

## **Analisis Semiotika pada Iklan Layanan Masyarakat di Media Massa: Jangan Golput Gunakan Hak Pilihmu**

Timohthius Matthew<sup>1)</sup>, Zelmy Riyani<sup>2)</sup>, Naufal Ikbar<sup>3)</sup>  
Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Surabaya  
[timothius.23050@mhs.unesa.ac.id](mailto:timothius.23050@mhs.unesa.ac.id)

### **Abstract**

*The aim of this research is to analyze how young people voice their right to vote in the advertisement 'Jangan Golput dan Gunakan Hak Pilihmu! Pada Pemilu 2024 ya!' which is shown through young people as students who are discussing with the research model used by Charles Sanders Peirce's semiotics through representation, Object, and Interpretant. The use of this research is qualitative with semiotics as data analysis. Semiotic analysis is an effort to find the meaning or signs of the things conveyed behind an advertisement, film or news. Semiotics includes analysis of language, images, gestures or other objects to communicate or convey messages from the plot. This use of semiotic analysis uses Charles Sander Peirce's theory as support for the representant, object, interpretant approach. The subject and object being analyzed is a public service advertisement entitled 'Jangan Golput dan Gunakan Hak Pilihmu! Pada Pemilu 2024 ya!' produced by the Central Java Provincial Government and Central Java KPU with image footage in the form of scenes or scenes that show or illustrate an invitation to use the right to vote correctly and an appeal to don't abstain. This act of abstaining is still widely carried out there due to the public's minimal knowledge about the world of politics so that people are lazy to voice their rights, and feelings of disappointment with the candidate's performance make people distrustful and ignore it, making it easy to accept bribes because they just vote without knowing their background. This advertisement has a message for the audience to broaden their views regarding the upcoming election and motivation as a young person for the Indonesian nation.*

**Keywords:** Analysis; Semiotics; Don't Abstain; Scenes; Advertisements; Messages

### **Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis bagaimana sebagai anak muda menyuarakan hak pilihnya pada iklan 'Jangan Golput dan Gunakan Hak Pilihmu! Pada Pemilu 2024 ya!' yang ditunjukkan melalui anak muda sebagai mahasiswa yang sedang berdiskusi dengan model penelitian yang digunakan semiotika Charles Sanders Peirce melalui representant, Object, dan Interpretant. Penggunaan penelitian ini bersifat kualitatif dengan semiotika sebagai analisis data. Analisis semiotika merupakan salah satu upaya untuk menemukan makna atau tanda dari hal-hal yang disampaikan dibalik sebuah iklan, film, maupun berita. Semiotika mencakup analisis terhadap Bahasa, gambar, gestur atau objek lainnya untuk mengkomunikasikan atau menyampaikan pesan dari alur tersebut. Penggunaan analisis semiotika ini menggunakan teori Charles Sander Peirce sebagai pendukung dengan pendekatan representant, object, interpretant. Subjek dan objek yang di analisis adalah iklan layanan masyarakat berjudul 'Jangan Golput dan Gunakan Hak Pilihmu! Pada Pemilu 2024 ya!' produksi Pemprov Jateng dan KPU Jateng dengan cuplikan gambar berupa scene atau adegan yang menampilkan atau menggambarkan ajakan untuk menggunakan hak pilih dengan benar dan himbauan untuk tidak Golput. Tindakan Golput ini masih banyak dilakukan diluar sana dikarenakan minimalnya pengetahuan masyarakat mengenai dunia politik sehingga masyarakat malas untuk menyuarakan haknya, dan perasaan kecewa terhadap kinerja calon membuat masyarakat tidak percaya dan mengabaikan menyebabkan mudahnya menerima suap karena hanya asal pilih tidak mengetahui latar belakangnya. Iklan ini memiliki pesan bagi penontonnya agar meluaskan pandangan terkait pemilu yang akan datang dan motivasi sebagai seorang anak muda bagi bangsa Indonesia.

