

STUDI SEMIOTIKA VIDEO KAMPANYE “AHOK PASTI KALAH”

Rafael Reza Fahlevy, Widyo Nugroho
Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma
Akademi Komunikasi Media Radio TV Jakarta
rafaelrezaf@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna yang terkandung dalam video Cameo Project yang berjudul “Ahok Pasti Kalah”. Video yang di unggah pada tanggal 9 februari 2017 yang merupakan bentuk kampanye untuk mendukung pasangan Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) dan Djarot dalam pemilihan umum calon Gubernur DKI Jakarta periode 2017-2022. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis semiotika Ferdinand de Saussure. Semiotika Saussure mengemukakan bahwa penanda (*signifier*) adalah simbol yang terdapat pada semua pesan yang disampaikan dan tanda itu sendiri pasti memiliki makna atau disebut petanda (*signifier*). Hasil analisis yang ditemukan peneliti antara lain, adanya penggunaan *Clickbait* pada pemberian judul dengan tujuan menaikkan *views*, serta pesan yang terkandung dalam video Ahok Pasti Kalah yaitu pencitraan positif Ahok sebagai Gubernur yang dibutuhkan oleh masyarakat DKI Jakarta.

Kata Kunci: Semiotik, Video, Kampanye.

1. PENDAHULUAN

Media menjadi salah satu alat pendongkrak untuk menyampaikan kampanye oleh kaum elite politik. Seperti yang dikatakan oleh Senator Marcado bahwa *It is clear that media needs politician, as needs media. There are inextricably joined together in a love-hate relationship* (Cangara 2009:128). Setiap warga negara berhak melakukan kegiatan politik, salah satunya adalah melakukan dukungan terhadap kandidat yang maju pada pemilihan umum. Banyak cara untuk melakukan dukungan tersebut yang dikemas secara kreatif. Tidak hanya media seperti televisi dan surat kabar saja yang digunakan kampanye politik, namun pesatnya perkembangan teknologi mengakibatkan perubahan bentuk kampanye kreatif yang berubah menggunakan media Youtube.

Salah satu hasil perkembangan teknologi yang meliputi dunia audio visual saat ini adalah *Youtube*. Hingga saat ini menurut data statistik *YouTube*, pengguna *YouTube* diseluruh dunia telah mencapai satu milyar serta total penayangan setiap video yang diunggah ke situs *YouTube* telah mencapai satu triliun penayangan (*Statistic, YouTube.com*). Tidak hanya itu setiap menitnya video yang diunggah ke *YouTube* senilai 300 jam (*Statistic, YouTube.com*). Sebanyak enam milyar jam rata-rata video di *YouTube* telah ditonton dalam satu bulan (*Statistic, YouTube.com*). Berdasarkan data yang dilansir oleh *Digital Marketing Ramblings* (2013) rata-rata satu pengguna menghabiskan waktu mengakses situs Google terutama

YouTube selama 462 menit. *Cameo Project* sendiri sudah memiliki lebih dari 200 ribu subscriber (per bulan April 2017) dan video-videonya sudah ditonton lebih dari 40 juta kali tayang. Terdapat penelitian tentang *Cameo Project* yang dilakukan oleh Sheila Sulthana Taswin dengan menggunakan analisis Semiotika Barthes, yang dimana pesan yang disampaikan pada video “Takotakmiskumis” berisikan tentang Jokowi yang digambarkan sebagai kandidat yang bijak dan pantas dipilih. Sebaliknya, Fauzi Bowo digambarkan sebagai pemimpin yang korup. Hasil penelitian tersebut dibedah dengan analisis semiotika.

Berdasarkan data yang dilansir oleh *Digital Marketing Ramblings* (2013) rata-rata satu pengguna menghabiskan waktu mengakses situs Google terutama *YouTube* selama 462 menit. *Cameo Project* sendiri sudah memiliki lebih dari 200 ribu subscriber (per bulan April 2017) dan video-videonya sudah ditonton lebih dari 40 juta kali tayang. Semiotika sendiri adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang dipakai dalam upaya berusaha mencari jalan di kehidupan ini, di tengah-tengah manusia dan bersama dengan manusia. Semiotika, atau dalam istilah Barthes, semiologi pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*).

