowi – Basuki (Ahok) tahun 2012 versi parodi lagu *"What Makes You Beautiful"* dari One Direction diantaranya Cameo Project selaku pembuat dan peng-*upload* dan pengguna internet khususnya You Tube dari berbagai kalangan. Adapun dari hasil kuisioner yang diberikan pada masyarakat, diantaranya :

- Hasil Kuisioner

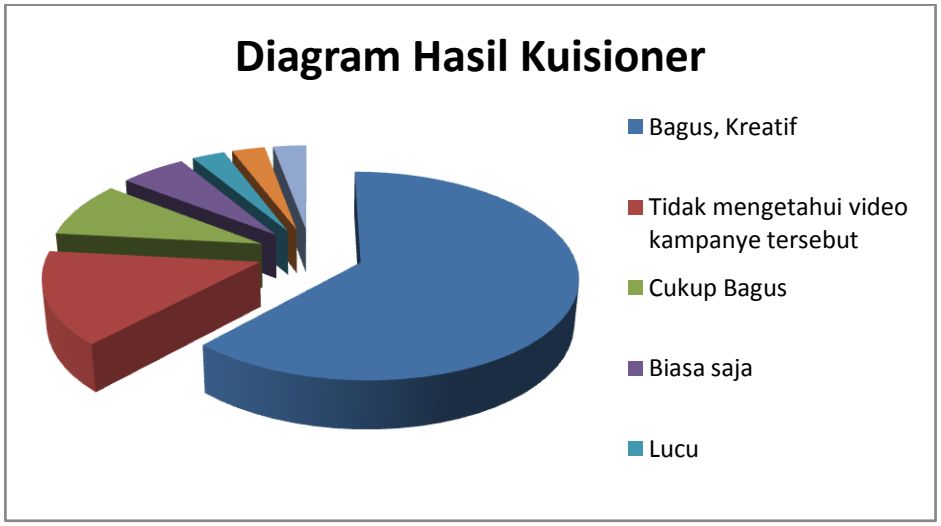
  Untuk mengetahui tanggapan masyarakat terkait penelitian video kampanye pada pemilihan Gubernur DKI Jakarta Jokowi – Basuki (Ahok) tahun 2012 versi parodi lagu *"What Makes You Beautiful"* dari One Direction, maka dilakukan metode dengan cara kuisioner (menghimpun pendapat masyarakat terkait objek penelitian). Kuisioner tersebut dilakukan kepada 34 orang dari berbagai usia, status, dan pekerjaan. Kuisioner juga dilakukan selama 7 hari, terhitung dari tanggal 29 Desember 2014 sampai 04 Januari 2015. Kuisioner

diberikan secara langsung kepada masyarakat secara acak dari berbagai profesi pekerjaan, berbagai kalangan serta usia. Selain itu, kuisioner juga didapatkan secara *online* melalui media sosial di internet.

Tabel III.2 Pendapat masyarakat terkait video kampanye Jokowi – Basuki (Ahok)
Sumber (Dokumen Pribadi tahun 2015)

No	Jumlah Responden	Komentar	Persentase
1	21 Responden	Bagus, kreatif	62%
2	5 Responden	Tidak mengetahui video kampanye tersebut	14.7%
3	3 Responden	Cukup bagus	8.8%
4	2 Responden	Biasa saja	5.8%
5	1 Responden	Lucu	2.9%
6	1 Responden	Tidak tertarik	2.9%
7	1 Responden	Pencitraan	2.9%
Jumlah	**34 Responden**		**100%**