**Kata Kunci:** Analisis; Semiotika; Jangan Menjauhkan Diri; Adegan; Iklan; Pesan

## **1. Pendahuluan**

Jawa Tengah dalam mempersiapkan Pemilihan Umum pada 2024 bekerjasama membuat iklan layanan masyarakat yang diunggah pada media massa *Youtube* KPU Jateng. KPU Jateng termasuk akun *Youtube* yang membahas dan membantu dalam pengarahannya penggunaan hak pilih sebagai generasi muda. KPU Jateng memanfaatkan media massa sebagai media penyampaian pesan yang memiliki fungsi sebagai menjunjung nilai demokrasi, kebebasan hak pilih, dan kejujuran, media yang dimaksud adalah unggahan video iklan layanan masyarakat pada *Youtube* yang berjudul “Jangan Golput dan Gunakan Hak Pilihmu! Pada Pemilu 2024 ya!” dikemas dalam sebuah cerita yang menggambarkan dan menjelaskan mengenai hak pilih dan menolak ajakan Golput. Penggunaan media massa dalam penyampaian materi dapat menciptakan lingkungan belajar yang menarik, kreatif, inovatif dan bervariasi. Dengan demikian, dapat dilakukan melalui optimalisasi proses dan pembelajaran yang berorientasi pada keberhasilan. Penggunaan media massa yang kreatif dan inovatif mendukung pelaksanaan penyampaian pesan yang menarik. Banyak media yang bisa dimanfaatkan oleh orang saat menyampaikan materi pembelajaran atau pesan, seperti media cetak, audio, audio visual, multi media interaktif, dan realia. Namun meskipun demikian, keterbatasan fasilitas menjadi salah satu hambatan yang tidak dapat dimungkiri. Di era digitalisasi ini, media audio visual menjadi alternatif yang mudah dan dapat dimanfaatkan banyak orang. Adapun salah satu contoh media audio visual adalah iklan yang diunggah pada *Youtube*. Tujuan iklan adalah untuk membujuk khalayak ramai agar tertarik pada suatu produk. Sifat iklan yang persuasi tidak hanya dimanfaatkan oleh pengusaha maupun perusahaan untuk memasarkan produknya. Namun, iklan juga dapat digunakan sebagai sarana mengajak dan menghimbau masyarakat untuk melakukan suatu hal. Iklan banyak ditemukan di berbagai tempat, seperti di baliho, koran, televisi, radio, spanduk, serta aplikasi sosial media. Masyarakat tidak harus menonton televisi atau menggunakan koran terlebih dulu untuk melihat atau mencari iklan. Pasalnya saat ini iklan mudah sekali di temukan di sosial media. Sosial media yang seringkali menayangkan iklan yakni *Youtube*. *Youtube* memuat jutaan video dengan berbagai jenis, seperti musik, movie, podcast, pengetahuan, hingga iklan(466-107-PB, n.d.).

Situasi yang sedang ramai belakangan ini mengenai KPU 2024, dikemas oleh KPU Jateng pada akun *Youtubena* mendeskripsikan atau memberikan antisipasi mengenai hal-hal Pemilu 2024 yang akan datang untuk mendorong masyarakat Indonesia harus lebih aktif memilah dan memilih dalam mencari sumber informasi terkait Pemilu 2024 khususnya wilayah Jawa Tengah. Informasi tersebut harus berasal dari sumber yang terpercaya karena menyangkut kepentingan sifatnya Bersama agar tidak terjadi kesalah pahaman seperti salah satu contohnya mendapatkan sumber informasi dari KPU Jateng. KPU Jateng mengemas dan memanfaatkan *Youtube* sebagai penampilan iklan layanan masyarakat. KPU Jateng melakukan kegiatan edukasi, penyampaian pesan, dan himbauan dalam rangka meningkatkan kesadaran dan kepentingnya kebebasan hak pilih dan hak pendapat masing-masing orang yang ada dalam unggahan video menjadi sebuah iklan yang dialurkannya sebuah cerita. Penggunaan iklan layanan masyarakat yang diproduksi oleh kanal *Youtube* KPU Jateng menjadi media yang dipilih dalam penelitian ini. Iklan layanan masyarakat dapat membuat masyarakat menemukan poin-poin penting karena iklan menyiratkan masalah, tindakan, dan pernyataan yang memengaruhi pembaca. Melalui pajangan tersebut, peserta didik juga dapat menangkap pesan-pesan moral yang bersifat mendidik dan relevan dengan situasi di sekitarnya.

