BAB I
PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Pemilihan umum (Pemilu) adalah salah satu cara dalam sistem demokrasi untuk memilih wakil rakyat yang akan duduk di lembaga perwakilan rakyat. Selain itu pemilu merupakan bentuk pemenuhan hak asasi warga negara dibidang politik. Setiap wilayah memerlukan sosok pemimpin guna mewakili masyarakat dikawasannya. Calon pemimpin dipilih dengan berbagai kriteria, salah satunya mampu memajukan dan mensejahterakan rakyatnya. Adapun pemilihan kepala daerah (Pilkada) meliputi: Pemilihan Gubernur untuk tingkat Provinsi, pemilihan Walikota untuk tingkat Kota, dan pemilihan Bupati untuk tingkat Kabupaten. Proses pemilihan kepala daerah (pilkada) diselenggarakan 5 tahun sekali, dan dipilih secara langsung oleh masyarakat. Pemilu dan pilkada sangat erat kaitannya dengan aktivitas kampanye. Kampanye merupakan aktivitas yang bertujuan untuk mempromosikan diri atau organisasi serta menyampaikan pesan yang ingin disampaikan, dengan harapan dapat memikat hati publik sehingga dapat dipilih. Tanggal 11 Juni 2012, masyarakat Jakarta melakukan pemilihan calon gubernur dan wakil gubernur. Pilkada tersebut dilakukan sebanyak 2 putaran, pemilihan pertama dilaksanakan tanggal 11 Juli 2012 sedangkan putaran kedua pada tanggal 20 September 2012. Media yang digunakan untuk berkampanye pun beragam, seperti media elektronik yang meliputi TV, radio, internet dan lain sebagainya. Sedangkan pada media cetak meliputi spanduk, baliho, *banner*, poster, stiker dan lain-lain.

Menurut Tabroni (2012, hal.100) menyatakan “Media massa dan politik tidak bisa dipisahkan karena media memiliki posisi sebagai saluran komunikasi politik yang sangat efektif.” Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa peran media massa sangat penting dalam pemilu. Namun masih banyak kampanye melalui media masa contohnya pada media cetak yang terkesan monoton misalnya dengan memasang spanduk, baliho dan poster disekitaran jalan sehingga berdampak mengganggu dan memusingkan pemandangan pengendara kendaraan, tidak ramah lingkungan serta memberi kesan kotor. Di jaman yang serba *modern* dan canggih

seperti sekarang, internet dimanfaatkan oleh para tim sukses untuk berkampanye. Internet dianggap sebagai media komunikasi yang efektif untuk bersosialisasi dan meraih simpati publik karena salah satu kelebihan dari internet dapat menjalin komunikasi 2 arah bahkan lebih. Selain itu, melalui media internet dapat mendekatkan jarak antara tokoh politik dengan masyarakatnya. Banyak ditemukan pendekatan kampanye yang dilakukan oleh tim sukses dan simpatisan dimedia sosial yang menampilkan visual dengan sosok mengagumkan sebagai pencitraan diri, namun pada faktanya tidak seperti apa yang digambarkan. Salah satu contoh kampanye lewat media internet (You Tube) yang berhasil menarik perhatian yaitu kampanye video pasangan Jokowi – Basuki (Ahok) pada pemilihan gubernur DKI Jakarta tahun 2012. Saat itu, simpatisan pasangan Jokowi – Basuki (Ahok) membuat video kampanye yang memparodikan lagu *"What Makes You Beautiful"* dari *boyband* asal Inggris, One Direction. Dalam lirik lagu tersebut diubah menjadi keluhan-keluhan masyarakat akan masalah yang terjadi di ibu kota (Jakarta), serta kerinduan inginnya terjadi perubahan. Salah satu ciri khas yang membuat video itu mudah untuk dikenali yaitu pemakaian baju kotak-kotak yang menjadi ciri khas dari pasangan Jokowi – Basuki (Ahok). Video tersebut memperlihatkan permasalahan-permasalahan yang terjadi di ibu kota, secara tidak langsung menampilkan citra buruk terhadap gambaran kota Jakarta. Namun hal itu menjadi salah satu poin yang ingin disajikan pada masyarakat. Citra lain terlihat dari kandidat pasangan yang diusung dalam video tersebut sangat kuat, seolah seperti pahlawan yang ditunggu-tunggu untuk menjadi solusi dari permasalahan yang terungkap dalam video.