Adapun hasil kuisioner tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat menilai dan kampanye selama ini bukan hanya kegiatan mempromosikan diri, namun dibalik itu kampanye juga tidak terlepas dengan hal-hal yang kurang bermanfaat bahkan cenderung menimbulkan masalah, seperti : rusuh, macet, demo, suap menyuap, pencitraan, janji-janji dan lain sebagainya. Maka dengan adanya *fun campaign* (kampanye menyenangkan) salah satu contohnya video kampanye pada pemilihan Gubernur DKI Jakarta Jokowi – Basuki (Ahok) tahun 2012 versi parodi lagu *"What Makes You Beautiful"* dari One Direction dapat memberikan cara yang baru dalam berkampanye. Cara berkampanye tersebut, tidak hanya menyenangkan namun menghibur. Video tersebut dinilai sangat kreatif, karena dapat mewakili pesan yang ingin disampaikan dengan menarik dari pembuat kepada penonton. Video tersebut dianggap menarik, selain karena memparodikan lagu yang populer, elemen-elemen, lirik, kekonyolan serta simbol-simbol dalam video tersebut juga mudah untuk dimengerti sehingga dapat menyita perhatian masyarakat.



Bagan III.6 Diagram Hasil Kuisioner

Sumber (Dokumen Pribadi)

III.1.2.1 You Tube

Youtube merupakan situs *website* untuk berbagi video bagi pengguna internet. Video di You Tube banyak di-upload oleh individu, kelompok, organisasi sampai perusahaan. You tube berguna sebagai media untuk mempromosikan sesuatu kepada pengguna internet, tidak jarang You Tube juga dijadikan sebagai media untuk menyalurkan ekspresi diri seseorang. Adapun manfaat dari You Tube diantaranya sebagai media untuk mencari informasi serta media hiburan. Setiap hal dapat menimbulkan efek, baik positif ataupun negatif. Selain banyak memberikan manfaat, You Tube juga dapat memberikan efek negatif. Efek negatif yang ditimbulkan karena penyalahgunaan yang dilakukan oleh peng-*upload* karena aksesnya yang terlalu bebas dan mudah. Itulah yang menyebabkan bebarapa negara sangat ketat memberlakukan aturan penggunaan You Tube.

III.2 One Direction

III.2.1 Profil

One Direction merupakan grup penyanyi pria (*boyband*) asal Inggris – Irlandia. *Boyband* ini terbentuk di London tahun 2010. Personel awal dari One Direction saat itu beranggotakan Niall Horan, Liam Payne, Harry Styles, Louis Tomlinson, dan Zayn Malik, namun pada bulan maret 2015 Zayn Malik mengundurkan diri dari One Direction. Tahun 2010, Niall Horan, Zayn Malik, Liam Payne, Harry

Styles, dan Louis Tomlinson mengikuti audisi *The X Factor* musim ke-7 sebagai penyanyi solo dalam kategori "*Boys*", namun mereka semua gagal. Setelah mendapat saran dari juri tamu saat itu, Nicole Scherzinger, mereka berlima bergabung dan membentuk sebuah *boyband*. *Boyband* ini kemudian berhasil lolos untuk kategori "*Groups*". Ide member nama One Direction datang dari Harry yang menganggap nama tersebut akan terdengar hebat saat pembawa acara *The X Factor* menyebutkannya pada siaran langsung ditelevisi. Pada akhir kompetisi, One Direction menepati sebagai juara 3 di ajang *The X Factor*.



Gambar III.8 One Direction

Sumber(http://www.jpnn.com/picture/normal/20150319_061039/061039_352629_One_Direction_d.jpg)

Diakses : 04 April 2015 pukul 02.30 WIB

III.2.2 Gaya Musik

Genre album pertama One Direction sebagian besar didominasi oleh pop, yang berorientasi ke *dance-pop*, *teen pop*, *pop rock* dan *power pop* serta dipengaruhi oleh *electropop* dan *rock*. Album *"Up All Night"* dipuji karena sasarannya terhadap pendengar yang berusia remaja. Banyak musisi yang memberikan komentar terhadap album tersebut, salah satunya Jason Lipshutz dari Billboard berpendapat bahwa album *"Up All Night"* menyajikan sebuah orisinalitas dalam suara kelima personel tersebut, dan itu yang diperlukan untuk kebangkitan kembali era *boyband*. Lagu *"One Thing"* dan *"What Makes You Beautiful"* secara khusus dikatakan memiliki genre power pop dan pop rock dengan *chorus* yang "kuat".