Berdasarkan uraian diatas penelitian tertarik untuk melakukan penelitian analisis pada video iklan layanan masyarakat pada *Youtube* KPU Jateng, mengangkat topik yang sangat luas tersebut dan sedang menjadi topik pembicaraan yang panas agar tidak adanya salah paham dan pertikaian dalam pemilu 2024 maka dari itu KPU Jateng menceritakan dalam videonya mengenai perkumpulan generasi muda atau mahasiswa yang menceritakan dan beritanya apa itu pemilu? Kemudian datanglah seorang temannya yang ikut bergabung dan diajak untuk ikut pergi ke TPS pada 14 Februari 2024 yang akan mendatang tetapi ia tidak mau dan menolak ajakannya dan memilih untuk pergi menonton bioskop, “buat apa pergi ke TPS? Kita kan bisa GOLPUT” katanya. Kemudian datang kembali temannya lagi baru selesai mata kuliah dan mendengar perbincangan tadi yang menurutnya asik kemudian ia menanyakan sedang membahas apa, lalu temannya yang sudah ada sejak awal menjawab “mengajak dia ke TPS tetapi tidak mau, malahan milih nonton bioskop”. Kemudian temannya yang baru datang tadi menjelaskan kita tidak boleh GOLPUT karena kita sebagai seorang mahasiswa dan masyarakat Indonesia memilih kebebasan memilih dan berpendapat maka dari itu gunakan kesempatan tersebut dengan benar dan tidak mempermainkan selain itu juga memberikan pesan untuk menolak ajak GOLPUT. Dari alur cerita tersebut diringkas dalam bentuk pesan yang disampaikan iklan sesuai perkembangan teknologi penyampaian informasi tidak harus melalui koran atau ditulis, salah satunya penggunaan media massa yaitu *Youtube* sebagai penyaluran penyampaian informasi dan pesan kepada para penontonnya agar dapat menerima pesan atau informasi tersebut dengan kesan yang berbeda tetapi mudah untuk dipahami.

## **2. Metode Penelitian**

Penelitian adalah suatu penyelidikan terorganisasi atau penyelidikan yang hati-hati dan kritis dalam mencari fakta untuk menentukan sesuatu. Kata Penelitian adalah terjemahan dari kata *research* yang berasal dari bahasa Inggris. Kata *Research* terdiri dari dua kata yaitu *re* yang berarti kembali dan *to search* yang berarti mencari, jadi dapat disimpulkan bahwa pengertian *research* (penelitian) adalah mencari kembali suatu pengetahuan (ADMINLP2M, 2021). Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian pendekatan kualitatif dimana pada dasarnya penggunaan penelitian kualitatif digunakan seputar atau bersangkutan dalam dunia ilmu sosial dan humaniora. Penelitian kualitatif adalah sebuah cara atau metode penelitian yang lebih menekankan analisa atau deskriptif. Dalam sebuah proses penelitian kualitatif hal hal yang bersifat perspektif subjek lebih ditonjolkan dan andasan teori dimanfaatkan oleh peneliti sebagai pemandu, agar proses penelitian sesuai dengan fakta yang ditemui di lapangan ketika melakukan penelitian. Metode penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan suatu fenomena dengan mendalam dan dilakukan dengan mengumpulkan data sedalam-dalamnya. Metode kualitatif lebih mengutamakan pengamatan fenomena dan lebih meneliti ke substansi makna dari fenomena tersebut. Analisis dan ketajaman penelitian kualitatif sangat terpengaruh pada kekuatan kata dan kalimat yang digunakan. Perhatian ketika seorang peneliti melakukan penelitian dengan metode kualitatif akan lebih fokus tertuju pada elemen manusia, objek, dan institusi, serta hubungan atau interaksi di antara elemen-elemen tersebut, dalam upaya memahami suatu peristiwa, perilaku, atau fenomena. Tujuan seorang peneliti menggunakan metode kualitatif ketika akan melakukan penelitian adalah untuk memahami bagaimana suatu komunitas atau individu-individu dalam menerima isu tertentu. Peneliti juga harus faham dan mengerti serta memiliki pengetahuan memadai terkait permasalahan yang akan ditelitinya. Jika peneliti tidak faham dengan apa yang ingin diteliti maka sebuah penelitian tersebut tidak memenuhi syarat sebagai penelitian kualitatif. Selain itu, peneliti juga mampu mendapatkan data yang tepat, membatasi asumsi, dan menulis

secara persuasif agar pembaca dapat merasakan pengalaman yang sama (Fai, 2022).