Dilihat dari video tersebut, simpatisan dari Jokowi sangat jeli untuk memanfaatkan You Tube sebagai media sarana untuk berkampanye yang efektif dalam mendapatkan perhatian publik. Video kampanye yang di*upload* di You Tube dan berdurasi 3 menit 21 detik itu seketika menarik perhatian dengan jumlah penonton yang melihatnya di YouTube.com hingga saat ini (tanggal 04 Agustus 2015 pukul 00.10 WIB) mencapai 2.663.433 orang yang mengakses serta 25.977 orang yang menyukai yang menyukai dan 699 orang yang tidak menyukai video tersebut, dengan banyaknya masyarakat yang terkesan akan video kampanye tersebut hingga akhirnya Jokowi memenangkan pemilihan gubernur di DKI

Jakarta. Menurut Ita (2014, p.14) melalui politik.kompasiana.com (diakses 28 September 2014 jam 23.32) "Berdasarkan proses hitung cepat dari sejumlah lembaga survei, Jokowi dan Ahok unggul dalam perolehan suara Pilkada DKI Jakarta 2012. Dalam hitung cepat Litbang Kompas, pasangan Jokowi dan Ahok meraih 52,97% suara sah di 200 sampel tempat pemungutan suara. Adapun pesaingnya, Fauzi Bowo dan Nachrowi Ramli, yang didukung oleh banyak partai politik, hanya meraih 47,03% suara sah". Akan tetapi yang menjadi masalah, meskipun kegiatan kampanye menggunakan video dengan memanfaatkan You Tube dianggap cukup efektif namun tidak semua lapisan masyarakat dapat melihat dan mengakses video tersebut terutama bagi masyarakat yang berada di ekonomi kalangan bawah yang tidak mengerti penggunaan internet beserta *gadget*, hanya bagi para pengguna internet saja yang dapat melihat serta mengakses video kampanye tersebut. Selain itu kutipan yang ditulis oleh peng-*upload* pada video tersebut berisikan "Ini bukan kampanye, hanya curahan hati sekelompok simpatisan yang mewakili masyarakat yang rindu perubahan di Jakarta. *Enjoy*!", tapi dalam isi lirik yang diganti mengandung pesan dukungan kepada pasangan Jokowi – Basuki (Ahok) dengan menggunakan video kampanye.

Berdasarkan fakta yang disebutkan diatas maka penulis tertarik untuk mengkaji tentang bagaimana tampilan elemen visual dan lirik yang digunakan dari video parodi tersebut dapat menarik perhatian masyarakat, hingga secara tidak langsung dapat mengajak masyarakat untuk mengumpulkan suara yang banyak dalam pemilu Gubernur DKI Jakarta tahun 2012. Sebelumnya sudah ada yang peneliti dari Universitas Airlangga pada tahun 2013 yang mengkaji video tersebut dari sisi semiotika dengan judul "Media Kampanye Politik Jokowi – Ahok di You Tube", namun dalam kajian yang kini diangkat dilakukan penelitian mengenai citra yang ditampilkan dalam visual dari video kampanye parodi Jokowi – Ahok yang dianalisis menggunakan teori Imagologi (Citra Visual). Selain itu, untuk melihat sampai sejauh mana peran media masa internet khususnya You Tube, efektif dalam kampanye pemilu. Hal lainnya yaitu untuk memberikan pengetahuan tentang kampanye yang dilakukan melalui media internet serta efek yang ditimbulkan pada publik. Judul yang dipilih dalam kajian tersebut yaitu "Video

Kampanye Gubernur Jokowi – Ahok Tahun 2012" dengan studi kasus versi parodi lagu *"What Makes You Beautiful"* dari One Direction.