III.2.3 Album

Sampai saat ini One Direction memiliki 2 album yaitu *"Up All Night"* dan *"Take Me Home".* Pada bulan Januari 2011, One Direction menandatangani kontrak rekaman dengan label milik Simon Cowel, Syco Records. Kemudian, bulan November 2011, One Direction juga menandatangani kontrak rekaman dengan Columbia Records di Amerika Utara. One Direction merekam album debut mereka, *"Up All Night"* di Swedia, Amerika Serikat dan Inggris. Dalam album tersebut, mereka berkolaborasi dengan musisi-musisi seperti Savan Kotecha, Rami Yacoub, RedOne, Ed Sheeran, Kelly Clarkson, Tom Fletcher, Steve Mac, Toby Gad dan Carl Falk. Singel pertama mereka, *"What Makes You Beautiful"*, dirilis tanggal 11 September 2011. Singel ini berhasil berada di posisi pertama UK Singles Chart setelah dinobatkan sebagai singel yang paling banyak di *request* sepanjang masa oleh Sony Music Entertainment.

Di tangga lagu Irlandia, *"What Makes You Beautiful"* berada di posisi pertama selama empat minggu berturut-turut. Di Amerika Serikat, singel ini dirilis pada bulan Februari 2012, dan memulai karirnya pada posisi 28 di Billboard Hot 100. Posisi ini merupakan posisi tertinggi bagi musisi asal inggris sejak tahun 1997. Singel ini terus naik hingga ke posisi empat dan tanggal 21 Mei 2012, sebanyak 2.060.303 unduhan digital singel ini telah terjual di AS. Singel kedua mereka, "Gotta Be You", dirilis pada tanggal 13 November 2011 dan menempati posisi ketiga di tangga lagu Irlandia dan Inggris.



Gambar III.9 Cover Album *"Up All Night"*

Sumber(http://img3.wikia.nocookie.net/__cb20121019052730/onedirection/images/6/6a/Upallnight.png)

Diakses : 04 April 2015 pukul 02.48 WIB

Pada tanggal 12 Agustus 2012, One Direction membawakan *"What Makes You Beautiful"* dalam upacara penutupan Olimpiade Musim Panas 2012 di London. Berikutnya, tanggal 6 September 2012, One Direction membawakan *"One Thing"* dalam MTV Video Music Awards 2012. Mereka juga memenangkan penghargaan *Best New Artist*, *Best Pop* Video dan *Most Share-Worthy* Video untuk *"What Makes You Beautiful"*. Pada Februari 2013, One Direction merilis versi cover dari lagu *"One Way or Another"* dan *"Teenage Kicks"* sebagai *singel* amal untuk organisasi Comic Relief. Grup musik ini tampil dalam BRIT Awards 2013 dan berhasil menyabet penghargaan Global Success Award. Setelah kesuksesannya dengan album pertama, One Direction mulai merilis album keduanya yang bertajuk *"Take Me Home"* di Swedia pada bulan mei 2012.

III.3 Sekilas Kota Jakarta

Jakarta merupakan ibu kota dari negara Indonesia. Jakarta sangat identik dengan permasalahan kemacetan, kemacetan tersebut disebabkan salah satunya karena jumlah penduduk kota Jakarta yang sangat padat. Jakarta memiliki jumlah penduduk 10.187.595 jiwa (tercacat hingga tahun 2011). Mayoritas penduduknya beragama islam, namun ada juga penduduk yang beragama lain seperti: protestan, katolik, budha, hindu bahkan konghucu. Adapun penduduk asli kota Jakarta yauitu suku Betawi. Kota Jakarta memiliki kesenian yang khas yaitu ondel-ondel serta tanjidor, selain itu makanan yang menjadi khas kota Jakarta salah satunya kerak telor. Sedangkan salah satu bangunan yang menjadi ciri dari kota Jakarta yaitu Monas (Monumen Nasional)



Gambar III.10 Kota Jakarta

Sumber (http://www.beritaenam.com/mp-content/berita/56destination-jakarta-01.jpg)