Secara etimologis, kata “semiotik” ini berasal dari Bahasa Yunani, yakni “simeon” yang berarti tanda. Sementara itu, kata “semiotika” juga dapat merupakan penurunan kata Bahasa Inggris, yakni “semiotics”. Nama lain dari semiotika adalah semiology. Kemudian, apabila dikaji secara terminologis, semiotika dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari tanda. Tanda itu sendiri dianggap sebagai suatu dasar konvensi sosial dan memiliki sesuatu (makna) tertentu. Menurut Tinarbuko (2008), semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda supaya dapat mengetahui bagaimana tanda tersebut berfungsi dan menghasilkan suatu makna. Sementara itu, menurut Christomy dan Yuwono (2004), berpendapat bahwa semiotika adalah studi tentang tanda-tanda (sign), fungsi tanda, dan produksi tanda (Rahma Fiska, n.d.). Analisis semiotik merupakan salah satu cabang ilmu linguistik sebagai upaya untuk menemukan makna dari tanda atau hal – hal tersembunyi dibalik sebuah pertanda (iklan, berita, film). Semiotika mencakup analisis terhadap bahasa, gambar, gestur, atau objek lain untuk dapat mengkomunikasikan pesan dari suatu konsep. Karena tanda mempunyai sifat manasuka atau sembarang yang berarti tanda bergantung pada perspektif orang yang melihat tanda tersebut. Semiotika juga mempertimbangkan konteks budaya, sosial, dan psikologis di mana tanda atau hal – hal tersebut muncul. Dalam semiotika, penelitian menggunakan perspektif teori oleh Charles Sanders Peirce. Bagi Peirce yang ahli filsafat dan logika, penalaran manusia senantiasa dilakukan lewat tanda. Artinya, manusia hanya dapat bernalar lewat tanda. Dalam pikirannya, logika sama dengan semiotika, dan semiotika dapat diterapkan pada segala macam tanda. Dalam perkembangan selanjutnya, istilah semiotika lebih populer daripada semiologi. (Tinarbuko, 2008). Dalam teorinya, Peirce membagi tiga elemen tanda (hubungan triadik) yang disebut dengan segitiga makna. Segitiga makna mencakup tanda (ground), objek, dan interpretant. Adapun ketiga elemen tersebut, dijelaskan oleh Peirce sebagai proses semiosis (Rahma Fiska, n.d.).

Penelitian ini berfokus pada analisis nilai politik dan kebebasan, dimana penelitian akan menganalisis hal tersebut dalam sebuah iklan layanan masyarakat yang digunakan untuk diteliti. Jenis penelitian yang digunakan merupakan model yang digunakan untuk meneliti dokumentasi data berupa, gambar, simbol atau lain sebagainya dan digunakan untuk memperoleh keterangan dari komunikasi yang didapatkan. Data yang diperoleh tersebut merupakan cuplikan iklan layanan masyarakat yang telah dikategorikan memiliki nilai politik dan kebebasan dalam berpendapat. Selanjutnya, penulis melakukan pemaknaan atau penafsiran terhadap data. Penelitian ini menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce yang membagi tanda menjadi 3, yaitu ikon, indeks, dan symbol. Ikon adalah hubungan antara tanda dan objek atau acuan yang bersifat kemiripan. . Indeks merupakan tanda yang menunjukkan adanya hubungan alamiah antara tanda dan petanda yang bersifat kausal atau hubungan sebab akibat, atau tanda yang langsung mengacu pada kenyataan. Symbol adalah tanda yang menunjukkan hubungan alamiah antara penanda dan petandanya. Tanda merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari objek referensinya dan pemahaman subjek atas tanda (Analisis). Sedangkan apa yang ditunjuknya atau diacunya disebut Object. (Hesti Heriwati Jurusan Desain Interior Fakultas Seni Rupa dan Desain Interior ISI Surakarta, n.d.) Kemudian, tanda yang diartikan sebagai ‘sesuatu yang mewakili sesuatu yang lain’ bagi seseorang berarti menjadikan tanda bukan sebagai entitas otonom yang disebut penafsir atau Interpretant. Ketiganya menjadikan semiotik sebagai sesuatu yang tidak terbatas. Selama gagasan penafsir tersebut dipahami oleh penafsir lainnya, maka posisi penafsir ini pun penting sebagai agen yang mengaitkan tanda dengan objeknya (Rahma Fiska, n.d.).

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1 Hasil

Dalam melakukan analisis semiotika jangan Golput pada iklan layanan masyarakat ‘Jangan Golput dan Gunakan Hak Pilihmu! Pada Pemilu 2024 ya!’ yang dibuat oleh KPU Jateng, pada tahap awal alur cerita video tersebut menunjukkan logo KPU dan sebuah tulisan yang bertuliskan ‘Jangan Golput’ yang menggambarkan bahwa iklan atau video ini berkaitan dengan Komisi Pemilihan Umum dan sebuah pesan singkat agar kita tidak Golput saat memilih pendapat dalam Pemilu 2024. Selanjutnya dilakukan pengumpulan potongan video atau scene yang dideskripsikan sebuah teks sesuai dengan adegan atau potongan tersebut. Dengan berdurasi 2 menit ditemukan potongan scene yang menggambarkan diskusi ajakan Golput dan tolakan untuk Golput serta ajakan untuk menggunakan hak pilih, pada scene berikut ini:

<b>Sign</b>	 <p><b>Gambar 3.1.1 pada 0.06 detik</b></p>
<b>Object</b>	Pesan singkat bertuliskan ‘Jangan Golput, Iklan Layanan Masyarakat’
<b>Interpretant</b>	Dari hasil identifikasi dan analisis menunjukkan dalam potongan gambar tersebut berupa judul dan penyampaian pesan berupa sebuah larangan kepada para penontonnya, menurut para penontonnya ini menjelaskan bahwa kita sebagai masyarakat Indonesia bersistem demokrasi tidak boleh dan menolak untuk Golput dalam Pemilu yang akan datang.
<b>Sign</b>	 <p><b>Gambar 3.1.2 pada 0.14 detik</b></p>
<b>Object</b>	Menggambarkan dua orang mahasiswa sedang berkomunikasi dan membicarakan tentang isu terhangat dalam dunia politik yaitu Pemilu.
<b>Interpretant</b>	Dijelaskan dari analisis menunjukkan bahwa pada gambar

	tersebut mendeskripsikan mahasiswa yang berdiskusi tentang dunia politik yang sedang banyak dibicarakan dan mereka mendiskusikan hal tersebut.
Sign	 <p><b>Gambar 3.1.3 pada 0.27 detik</b></p>
Object	Seorang lelaki merupakan temannya datang dan bergabung Bersama dua orang yang sedang berdiskusi.
Interpretant	Dalam pandangan penonton termasuk dalam kehidupan manusia yaitu yang sering kali berkumpul untuk berdiskusi dan saling berkomunikasi membicarakan suatu hal yang sedang ramai, tetapi dalam lanjutan ceritanya temannya yang baru datang tersebut menolak ajakan kedua temannya tadi untuk ikut datang ke TPS saat pemilu 2024 dan memilih untuk menonton di bioskop, dia mengatakan bahwa kita bisa Golput tidak perlu memilih.
Sign	 <p><b>Gambar 3.1.4 pada 1.41 detik</b></p>
Object	Seorang teman lelakinya datang kembali dan ikut berdiskusi dengan ketiga mahasiswa yang sebelumnya serta memberikan pesan dan ajakan positif.
Interpretant	Dalam pandangan penonton scene tersebut menjelaskan politik yang digambarkan dalam pesan yang disampaikan seperti kita harus ikut memilih dalam Pemilu 2024 karena kita sudah memiliki hak untuk menyuarakan kemudian memberikan himbauan agar kita tidak ikut Golput karena bagaimana juga ini adalah hak kita untuk memilih dan yang terakhir memberi ajakan kepada penontonnya untuk bersama-sama bagi yang memiliki KTP untuk datang ke TPS dan menyuarakan haknya dalam Pemilu 2023 dan menolak keras ajakan untuk Golput.

### 3.2 Pembahasan

Iklan layanan masyarakat yang berjudul ‘Jangan Golput dan Gunakan Hak Pilihmu! Pada Pemilu 2024 ya!’ merupakan sebuah video berisikan iklan yang menceritakan dan menggambarkan tentang dua orang mahasiswa yang sedang berkumpul dan berdiskusi membicarakan permasalahan politik yang sedang ramai dibahas yaitu Pemilu 2024, kemudian datanglah seorang mahasiswa yang ikut bergabung dalam diskusi tersebut kemudian diajak temannya untuk ikut pergi bersama ke TPS untuk mengikuti Pemilihan Umum 2024, tetapi ditolaknya langsung karena lebih ingin menonton ke bioskop saja dan tidak ingin memilih saat Pemilu yang akan datang dengan tidak menggunakan haknya yang sesuai dengan yang dimiliki, dan lebih memilih untuk Golput atau tidak menggunakan hak yang semestinya dalam Pemilu 2024. Dalam alurnya juga secara tidak langsung disampaikan sebuah pesan kepada penontonnya untuk mengajak bersama-sama dan menggunakan hak pilihnya yang sesuai dengan benar pada Pemilu 2024 yang akan mendatang agar Pemilu dapat berjalan dengan lancar dan bersifat terbuka karena penggunaan hak yang semestinya sesuai dengan asas penyelenggaraan Pemilu di Indonesia yaitu Luber Jurdil “Langsung, Umum, Bebas, Rahasia, Jujur, dan Adil” yang diatur dalam Pasal 2 UU Pemilu Nomor 7 Tahun 2017 yang berbunyi “Pemilu dilaksanakan berdasarkan asas langsung umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil.”(Widhia Arum Wibawana, 2023). Tidak hanya ajakan untuk menggunakan hak pilih saja tapi dalam alur cerita tersebut juga berkelanjutan dengan datangnya seorang temannya yang baru menyelesaikan mata kuliahnya kemudian melihat ada tiga orang temannya itu sedang berdiskusi tersebut sehingga membawa dirinya untuk datang menghampiri dan ikut berdiskusi. Kemudian ia bertanya apa yang sedang dibahas dan dijawab oleh salah satu temannya dan menceritakan bahwa akan mengajak pergi ke TPS bersama waktu Pemilu 2024 yang akan datang dan menyuarakan haknya dengan adil tetapi salah satu temannya tidak ingin diajak pergi karena akan memilih untuk Golput saja. Setalahnya, temannya yang baru datang tersebut langsung menugarnya dan secara tidak langsung juga memberikan pesan kepada penontonnya berupa bahwa kita sebagai Warga Negara Indonesia memiliki kebebasan untuk berpendapat dan negara kita adalah Demokrasi, kemudian juga disampaikannya bahwa kita tidak boleh Golput dan mengajak para penontonnya untuk bersama-sama pergi ke TPS dan menggunakan hak dengan sesuai serta menolak keras agar kita tidak Golput dalam Pemilu 2024.