I.2 Identifikasi Masalah

Adapun masalah terkait dari Video Kampanye Gubernur Jokowi – Basuki (Ahok) tahun 2012 versi parodi lagu *"What Makes You Beautiful"* dari One Direction :

- Banyak ditemukan pendekatan kampanye yang dilakukan oleh tim sukses dan simpatisan dimedia sosial yang menampilkan visual dengan sosok mengagumkan sebagai pencitraan diri.
- Video tersebut memperlihatkan permasalahan-permasalahan yang terjadi di ibu kota, secara tidak langsung menampilkan citra buruk terhadap gambaran kota Jakarta. Namun hal itu menjadi salah satu poin yang ingin disajikan pada masyarakat.
- Citra lain terlihat dari kandidat pasangan yang diusung dalam video tersebut sangat kuat, seolah seperti pahlawan yang ditunggu-tunggu untuk menjadi solusi dari permasalahan yang terungkap dalam video.
- Pada faktanya tidak seperti apa yang digambarkan walaupun video kampanye tersebut dianggap berhasil menyita perhatian publik dengan jumlah yang mengakses mencapai 2.663.433 orang (tanggal 04 Agustus 2015 pukul 00.10 WIB), namun faktanya dari 25.977 orang yang menyukai ternyata masih ada 699 orang yang tidak menyukai video tersebut.
- Kutipan yang ditulis oleh peng-*upload* pada video tersebut berisikan "Ini bukan kampanye, hanya curahan hati sekelompok simpatisan yang mewakili masyarakat yang rindu perubahan di Jakarta. *Enjoy*!", tapi dalam isi lirik yang diganti mengandung pesan dukungan kepada pasangan Jokowi – Basuki (Ahok) dengan menggunakan video kampanye.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka yang akan menjadi pembahasan dalam rumusan masalah yaitu :

"Bagaimana citra yang ditampilkan pada visual dan lirik dari video parodi kampanye Jokowi – Basuki (Ahok) versi parodi lagu "*What Makes You Beautiful"* dari One Direction dapat menarik perhatian publik, dan secara tidak langsung dapat mengajak masyarakat untuk mengumpulkan suara yang banyak pada pemilihan Gubernur DKI Jakarta tahun 2012 ?"

I.4 Batasan Masalah

Adapun penelitian terkait video kampanye Jokowi – Basuki (Ahok) pemilihan Gubernur DKI Jakarta tahun 2012 dibatasi, meliputi :

- Dari segi objek penelitian, difokuskan pada Video Kampanye Gubernur Jokowi – Ahok Tahun 2012" dengan versi parodi lagu *"What Makes You Beautiful"* dari One Direction di You Tube. Video tersebut dipilih karena populer, mulai saat pilkada 2012 hingga kini (tanggal 04 Agustus 2015 pukul 00.10 WIB) telah banyak yang mengakses di You Tube sampai 2.663.433 orang yang melihat dan 25.977 orang yang menyukai video tersebut. karena kepopulerannya melalui You Tube, hingga menjadi pembicaraan berita ditelevisi swasta. Sedangkan pada pemilihan situs You Tube, karena selain penyebaran video tersebut yang melalui situs You Tube, You Tube juga merupakan situs populer untuk mengunggah dan mengunduh video.
- Pada penelitian ini dilakukan tehnik pengambilan data dilapangan dengan cara kuisioner. Adapun kuisioner dilakukan untuk melihat sejauh mana tanggapan masyarakat terhadap video kampanye Gubernur Jokowi – Basuki (Ahok) tahun 2012 dengan versi parodi lagu *"What Makes You Beautiful"* dari One Direction.
- Penelitian dibatasi dengan meneliti visual yang disampaikan melalui metode yang bersifat kualitatif dengan cara deskriptif dengan menggunakan teori citra visual (imagologi).

I.5 Metode Penelitian

Adapun metode penelitian yang digunakan terkait video kampanye Gubernur Jokowi – Basuki (Ahok) tahun 2012 versi parodi lagu *"What Makes You*

Beautiful" dari One Direction bersifat kualitatif dengan cara deskriptif menggunakan metode citra visual (imagologi). Metode penelitian yang bersifat kualitatif (deskriptif) digunakan untuk menjabarkan dan menganalisa tentang laporan dan riset penelitian tentang video kampanye Gubernur Jokowi – Basuki (Ahok) tahun 2012 versi parodi lagu *"What Makes You Beautiful"* dari One Direction. Sedangkan metode imagologi dipilih untuk menjabarkan citra visual yang ditampilkan video tersebut, guna mengetahui maksud dan pesan apa yang ingin disampaikan.