Pada tanggal 9 Februari 2017, *Cameo Project* mengunggah video yang berjudul “Ahok Pasti Kalah!”. Video tersebut adalah bentuk kampanye untuk mendukung Basuki Tjahaja Purnama dalam pemilihan umum calon gubernur DKI Jakarta periode 2017 – 2022. Dalam video yang berdurasi 3 menit 16 detik itu, Martin berbicara bahwa Ahok yang merupakan calon gubernur Jakarta tahun 2017 bisa saja kalah dalam pemilihan umum tersebut. Penelitian ini berfokus pada tanda-tanda yang tampak pada video baik berupa visual maupun audio, dengan menganalisisnya menggunakan teori semiotika Ferdinand de Saussure.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pada dasarnya, analisis semiotika memang merupakan sebuah ikhtiar untuk merasakan sesuatu yang aneh, perlu dipertanyakan lebih lanjut ketika kita membaca teks atau narasi tertentu. (*Indiwan Seto Wahyu Wibowo dalam buku Semiotika Komunikasi Aplikasi praktis bagi penelitian dan skripsi komunikasi*). Suatu tanda menandakan sesuatu selain dirinya sendiri, dan makna (*meaning*) ialah hubungan antara suatu objek atau idea dan suatu tanda (Littlejohn, 2009). Konsep dasar ini berhubungan dengan seperangkat teori yang membicarakan tentang simbol, bahasa, wacana, dan bentuk-bentuk non verba, serta teori yang menjelaskan

bagaimana tanda itu bisa tersusun. Semiotika sebagai suatu model dari ilmu pengetahuan social, memahami dunia sebagai suatu hubungan yang memiliki unit dasar dengan ‘tanda’. Ahli semiotika, Umberto Eco menyebut tanda sebagai suatu ‘kebohongan’ dan dalam Tanda ada suatu yang tersembunyi di baliknya dan bukan merupakan tanda itu sendiri. Semiotika berkaitan erat dengan bidang linguistik, yang untuk sebagian, mempelajari struktur dan makna bahasa yang lebih spesifik. Selain linguistik, semiotika juga mempelajari system-sistem tanda non-linguistik.

Semiotika merupakan bidang studi tentang tanda dan cara tanda-tanda itu bekerja. Dalam memahami studi tentang makna setidaknya terdapat tiga unsur utama yakni; (1) Tanda, (2) Acuan tanda, dan (3) Pengguna tanda. Tanda merupakan sesuatu yang bersifat fisik, bisa dipersepsi indera kita, tanda mengacu pada sesuatu di luar tanda itu sendiri, dan bergantung pada pengenalan oleh penggunaannya sehingga disebut tanda. Misalnya; dalam sebuah adegan ketika Laras mendorong Ipot dan Doni ke luar rumah dengan wajah yang marah, dalam hal ini tanda ekspresi wajah Laras bermakna kemarahan dan ini diakui seperti itu oleh semua orang. Makna disampaikan dari adegan kepada penonton maka komunikasi pun berlangsung. Menurut Littlejohn dalam bukunya yang berjudul *Theories on Human Behaviour*, Tanda-tanda (*Sign*) adalah basis atau dasar dari seluruh komunikasi. Manusia dengan perantaraan tanda-tanda dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya dan banyak hal yang bisa dikomunikasikan di dunia ini. Sedangkan menurut Umberto Eco, kajian semiotika sampai sekarang membedakan dua jenis semiotika yakni semiotika komunikasi dan semiotika signifikasi.

Semiotika menurut Berger memiliki dua tokoh, yakni Ferdinand de Saussure (1857-1913) dan Charles Sander Peirce (1839-1914). Kedua tokoh tersebut mengembangkan ilmu semiotika secara terpisah dan tidak mengenal satu sama lain. Saussure di Eropa dan Peirce di Amerika Serikat. Latar belakang keilmuan adalah linguistik, sedangkan Peirce filsafat. Saussure menyebut ilmu yang dikembangkannya semiologi (*semiology*).