Iklan layanan masyarakat yang dibuat dan diproduksi oleh Pemprov Jateng dirilis pada 4 Juni 2023 melalui akun *Youtube* resmi yang dimiliki KPU Jateng. Pada akun *Youtube* tersebut, video iklan layanan masyarakat tersebut menjadi video dengan penonton terbanyak dibandingkan video lainnya yang dibuat KPU Jateng dengan alur dan tema yang sama. Saat ini video iklan layanan masyarakat ‘Jangan Golput dan Gunakan Hak Pilihmu! Pada Pemilu 2024 ya!’ ditonton sebanyak 3.613 kali penayangan.

Pada video iklan ini terdapat empat pemeran yang merupakan mahasiswa, diantaranya ada salah satu pemeran yang kontra atau bertolak belakang dengan pemeran lainnya. Salah satu pemeran tersebut digambarkan dengan orang yang tidak peduli dengan Pemilu, dia tidak ingin memilih dalam Pemilu 2024 nantinya karena lebih memilih untuk Golput atau golongan putih yang merupakan bentuk perlawanan terhadap politik. Ketiga pemeran yang lain merupakan pro terhadap Pemilu 2024 karena menurutnya sebagai seorang mahasiswa yang sudah memiliki hak untuk memilih wajib dan ikut mendukung kegiatan tersebut sebagai salah satu contohnya yaitu dengan ikut menyuarakan pendapat dan hak yang dimiliki serta memberikan pesan agar kita sebagai seorang mahasiswa jangan menjadi Golput karena kita negara yang berdemokrasi.

Iklan yang dibuat oleh KPU Jateng ini mengangkat atau menceritakan tentang isu politik yang sedang ramai dibahas tentang Pemilu 2024 yang akan datang khususnya di wilayah Jawa Tengah, iklan tersebut berfokus pada penyampaian pesan mengenai Pemilu 2024 yang digambarkan dalam beberapa scene di video iklan tersebut.

### **3.2.1 makna pada gambar 1**

Analisis cuplikan gambar 1 berupa sebuah judul ajakan, dimana digambarkan pada scene tersebut terdapat sebuah kata-kata yang bertuliskan 'Jangan Golput'. Tulisan tersebut sebagai judul dari isi video tersebut yang sekaligus menjadi penyampaian pesan kepada penontonnya dimana dalam dunia politik apalagi pemilu melarang keras untuk Tindakan Golput. Golput (golongan putih) adalah salah satu bentuk perlawanan terhadap praktik politik dari orang-orang yang kecewa terhadap penyelenggaraan negara dengan cara tidak memilih partai atau legislator (dalam pemilu legislatif) atau Presiden (dalam pemilu Presiden). Sebagian besar mereka yang Golput menganggap bahwa para penyelenggara negara dan partai-partai yang ada tidak menyuarkan dan pro-kebaikan berpolitik. Jadi, lebih baik tidak memilih siapapun daripada memilih partai yang ada. Mereka beranggapan bahwa partai-partai yang ada akan berperilaku buruk juga apabila memenangkan pemilu. Golput bukan merupakan organisasi yang diatur oleh instrumen peraturan. Hal tersebut juga tidak dikoordinasi melalui sistem manajemen. Golput hanya sebagai penyebutan kepada akumulasi pribadi-pribadi yang tidak ikut pemilu atau ikut pemilu tetapi dengan cara merusak surat suara. Mereka tidak mengenal satu sama lain dan umumnya tidak dikenali, bahkan oleh orang yang terdekat sekalipun. Selain itu, ada juga beberapa orang yang berani mendeklarasikan dirinya adalah Golput. Golput juga mencakup orang-orang yang tidak memilih dengan berbagai alasan yang di luar kuasanya, contohnya tidak tercantum di daftar pemilih tetap, perantau yang terkendala administrasi, tekanan dari pihak lain untuk tidak memilih, kurang kesadaran politiknya, dan kelalaian.