Diakses : 03 Mei 2015 pukul 12.09 WIB

Ibu kota Jakarta menjadi pusat dari segala aspek, baik pemerintahan, hiburan dan lain sebagainya. Selain itu, dari infrastruktur banyak tersedia mulai dari jalan tol, listrik, telekomunikasi, pelabuhan serta bandara internasional yang dapat melayani penerbangan baik diwilayah Indonesia dan luar negeri. Seluruh akses tersebut dipermudah karena kota Jakarta merupakan ibu kota negara. Dengan segala kemudahan yang tersedia dikota Jakarta, membentuk gaya hidup yang *modern* dimasyarakatnya. Gaya hidup tersebut semakin meningkat seiring perkembangan zaman dan teknologi salah satunya meluasnya media komunikasi seperti internet.

Dengan perkembangan tersebut, setiap orang memanfaatkan dan menjadikannya kebutuhan hingga tidak bisa lepas dari *gadget* yang dimilikinya. Semua informasi disediakan dan dapat diakses dengan mudah, terlebih dipusat kota Jakarta banyak tempat yang menyediakan internet gratis *(wifi)* terutama ditempat-tempat ramai dan strategis, seperti : tempat makan, *cafe*, *mall*, perkantoran, sekolah, kampus, dan lain sebagainya. Akses layanan itu disediakan karena melihat gaya hidup penduduk kota Jakarta yang sangat suka nongkrong baik saat santai, istirahat atau melepas penat selesai bekerja.

III.4 Pasangan Jokowi – Basuki (Ahok)

Joko Widodo (Jokowi) dan Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) merupakan sosok yang marak diperbincangkan dimasyarakat. Keduanya merupakan pasangan pemenang gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta tahun 2012, sebelum kini Jokowi menjabat sebagai presiden dan secara langsung Ahok menggantikan posisi gubernur DKI Jakarta. Jokowi dikenal sebagai pribadi yang sederhana dan suka "blusukan" kedaerah guna memeriksa langsung keadaan wilayah yang dipimpinnya. Sedangkan sosok Ahok dikenal sebagai tokoh politik yang tegas dan berani, terutama dalam melawan ketidak adilan dimasyarakat. Sebelum mencalonkan menjadi calon gubernur (cagub) dan calon wakil gubernur (cawagub) Jokowi merupakan walikota Solo dan Ahok pernah menjabat sebagai bupati Bangka Belitung. Jokowi diusung dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), sedangkan Ahok dari Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra). Pada pemilihan cagub dan cawagub DKI Jakarta mereka berhasil

memenangkannya dengan mengalahkan pasangan Fauzi Bowo dan Nachrowi Ramli. Pemilihan tersebut dilakukan dengan dua putaran. Pada masa kampanye pasangan Jokowi – Ahok berhasil mendapatkan perhatian dari masyarakat Indonesia khususnya DKI Jakarta. Cara kampanye yang berbeda cukup efektif serta kekuatan sosok keduanya menjadi salah satu keberhasilan mereka mendapatkan posisi sebagai gubernur dan wakil gubernur terpilih. Salah satu ciri yang psangan ini miliki yaitu penggunaan baju kotak-kotak saat melakukan kampanye.



Gambar III.11 Jokowi – Basuki (Ahok)

Sumber(http://stat.ks.kidsklik.com/statics/files/2013/08/1376141514588543222.jpg)

Diakses : 04 April 2015 pukul 03.01 WIB

III.5 Cameo Project

Cameo project adalah sekumpulan pemuda pemudi yang bergabung dan membuat karya hasil dari keresahaan disekitarnya. Karya-karya tersebut dituangkan dalam bentuk video parodi. Video yang dibuat, kemudian dibagikan melalui situs Youtube. Karya yang dibuat oleh Cameo Project dikemas dengan kreatif dan disampaikan dengan menarik pada penonton Youtube. Salah satu karya video parodi yang populer dimasyarakat saat mereka memparodikan lagu *"What Makes You Beautiful"* dari One Direction pada masa kampanye pemilihan gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta tahun 2012. Mulai saat itu mereka banyak dikenal dimasyarakat dan diundang oleh beberapa stasiun televisi nasional.