Ferdinand de Saussure mengemukakan teori semiotika yang dimana membagi menjadi dua bagian (*dikotomi*) yaitu **Penanda** (*signifier*) dan **Pertanda** (*signified*). Penanda dilihat sebagai bentuk/wujud fisik dapat dikenal melalui wujud karya arsitektur, sedang pertanda dilihat sebagai makna yang terungkap melalui konsep, fungsi dan/atau nilai-nilai yang terkandung didalam karya arsitektur. Eksistensi semiotika Saussure adalah relasi antara penanda dan petanda berdasarkan konvensi, biasa disebut dengan signifikasi. Semiotika signifikasi adalah sistem tanda yang mempelajari relasi elemen tanda dalam sebuah sistem

berdasarkan aturan atau konvensi tertentu. Kesepakatan sosial diperlukan untuk dapat memaknai tanda tersebut. ***Menurut Saussure, tanda terdiri dari: Bunyi-bunyian dan gambar, disebut signifier atau penanda, dan konsep-konsep dari bunyi-bunyian dan gambar, disebut signified.***

Straubhaar dan LaRose (2002:14) dikutip oleh Nasrullah dalam buku *Teori & Riset Media Siber* mencatat, bahwa adanya perubahan terminology menyangkut media. Perubahan itu berkaitan dengan perkembangan teknologi, cakupan area, produksi massal (*mass production*), distribusi massal (*mass distribution*), sampai pada efek yang berbeda dengan apa yang ada di media massa. Adapun menurut John Vivian (2008), keberadaan media baru seperti internet bisa melampaui pola penyebaran pesan media tradisional; sifat internet yang bisa berinteraksi mengaburkan batas geografis, kapasitas interaksi, dan yang terpenting bisa dilakukan secara *real time* (Nasrullah, 2014: 13-14).

Pada tahun 1990, Mark Poster meluncurkan buku besarnya, *The Second Media Age*, yang menandai periode baru dimana teknologi interaktif dan komunikasi jaringan, khususnya dunia maya akan mengubah masyarakat. Kekuatan media dalam dan dari media itu sendiri kembali menjadi fokus, termasuk sebuah minat baru dalam karakteristik penyebaran dan penyiaran media (Little John, 2009:413).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan strategi penelitian yang digunakan adalah semiotika, dengan tujuan bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengkaji makna teks media melalui tanda. Semiotika yang peneliti gunakan adalah semiotika Ferdinand de Saussure yang menekankan penelitian pada tanda berupa linguistik atau bahasa.

Peneliti melakukan observasi pada video Cameo Project yang berjudul Ahok Pasti Kalah yang didapat dari situs berbagi video youtube. Objek penelitian ini adalah akun *youtube* Cameo Project, serta data yang digunakan merupakan data yang diperoleh dari bahan-bahan bacaan, yaitu literatur, buku, jurnal-jurnal dan lain-lain yang berhubungan dengan penulisan ini mengenai studi semiotika pada video di *youtube*.

4. HASIL PENELITIAN


Nama Cameo Production lebih dikenal Cameo Project di YouTube. Cameo Project mulai dikenal banyak orang setelah mengunggah sebuah music video yang berjudul "JOKOWI DAN BASUKI" - What Makes You Beautiful by One Direction [PARODY] pada masa

kampanye pemilihan gubernur DKI Jakarta untuk periode tahun 2012-2017. Video tersebut ditonton sebanyak 3.791.874 kali. Jumlah *subscriber* Cameo Project makin meningkat semenjak Cameo Project mengunggah karyanya tersebut.

Pada akhir tahun 2016 yang lalu, Cameo Project terpilih sebagai *YouTube Creator For Change* untuk Indonesia. Dalam arti lain, Cameo Project terpilih sebagai *YouTube Ambassador* untuk Indonesia karena video-video yang dibuat oleh Cameo Project membicarakan seputar politik dan juga mengangkat masalah sosial yang terjadi di Indonesia. Selain membahas politik dan masalah sosial, Cameo Project juga membuat video lucu tentang kehidupan-kehidupan di Indonesia.