### **3.2.2 makna pada gambar 2**

Gambar 2 memperlihatkan dua pemeran sebagai mahasiswa yang dimana dalam alurnya menceritakan mereka berdua sedang berdiskusi terkait dunia politik karena menurutnya dunia politik sedang ramai dibahas dimana-mana sehingga membuat tertarik, dalam pembahasannya juga menyinggung soal Pemilu 2024 yang berkaitan dengan dunia politik, tampak serius pembicaraan dan pembahasan mereka terlihat dari ekspresi wajah yang diungkapkan sehingga membuat penontonnya menerima pesan dengan cara yang berbeda, diungkapkan oleh mahasiswa sebagai memiliki peranan penting dalam mengembangkan masyarakat yang demokratis dan bertanggung jawab. Mahasiswa sebagai agen perubahan memiliki potensi besar untuk membentuk opini, mempengaruhi kebijakan publik, dan mendorong perubahan sosial yang positif. Namun, untuk mewujudkan peran tersebut, mahasiswa perlu memiliki pemahaman yang mendalam tentang politik serta kesadaran politik yang tinggi. Sosialisasi politik merupakan suatu proses penting dalam mengenalkan dan membekali mahasiswa dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang diperlukan dalam menghadapi tantangan politik yang ada. Melalui sosialisasi politik, mahasiswa dapat memahami peran mereka sebagai warga negara yang aktif, serta belajar untuk berpartisipasi secara konstruktif dalam proses demokrasi.

### **3.2.3 makna pada gambar 3**

Pada gambar 3 diilustrasikan dengan kedatangan seorang temannya saat sedang berdiskusi, temannya baru saja menyelesaikan perkuliahannya dan menghampiri untuk ikut bergabung, pada diskusi itu juga pemeran perempuan menanyakan kabar dari temannya yang baru datang kemudian

juga mengajak untuk ikut pergi bersama ke TPS pada 14 Februari 2024 yang akan mendatang dalam Pemilu 2024 untuk menyuarkan hak pilih yang dimiliki. Tetapi langsung ditolak karena lebih memilih untuk pergi ke luar menonton bioskop daripada mengikuti Pemilu serta beranggapan bahwa kita bisa Golput dalam pemilihan tersebut.

### **3.2.4 makna pada gambar 4**

Gambar 4 atau akhir alur cerita ini memperlihatkan suasana yang sedikit berbeda karena dalam videonya juga menyampaikan pesan secara langsung dalam bentuk percakapan antar temannya. Setelah mereka berdiskusi lama bertiga kemudian datang lagi temannya yang juga baru selesai kuliah karena dari kejauhan melihat mereka sedang asik berdiskusi dan terlihat serius akhirnya membuat tertarik untuk menghampiri. Dalam gambar tersebut terlihat pemeran laki-laki yang baru datang kemudian bertanya kepada mereka sedang asik membahas apa, dan dijawab oleh pemeran perempuan bahwa sedang membahas tentang politik di Indonesia yaitu Pemilu dan juga ingin mengajak teman laki-lakinya untuk pergi bersama ke TPS saat Pemilu 2024 nanti untuk ikut menyuarkan hak pilih tetapi tidak mau dan ditolak karena beranggapan kita bisa Golput. Pemeran laki-laki tersebut langsung memberikan pengetahuan sekaligus pesan yang disisipkan bahwa kita sebagai anak muda yang sudah memiliki hak untuk pilih harus berfokus kepada pilihan kita nantinya karena juga berguna bagi masa depan bangsa terhadap apa yang dipilih, juga menjelaskan bahwa kita tidak boleh melakukan Golput, dan gunakan hak pilih kita yang sesuai agar berguna untuk masa depan bangsa.