Gambar III.12 Cameo Project

Sumber(http://i.ytimg.com/vi/0CbwmipZl9U/maxresdefault.jpg)

Diakses : 04 April 2015 pukul 03.03 WIB

III.6 Penggunaan Media Internet Dalam Kampanye Politik

Pada prakteknya aktivitas kampanye selalu identik dengan keramaian dan kemacetan kota. Tidak hanya itu penggunaan media cetak yang monoton dan kurang dinamis banyak ditempel di ruang lingkup kota pun memberi kesan kotor dan bahkan terlihat seperti sampah. Perkembangan teknologi informasi telah memunculkan berbagai optimisme akan peran pentingnya di masa depan sebagai media komunikasi utama, yang menawarkan berbagai kemudahan dalam aspek kehidupan sosial, termasuk politik dan demokrasi. Dalam pasal 56 pada peraturan pemerintah Republik Indonesia nomor 6 tahun 2005 poin c tertulis bahwa kampanye dapat dilaksanakan melalui: penyebaran melalui media cetak dan media elektronik. Dari sini cukup jelas bahwa peran teknologi informasi merupakan kebutuhan yang cukup vital, termasuk dalam hal pemilihan kepala daerah. Di abad 20an yang kini semakin *modern* dan serba canggih pemilihan media untuk aktivitas kampanye pun semakin beragam, dintaranya dengan memanfaatkan media internet. Menurut Tabroni (2012, h.153) menyatakan "Internet merupakan singkatan dari international *networking* atau *interconnection networking* yang berarti sebuah jaringan komputer global yang menghubungkan jutaan komputer diseluruh dunia yang terkoneksi hingga dapat berkomunikasi tanpa dibatasi jarak, waktu dan tempat." Penggunaan media internet kini ramai digunakan untuk kebutuhan aktivitas kampanye. Selain itu, dijaman yang serba canggih ini internet seolah menjadi kebutuhan yang pokok bagi beberapa

kalangan. Oleh karena itu media internet kini dinilai lebih efektif untuk menarik simpati publik dibanding dengan media lainnya. Pemanfaatan media internet lebih murah dibanding dengan penggunaan media lain seperti pemasangan iklan kampanye di TV dan radio serta pembuatan dan pencetakan media spanduk, baliho, poster, *banner*, dan lain sebagainya yang dapat menyita banyak biaya. Adapun kelebihan yang dimiliki internet dibandingkan media lainnya, diantaranya:

1. Menembus batas wilayah, ruang dan waktu.
2. Akses yang luas untuk memperoleh informasi menyuluruh (global).
3. Meningkatkan kemampuan untuk berkomunikasi secara bebas.
4. Memiliki kecepatan perkembangan dan penyebaran yang sulit dibatasi.



Gambar III.13 Contoh Media Kampanye
Sumber (http://dgi-indonesia.com/wp-content/uploads/2011/09/kampanye-pilkada-1.jpg)
Diakses : 30 Oktober 2015 pukul 09.46 WIB

Salah satu kampanye yang berhasil memanfaatkan media internet sebagai saluran komunikasi pada publik yaitu pada pemilihan umum presiden Amerika Serikat, Barack Obama. Obama sukses memanfaatkan sosial media untuk memenangi pemilihan presiden Amerika selama dua periode, bahkan dalam pemilihan untuk yang kedua kalinya pada tahun 2008 dan 2012, Obama berhasil mengumpulkan dana sebesar 181 juta dolar AS selama satu bulan. Ini merupakan jumlah penggalangan dana bulanan tertinggi selama pemilihan presiden AS tahun 2012. Dilihat dari prosesnya Obama sangat jeli memanfaatkan penggunaan media internet, seperti media sosial. Menurut Tabroni (2012, h.163) menyatakan sebagai ruang komunikasi, media sosial memiliki perbedaan dibandingkan dengan media lain pada umumnya, diantaranya :