Dari video Cameo Project yang berjudul *Ahok Pasti Kalah* yang berdurasi 3 menit 16 detik, peneliti menganalisis 42 *scene* yang didalamnya dibagi menjadi 4 kolom yaitu visual, audio, penanda, petanda. Setiap *scene* dianalisis pesan yang terlihat atau nampak pada visual video, mulai dari ekspresi aktor sampai teks yang muncul pada video tersebut.


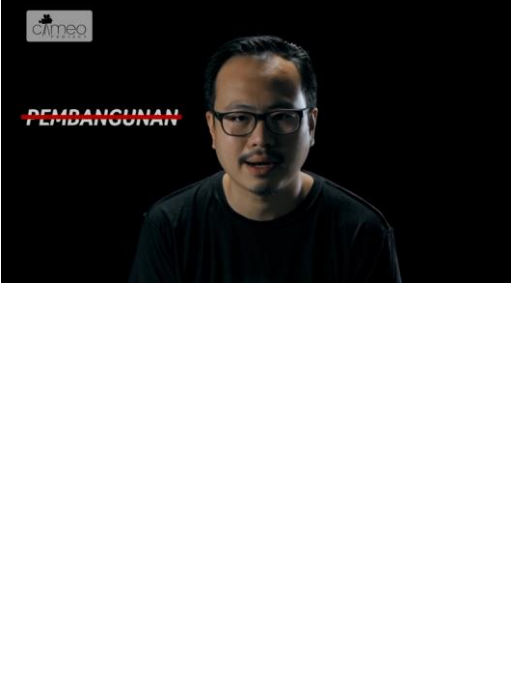

Tabel 4.1 Analisis 1

No	Visual	Audio	Penanda	Petanda
1.	 <p>Martin Anugrah</p>	<p>“Ahok Pasti Kalah”.</p>	<p>Terdapat teks “Ahok pasti KALAH” dengan font berwarna merah dan background putih.</p>	<p>Penekanan pesan pada awal video, yang dimana ditunjukkan judul video dengan intonasi suara yang tegas, serta dukungan warna yang mencolok antara teks dan background.</p>

Pada *scene* 1 visual yang ditampilkan adalah aktor Martin Anugrah dengan latar belakang hitam, serta suara aktor yang didukung text “Ahok Pasti Kalah” berwarna merah. Hitam mempunyai makna kekuatan, kekuasaan, berat, kemewahan, elegan, formal, serius, bergensi, kesunyian, misteri. Efek pada produk adalah pakaian berwarna hitam membuat seseorang terlihat kurus, warna hitam membuat warna lain terlihat lebih terang, pada terapi psikis, warna hitam memberi efek meningkatkan kepercayaan diri dan kekutan, diasosiasikan dengan kerahasiaan. (Monica, 2011). Dalam video ini, penggunaan latar belakang hitam memiliki unsur serius agar penyampaian pesan lebih dapat tersampaikan serta

dukungan warna kontras pada tulisan yang membuat penonton tidak hanya mendengarkan suara tapi juga membaca pesan yang ingin disampaikan oleh Cameo Project.

Tabel 4.2. Analisis 2

2.		<p>“Iya itu <i>clickbait</i>”</p>	<p>Ekspresi raut wajah santai.</p>	<p>Menjelaskan bahwa judul “Ahok pasti kalah” adalah <i>clickbait</i>.</p>
3.		<p>“Kalau penduduk Jakarta gasuka liat pembangunan selama 2 tahun belakangan”.</p>	<p>Muncul tulisan “pembangunan”, setelah itu muncul garis merah mencoret kata “pembangunan” tadi.</p>	<p>Martin menyebutkan bahwa adanya pembangunan selama 2 tahun terakhir di Jakarta, yang dimana Ahok menjadi peran penting dalam pembangunan tersebut yang merupakan Gubernur Jakarta.</p> <p>Dengan tulisan pembangunan dicoret dengan garis merah, menandakan bahwa masyarakat dinilai tidak setuju tentang pembangunan yang telah dilakukan.</p>
4.		<p>“Orang-orang gasuka liat pegawai pemerintah dan pejabat yang korupsi dibantai sama Ahok”.</p>	<p>Muncul teks “pejabat korupsi dibantai” yang kemudian ditimpa dengan dua garis merah.</p>	<p>Pesan yang ditonjolkan dalam teks ini yaitu terkait permasalahan beberapa pejabat DKI yang diberhentikan oleh Ahok.</p>