Untuk teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara studi literatur dan studi lapangan. Studi literatur merupakan teknik pencarian data melalui pembelajaran teori-teori yang berhubungan dengan penelitian. Selain itu, pencarian data dilakukan dengan mencari informasi (observasi) melalui situs-situs, video tayangan berita, serta jejaring sosial terkait objek yang diteliti. Sedangkan studi lapangan merupakan tehnik pencarian data yang melibatkan orang lain atau narasumber. Dalam penelitian terkait video kampanye Gubernur Jokowi – Basuki (Ahok) tahun 2012 versi parodi lagu *"What Makes You Beautiful"* dari One Direction studi lapangan menggunakan teknik kuisioner. Teknik pencarian data melalui kuisioner diberikan secara langsung dan *online* melalui media sosial di internet kepada masyarakat dengan acak serta status yang berbeda. Adapun kuisioner yang disebarkan terkait tanggapan masyarakat terkait Video Kampanye Gubernur Jokowi – Basuki (Ahok) tahun 2012 versi parodi lagu *"What Makes You Beautiful"* dari One Direction.

I.6 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian terkait dari Video Kampanye Gubernur Jokowi – Basuki (Ahok) tahun 2012 versi parodi lagu *"What Makes You Beautiful"* dari One Direction, diantaranya :

- Menggali tanda-tanda politik yang ditampilkan melalui visual pada video kampanye Gubernur Jokowi – Basuki (Ahok) tahun 2012 versi parodi lagu *"What Makes You Beautiful"* dari One Direction.

- Mengkaji citra yang ditampilkan dengan munculnya video parodi tersebut berupa aspirasi atau sebuah kondisi dari sosok tokoh politik yang saat itu populer.

I.7 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian terkait dari Video Kampanye Gubernur Jokowi – Basuki (Ahok) tahun 2012 versi parodi lagu *"What Makes You Beautiful"* dari One Direction, diantaranya :

- Bagi masyarakat, memberikan gambaran dan informasi kepada masyarakat tentang keilmuan dibidang Desain mengenai penyampaian visual tentang ide-ide politis dengan menggabungkan antara elemen visual dan audio atau lirik lagu yang mudah diingat sehingga menghasilkan tampilan yang menarik dan pesan yang disampaikan dapat ditangkap dengan mudah oleh publik.
- Bagi masyarakat, memberikan gambaran terkait kajian tersebut dapat dijadikan acuan umumnya pada masyarakat dan khususnya bagi para praktisi dalam pembuatan kampanye yang menarik salah satunya menggunakan media video parodi.
- Bagi peneliti, memberikan wawasan baru bagi peneliti mengenai pandangan masyarakat akan karya visual. Selain itu, memberikan kesempatan pada peneliti untuk mempraktekkan berbagai teori yang telah didapat dan dibandingkan dengan keadaan yang terjadi dilapangan.
- Bagi keilmuan, memberi kontribusi pengetahuan terhadap keilmuan tentang kampanye menyenangkan melalui visual dalam memebantu mendukung promosi saat pemilihan umum.

I.8 Sistematika Penulisan

Berikut merupakan sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini:

- Bab I Pendahuluan

  Bab Pendahuluan berisi tentang uraian singkat mengenai latar belakang

masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

- Bab II Landasan Teori

  Bab Kajian Pustaka berisi tentang uraian penjelasan secara rinci dan detail tentang landasan teori serta referensi yang digunakan terkait Video Kampanye Gubernur Jokowi – Basuki (Ahok) tahun 2012 versi Video Parodi *"What Makes You Beautiful"* dari One Direction. Adapun isi pembahasan diantaranya : Video, Politik, Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada), Pemasaran Politik, Kampanye Politik, Penggunaan Media dalam Aktivitas Kampanye, dan Teori Citra Visual (Imagologi).

- Bab III Objek Penelitian

  Bab Metode Penelitian berisi tentang uraian objek yang diteliti dan metode penelitian apa yang digunakan diantaranya pengumpulan data serta pengolahan data.

- Bab IV Analisis Masalah

  Bab Analisis Masalah berisi tentang uraian untuk mengungkapkan permasalahan dan menjawab apa yang ada di Rumusan Masalah dengan disertakan solusinya.

- Bab V Kesimpulan dan Saran

  Bab Kesimpulan berisi tentang uraian kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran yang diberikan penulis terkait kajian mengenai dari Video Kampanye Gubernur Jokowi – Basuki (Ahok) tahun 2012 versi Video Parodi *"What Makes You Beautiful"* dari One Direction.