1. Keterjangkauan, internet memiliki jangkauan yang meluas, mampu menembusbatas, ruang dan waktu. Selain itu dapat diakses dimana saja dan kapan saja.
2. Aksesibilitas, media *mainstream* biasanya dimiliki dan diakses oleh masyarakat terbatas, sedangkan media sosial dapat ditembus oleh masyarakat umum, baik yang bermodal maupun tidak.
3. Penggunaan, media sosial dapat digunakan oleh semua orang yang memiliki keinginan untuk membuat dan mengelolanya.
4. Respon, pada media umumya yang digunakan untuk berkampanye, proses interaksi bersifat tertunda sedangkan dalam media sosial, respon bersifat langsung pada saat itu juga.
5. Konten, informasi dalam media sosial dapat diubah kapan saja sesuai dengan pengelolanya, berbeda informasi atau konten dengan media kampanye pada umumnya yang bersifat permanen, tidak dapat diubah sama sekali.

III.7 Kampanye Jokowi – Basuki (Ahok) pada Pilgub tahun 2012

Di Indonesia sendiri salah satu tokoh politik yang berhasil mendapatkan perhatian publik, hingga akhirnya memenangkan pemilihan umum yaitu Joko Widodo pada Pilkada DKI Jakarta tahun 2012. Pada kampanyenya Jokowi mengusung *fun campaign*. Simpatisan Jokowi sangat jeli memanfaatkan You Tube untuk membuat sebuah video parodi dari lagu *"What Makes You Beautiful"* dari *boyband* asal Inggris, One Direction. Dalam kamus besar bahasa Indonesia, definisi parodi merupakan karya sastra atau seni yang dengan sengaja menirukan gaya, kata penulis, atau pencipta lain dengan maksud mencari efek kejenakaan. Video tersebut di buat oleh sekelompok pemuda yang menamai dirinya Cameo Project. Pembuatan video tersebut memperlihatkan kecerdasan masyarakat dapat dilihat dari kreatifitas untuk membuat dan menghasilkan sesuatu yang mempunyai nilai estetika (keindahan), unik dan inspiratif. Parodi menjadi suatu hal yang unik dan berkembang dengan drastis di masyarakat. Menurut Yasraf. (2003, hal.192) menyatakan "Tujuan dari parodi adalah untuk mengekspresikan perasaan tidak puas, tidak senang, tidak nyaman berkenaan dengan intensitas gaya atau karya masa lalu yang dirujuk." Sebagai karya seni yang dihasilkan bukan dari seorang

seniman yang sesungguhnya, kini parodi menjadi sesuatu yang lucu dan amat dekat dengan masyarakat hingga akhirnya bisa dilakukan terhadap berbagai hal, termasuk dalam politik untuk lebih menghidupkan nuansa kegembiraan dalam demokrasi.

Semenjak munculnya video Kampanye Gubernur Jokowi – Basuki (Ahok) tahun 2012 versi parodi lagu *"What Makes You Beautiful"* dari One Direction serta kemudian akhirnya menjadi populer, mulai banyak bermunculan video parodi lainnya. Youtube sebagai salah satu situs yang memuat kumpulan video-video parodi karya kreatifitas yang bermunculan tersebut. Video parodi tersebut diunggah ke situs Youtube pada 26 Agustus 2012 oleh Cameo Project. Video yang menampilkan empat personel One Direction jejadian itu memperlihatkan sosok Jokowi dan Basuki (Ahok) versi lagu *"What Makes You Beautiful"* dari One Direction. Dalam keterangannya, Cameo Project menuliskan, "Ini bukan kampanye, hanya curahan hati sekelompok simpatisan yang mewakili manusia yang rindu perubahan di Jakarta. *Enjoy!*"

Meskipun menggunakan latar belakang lagu *"What Makes You Beautiful"* dari One Direction, video klip dan lirik diubah sepenuhnya. Selain itu teknik dan kualitas pengambilan gambar dilakukan secara professional. Video tersebut berdurasi 3 menit 21 detik, adapun lirik dalam lagu tersebut :

Bel berbunyi pagi-pagi
Masih ngantuk kututup mataku lagi
Kuteringat harus cepat
Janji buat KTP di lurah terdekat
Dari ranjang kulangsung melompat
Ku siap secepat kilat