Penekanan pada *scene 4* adalah tentang Ahok yang memberhentikan Pegawai Negeri Sipil selama menjabat menjadi Gubernur DKI Jakarta. Seperti yang dikutip pada megapolitan.kompas.com, Ahok memaparkan

"Pecat sudah banyak. Sudah berapa ratus. Hampir tiap hari tanda tangan pemecatan kami. Kalau atasan ketemu enggak masuk 45 hari saja, enggak jelas, kami usulin pecat. Ketahuan terima duit dikit aja dari orang, Rp 1,5 juta pun langsung pecat," Kamis (2/6/2016). (Sumber: <http://megapolitan.kompas.com/read/2016/06/02/10180411/sejak.ahok.menjabat.sebagai.gubernur.sudah.ratusan.pns.yang.dipecat>)

Cameo Project menggunakan konsep visual Text berwarna putih ditimpa dengan garis berwarna merah. Putih menggambarkan kejujuran dan merah diartikan ketidaksetujuan. Secara keseluruhan, makna yang terkandung didalamnya adalah tindak kejujuran yang dilakukan Ahok dan dianggap tidak benar oleh orang-orang tertentu yang memungkinkan tidak terpilihnya Ahok menjadi Gubernur DKI Jakarta.

Tabel 4.3 Analisis 3

13.		<p>“Seperti, ngomongnya lebih halus.”</p>	<p>Muncul teks “ngomong halus”. Mengangkat kedua tangan ke atas.</p>	<p>Berkebalikan dengan Ahok yang memiliki kebiasaan berbicara dengan intonasi tinggi, dan gaya bahasa yang kurang halus.</p> <p>Kata ngomong halus ditujukan kepada pasangan nomer 3 yaitu Anies Baswedan yang memiliki cara berbicara yang sopan dan lemah lembut.</p>
14.		<p>“Muka lebih ganteng.”</p>	<p>Muncul teks “muka ganteng”. Ekspresi tersenyum dengan menggerakkan tangan ke atas.</p>	<p>Kata muka ganteng ditujukan kepada pasangan nomer 3 yaitu Sandiaga Uno.</p>


Visual yang nampak pada *scene* 14 adalah teks “muka lebih ganteng”. Seperti kutipan Prabowo pada portal berita www.merdeka.com

*"Ya kenapa enggak. Seperti Sandiaga Uno belum tentu kalah loh. **Dia ganteng, kaya, nggak perlu korupsi lagi kan dia. Sandiaga Uno juga orang yang sudah dikenal masyarakat. Ya dipoles sedikit saja sudah jadi (Gubernur DKI)," ujar Prabowo saat ditemui di gedung DPRD DKI Jakarta, Selasa (22/9). (sumber:***

<https://www.merdeka.com/politik/prabowo-sebut-sandiaga-uno-ganteng-dan-kaya-bisa-kalahkan-ahok.html>)

Ungkapan dari Prabowo tersebut sempat viral dan banyak diberitakan pada media massa saat pencalonan Sandiaga Uno untuk menjadi wakil Gubernur Anis Baswedan. Cameo Project mengambil isu tersebut untuk menggambarkan lawan dari pasangan Ahok dan Djarot tersebut. Kampanye pada prinsipnya merupakan suatu proses kegiatan komunikasi individu atau kelompok yang dilakukan secara terlembaga dan bertujuan untuk menciptakan suatu efek atau dampak tertentu. Kampanye sebagai “serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu”.

Tabel 4.4 Analisis 4




23.		“Cuma modal hafalan dan sebatas teori”	Muncul tulisan “modal hafalan” dan “teori”.	Kalimat tersebut cenderung menyindir pasangan calon urut 3. Dimana latar belakang Anies baswedan adalah seorang akademisi yang hanya mengandalkan Teori.
-----	--	--	---	--

Pada *scene* 23, muncul tulisan “Cuma modal hafalan dan sebatas teori”. Ahok pernah mengkritisi visi misi calon pasangan nomor 3 yaitu Anis dan Sandiaga uno. Seperti dikutip dalam metronews, Ahok mengatakan

"Kalau kita hanya mengatakan membangun, membangun, manusia, manusia tapi tidak ada bangunan benda matinya. Itu namanya teori saja. Itu ngajar, dosen di kampus. Ingin bangun ini, tapi tidak ada actionnya, (sumber: <http://m.metrotvnews.com/pilkada/news-pilkada/5b271Wrk-ahok-kalau-tak-ada-actionnya-itu-hanya-teori>)

Disimpulkan bahwa adanya ketidakpastian dan ketidakpercayaan terhadap visi misi pasangan nomor urut 3. Penekanan hafalan dan teori menggambarkan sosok Anis yang pernah berprofesi sebagai dosen.

Tabel 4.5 Analisis 5

40.		“Ahok Djarot”	Muncul teks “Ahok & Djarot”	Penegasan kalimat sebelumnya agar pesan yang disampaikan lebih tersampaikan oleh penonton
41.		“sebagai pelayan masyarakat DKI Jakarta”	Pandangan mata tajam kedepan dengan mimik wajah tegas.	Adanya harapan yang di tujukan kepada Ahok dan Djarot untuk menjadi pelayan masyarakat Jakarta dan optimisme itu ditunjukkan dengan pandangan tajam serta sedikit senyum pada bibir Giring.
42.		“Peace”	Menunjukkan 2 jari dengan menonjolkan ekspresi muka tersenyum.	2 jari menandakan nomer urut Ahok pada pemilihan daerah DKI Jakarta 2017. Ekspresi tersenyum menandakan bahwa adanya kepercayaan diri pada pasangan Ahok Djarot untuk memimpin DKI Jakarta.

Scene 39 sampai 41 yang mengajak warganet untuk memilih pasangan Ahok dan Djarot. Penegasan makna memilih Ahok ditunjukkan pada *scene* penutup. Giring, Endric dan Martin mengangkat 2 jarinya yang menandakan nomor urut pasangan Ahok Djarot. Makna lain dari jari telunjuk dan tengah diangkat adalah tanda kedamaian. Itu mencerminkan akan keadilan dan kesejahteraan bagi masyarakat Jakarta.

Kampanye pada prinsipnya merupakan suatu proses kegiatan komunikasi individu atau kelompok yang dilakukan secara terlembaga dan bertujuan untuk menciptakan suatu efek atau dampak tertentu. Kampanye sebagai “serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu”. Cameo Project menggunakan media Youtube untuk menyebar luaskan video kampanye mendukung pasangan Ahok dan Djarot. Dengan data pengguna internet di Indonesia yang mencapai 83,7 juta orang pada tahun 2014 (lembaga riset pasar e-Marketer dikutip oleh tekno.kompas.com). Dari jumlah pengguna internet tersebut 80 persen diantaranya adalah remaja berusia 21-24 tahun (kominfo.go.id). Dengan demografis usia tersebut yang sudah memiliki hak suara untuk memilih, kampanye melalui Youtube sudah bisa dikatakan efektif. Selain penyebaran yang luas, dilihat dari segi ekonomis, Cameo Project tidak membayar untuk penyebaran videonya kepada warganet diseluruh dunia.

5. DISKUSI

Menurut Saussure, tanda mempunyai dua entitas, yaitu *signifier* (signifiant/wahana tanda/penanda/ yang mengutarakan/symbol) dan *signified* (signifie/makna/petanda/ yang diutarakan/thought of reference). Tanda menurut Saussure adalah kombinasi dari sebuah konsep dan sebuah sound-image yang tidak dapat dipisahkan. Peneliti menganalisis dengan mengelompokkan penanda pada video Ahok Pasti kalah dan petanda yang merupakan makna pada penanda yang muncul.

Ferdinand de Saussure mengatakan penanda merupakan simbol-simbol yang tampak secara visual. Dalam video Ahok Pasti Kalah, peneliti menyimpulkan bahwa penanda yang muncul adalah:

1. Aktor sebagai objek utama.
2. Suara perkataan yang dikeluarkan oleh aktor.
3. Gesture tubuh aktor.
4. Latar musik.
5. Latar belakang berwarna hitam.
6. Teks visual.