Namun terhentak ketika ku melihat
Ratusan orang dijalanan yang padat
Motor mobil gerobakpun saling sikat
Gimana'aa caranya gua lewat

Kok selalu macet kayak gini
Udah lah mangrov gak bisa diatasi
Katanya pada mau buat MRT
Tahun ini'ii gua pindah ke Bali'ii
Malah macet di Semanggi

Ti Tiga jam ku dijalan tiba dikantor lurahnya kebablasan
Keringetan capek pisan
tambah kaget kulihat panjangnya antrian
Jakartaku kok bisa begini antri nggak berhenti-henti
Kududuk bersama tiga puluh orang

Kipas-kipas kita semua kepanasan
keringetan pun mulai bercucuran
dimana'aa petugas kelurahan
Akhirnya muncul satu orang
Wajahnya garang dengan kumis yang panjang
Katanya buat kelar butuh tiga bulan
Asalkan'aan kalau kasih setoran'aan
Duit gua pas-pasan

Itu-tu-tu duit darimana ketinggalan dirumah
Katanya ku datang besuk saja
Mulutku pun ternganga
Jakarta ku kok bisa kejam begini
Macet kumuh berantakan gak kenal hari
Kiri kanan setoran gak berhenti-henti
Kubutuh'uuh
Kubutuh mas jokowi

Macet jakarta teratasi
Kumau kumuh jakarta diberesin
Jangan lagi setoran kanan dan kiri
Kumau'uu jokowi dan basuki

Kumau banjir diberesin
Anggaran pembangunan gak dicomotin
Rakyat miskin juga bisa diayomin
Kumau'uu Kumau mas Jokowi'ii
Juga mas Basuki'ii
Jokowi dan Basuki

Sampai saat ini (tanggal 04 Agustus 2015 pukul 00.10 WIB), video tersebut telah diakses sebanyak 2.663.433 penonton serta 25.977 orang yang menyukai dan 699 orang yang tidak menyukai video tersebut. Video tersebut menjadi salah satu contoh pemanfaatan internet sebagai media kampanye yang bersifat menyenangakan, jauh dari kesan kerusuhan serta dapat menarik perhatian publik. Dalam video kampanye tersebut terlihat bahwa pembuatan videonya dilakukan dengan sangat terkonsep.

Menurut Anggraini (2014, hal.45) menyatakan bahwa "Dalam proses mendesain kita perlu memperhatikan hasil riset, konsep, target konsumen, keinginan serta fungsi-fungsi." Dikaitkan dari pernyataan tersebut dengan kasus video kampanye Jokowi-Basuki (Ahok), terlihat bahwa tim sukses pasangan tersebut melakukan riset secara langsung. Riset dilakukan untuk melihat keadaan yang terjadi dimasyarakat. Dari hasil riset yang kemudian direalisasikan kedalam video tersebut, jelas ditemukan banyak permasalah di ibu kota yang seolah menjadi masalah yang mengakar salah satunya dalam bidang birokrasi. Setelah hasil riset dikumpulkan kemudian masuk pada proses pembuatan konsep video kampanye seperti apa yang akan dibuat.

Tim sukses pasangan tersebuat sangat jeli menentukan target konsumennya yaitu bagi para kalangan muda, karena pada pemilihan gubernur 2012 tersebut banyak digunakan oleh para pemilih pemula. Selain itu juga melihat gaya hidup masyarakat modern yang kini tidak dapat dipisahkan dengan teknologi atau *gadget*, maka media internet dinilai efektif untuk penyebaran video kampanye

tersebut. Dengan konsep kampanye yang menyenangkan dan kreatif tersebut menjadi nilai tambah untuk menarik perhatian publik.



Gambar III.14 Penggalan Video Parodi Jokowi – Basuki (Ahok)

Sumber (http://static.republika.co.id/uploads/images/detailnews/video-parodi-tim-sukses-jokowi-ahok-menyindir-rumitnya-membuat-ktp-_120827113735-172.jpg)

Diakses : 30 Oktober 2014 pukul 15.16 WIB