Makna sebenarnya atau petanda (*Signified*), peneliti menganalisis melalui tabel dengan mengelompokkan visual yang ditampilkan pada video, lalu apa yang dikatakan oleh aktor yang

ada didalamnya, serta mencari makna apa yang muncul dengan memfokuskan pada makna petanda dan penanda.

Cameo Project menggunakan media Youtube untuk menyebar luaskan video kampanye mendukung pasangan Ahok dan Djarot. Dengan data pengguna internet di Indonesia yang mencapai 83,7 juta orang pada tahun 2014 (*lembaga riset pasar e-Marketer dikutip oleh tekno.kompas.com*). Dari jumlah pengguna internet tersebut 80 persen diantaranya adalah remaja berusia 21-24 tahun (*kominfo.go.id*). Dengan demografis usia tersebut yang sudah memiliki hak suara untuk memilih, kampanye melalui Youtube sudah bisa dikatakan efektif. Selain penyebaran yang luas, dilihat dari segi ekonomis, Cameo Project tidak membayar untuk penyebaran videonya kepada warganet diseluruh dunia.

Cameo Project mengemas pesan kampanye yang sangat kompleks. Visual yang ditekankan pada video Ahok Pasti Kalah sangatlah mendukung dengan pesan yang ingin disampaikan. Pengambilan warna pada latar, teks, dan simbol-simbol pendukung seperti garis semuanya menjadi element penting dalam video tersebut. Dalam scene 1, Martin sebagai leader Cameo Project mengemukakan bagaimana kinerja Ahok dalam masa jabatannya menjadi Gubernur Jakarta. Penekanan berulang-ulang jika Ahok adalah gubernur yang memang dibutuhkan masyarakat Jakarta sangatlah terlihat. Adanya kemungkinan Ahok kalah dalam pemilihan gubernur 2017 dikemas dengan menonjolkan kelebihan Ahok dan menjatuhkan lawan pasangan calon lainnya. Ahok dipandang sebagai peran penting dalam pembangunan Jakarta selama 2 tahun terakhir, dengan banyaknya kasus pelaporan pejabat daerah yang korupsi pada masa jabatan Ahok menjadi Gubernur setelah menggantikan Jokowi yang maju sebagai Presiden pada 2014.

Martin mengangkat isu polemik yang melibatkan Ahok mengenai pelaporan adanya UPS dalam APBD DKI Jakarta yang lebih dikenal sebagai dana siluman. Kepekaan terhadap isu-isu yang muncul sangatlah penting bagi kesuksesan Kampanye yang dibuat menarik agar masyarakat percaya akan kinerja Ahok sebagai Gubernur yang ideal bagi Jakarta. Cameo Project sendiri sebelumnya mendukung pasangan Jokowi-Ahok pada pemilihan Gubernur Jakarta 2012 dengan membuat video parodi "Takotakmiskumis". Ini merupakan dukungan kedua mereka pada Ahok untuk menjadikannya sebagai pemimpin di Jakarta. *Scene* nomer 2, Martin mengatakan bahwa judul yang ia buat merupakan *clickbait* yang bertujuan menimbulkan rasa penasaran dan masyarakat yang melihat judul video tersebut langsung ingin membukanya. Terbukti, dalam waktu 2 hari setelah pengunggahannya di media sosial Youtube, video tersebut

sudah ditonton lebih dari 1 (satu) juta viewers dan menjadi trending nomer 1. Tapi bukan dengan menghilangkan unsur isi, judul yang diberikanpun mempresentasikan konten dan pesan yang ingin disampaikan. Pengulangan kata-kata “Ahok Pasti Kalah” terlihat pada setiap *scene* pada video tersebut.

Setiap *scene* dipertegas dengan tulisan berwarna putih yang berwarna kontras dengan latar belakang setting tempat yang bertujuan untuk mempertegas isi pesan yang disampaikan. Latar belakang hitam memiliki fungsi untuk membuat objek yang ada didepan lebih terlihat dan memfokuskan penontonnya sehingga penonton dapat melihat lebih jelas apa yang sedang dilakukan oleh aktor. Cameo Project mengangkat isu-isu positif terkait Ahok dalam masa jabatannya menjadi Gubernur pengganti Jokowi. Diantaranya, penutupan Kalijodo, tindakan pelaporan yang dilakukan oleh Ahok terkait pejabat yang terindikasi korupsi, serta kasus perdebatan anggaran DKI Jakarta tentang UPS antara Ahok dan DPRD DKI Jakarta yang menelan anggaran lebih dari satu triliun rupiah.

6. KESIMPULAN

Pada tanggal 9 Februari 2017, Cameo Project mengunggah video yang berjudul “Ahok Pasti Kalah!”. Video tersebut adalah bentuk kampanye untuk mendukung Basuki Tjahaja Purnama dalam pemilihan umum calon gubernur DKI Jakarta periode 2017 – 2022. Peneliti menganalisis menggunakan Semiotika Ferdinand de Saussure dan menemukan pemaknaan yang terkandung dalam video ini, yaitu:

1. Penggunaan *Clickbait* pada pemberian judul dengan tujuan menaikkan *views*, tetapi konten yang diberikan tidak terlepas dari judul yang kita gunakan.
2. Adanya sifat mendukung terhadap Ahok dan Djarot yang ditunjukkan oleh Cameo Project.
3. Pesan yang terkandung dalam video Ahok Pasti Kalah yaitu pencitraan Ahok sebagai Gubernur yang dibutuhkan oleh masyarakat DKI Jakarta.
4. Pengemasan pesan kampanye yang baik dengan konsep visual teks guna mendukung kalimat yang diucapkan seseorang.

Saran kepada peneliti selanjutnya terkait kampanye menggunakan media sosial dapat lebih luas menganalisis dengan teori-teori retorika dan visual yang berbeda, serta sejauh mana media sosial dapat berpengaruh kepada masyarakat dalam konteks kampanye politik.

7. DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, John W. 2010. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Metode Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Eco, Umberto. 2009. *Teori Semiotika*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Holmes, David. 2012. *Teori Komunikasi: Media, Teknologi, dan Masyarakat (Communication Theory: Media, Technology, and Society)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi, Edisi 9*. Yogyakarta. Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber*. Prenada Media Group Kencana.
- Nawiroh, Vera. 2014. *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rakhmat Supriyono. 2010. *Desain Komunikasi visual: teori dan aplikasi*. Yogyakarta.
- Seto, Indiwani. 2013. *Semiotika Komunikasi – Aplikasi Praktis bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi Edisi 2*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Severin, Werner J. dan James W. Tankard. 2008. *Teori komunikasi, Sejarah, Metode, dan Terpaan di Dalam Media Massa*. Jakarta. Kencana.
- Sobur, Alex. 2013. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Suprpto, Tommy. 2006. *Pengantar Teori Komunikasi*. Yogyakarta. Media Perssindo.

Jurnal dan Skripsi:

- Ambaran Kusumaningrum. 2015. *Youtube stickness (pengaruh Continuance Motivation dan Perilaku berbagi terhadap Youtube Stickness pada Mahasiswa program Studi Ilmu komunikasi S1Reguler Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Angkatan 2012-2014)*. Surakarta.
- Monica, Laura. 2011. *Efek warna dalam dunia desain dan periklanan*. Binus University.
- Nahrul, Hayat. 2014. *Positioning Politik Kampanye Pemilihan Presiden 2014 dalam Iklan Video Musik Youtube*. Universitas Hasanudin.
- Suyanto. 2004. *Aplikasi desain grafis untuk periklanan dilengkapi sampel iklan terbaik kelas dunia*. Yogyakarta.

Internet:

- www.cameo-tv.com
- www.youtube.com/comeoproject
- <https://www.merdeka.com/politik/prabowo-sebut-sandiaga-uno-ganteng-dan-kaya-bisa-kalahkan-ahok.html> (diakses pada Selasa 3 Agustus 2017 14:56)
- <https://www.youtube.com/intl/id/yt/creators-for-change/creators.html> (diakses pada 18 Agustus 2017 20:08)
- <http://m.metrotvnews.com/pilkada/news-pilkada/5b271Wrk-ahok-kalau-tak-ada-actionnya-itu-hanya-teori> (diakses pada 18 Agustus 2017 21:10)