## **4. Kesimpulan**

Analisis yang diambil berdasarkan metode semiotik ditunjukkan adanya beberapa penyampain pesan mengenai Pemilu 2024 dan himbauan dalam video iklan ‘Jangan Golput dan Gunakan Hak Pilihmu! Pada Pemilu 2024 ya!’. Penelitian ini mencakup tiga pembahasan yaitu *sign*, *object*, dan *interprenant*. Berdasarkan analisis hipotesis yang didapatkan, disimpulkan dalam alur video iklan tersebut sebagai berikut:

Iklan layanan masyarakat tersebut memiliki pesan yang ingin disampaikan kepada para penontonnya untuk Pemilu 2024 yang akan mendatang, dari segi pengambilan gambar, suara dan pesan yang disampaikan digambarkan dengan mahasiswa atau anak muda yang berkumpul. Pada umumnya mahasiswa biasanya sering berdiskusi dan memiliki topik pembahasan yang tidak jauh juga seputar dunia politik. Menghadirkan pemeran yang memiliki kontra terhadap politik membuat pesan dan suasananya terbangun. Selain itu juga pihak pro juga yang terlibat sebagai penyampaian pesan yang diberikan kepada penontonya dengan penyampaian yang berbeda dan secara tidak langsung penontonnya memahami penyampaian pesan iklan tersebut. Dalam penyampaian pesan yang dimaksud diperankan oleh pemeran laki-laki sebagai inti dari iklan tersebut yang bentuk pesannya berupa verbal melalui suara yang diucapkan kepada lawan bicaranya sebagai alur cerita, kemudian setting lokasi dan tempat pengambilan visual yang mendukung sesuai dengan suasana, serta ekspresi yang diungkapkan termasuk dalam penyampain pesan nonverbal pada iklan ini. Iklan layanan masyarakat KPU ini menyajikan tanda, pesa, dan makna yang berkaitan dengan Pemilu 2024 dan berkaitan dengan semiotika pada iklan. Tidak semua iklan memiliki makna tersirat atau pesan informasi yang mudah dipahami oleh penontonya atau masyarakat, oleh karena itu iklan ini ditandai dengan makna tersirat seperti halnya iklan ini tidak akan efektif dan tidak memiliki makna jika yang disampaikan tidak sesuai dengan topik informasi yang dibahas. Dari segi nilai atau pesan yang diambil disajikan dalam pembahasan yang sudah kami jelaskan diatas, Tindakan Golput tergambar dari percakapan tiga orang anak muda yang menolak ajakan salah satu temannya untuk

pergi ke TPS tetapi memilih untuk mengajak pergi ke bioskop dari alur tersebut yang dimaksud yaitu penggunaan hak pilih secara Golput atau tidak setuju dengan hal politik dan memilih untuk tidak ikut serta dalam Pemilu. Terakhir pada inti video yang disampaikan digambarkan adanya pemeran baru yang hadir sebagai inti penyampaian pesan iklan tersebut, pesan yang disampaikan adalah motivasi sebagai anak muda yang mengenal luas dunia politik harusnya ikut serta mendukung dalam Pemilihan Umum yang sifatnya bagi masyarakat luas karena penggunaan hak pilih yang tepat dapat berguna bagi kelanjutan masa depan bangsa, apa yang dipilih itu yang menjadi penentu masa depan bangsa. Iklan ini ditayangkan melalui media massa yaitu *Youtube* dan dapat dilihat oleh seluruh pengguna media tersebut tanpa adanya batasan umur sehingga iklan ini tidak hanya untuk kepentingan politik saja tetapi berguna bagi Pendidikan atau pembelajaran karena alur cerita yang disajikan didalamnya mudah dipahami sesuai dengan maknanya (Diantirta & Puteri, n.d.). Iklan ini dibuat bertujuan agar Pemilu 2024 khususnya wilayah Jawa Tengah berjalan dengan lancar dan meluaskan pengetahuan masyarakat tentang pandangan Pemilu. Iklan yang diproduksi oleh Pemprov Jateng dan didukung oleh KPU Jateng memiliki daya Tarik yang unik dengan menggambarkan situasi yang terjadi di kehidupan masyarakat dalam setiap adegannya sehingga relevan dengan kehidupan sehari-hari.

Tindakan Golput direpresentasikan dalam iklan tersebut membuat masyarakat lebih luas pandangannya dan mendapatkan ilmu baru bagaimana tindakan yang dilakukan akan berdampak untuk kedepannya, karena pemilu ini bersifat sekali dan tidak dapat diulang kembali efeknya jika tidak sesuai dengan yang diharapkan akan menimbulkan kerucuhan bagi masa depan bangsa. Tindakan Golput bukan suatu tindakan yang dibenarkan karena selain merugikan diri sendiri juga merugikan khalayak banyak, bahkan dengan tindakan tersebut tidak menggambarkan bahwa kita adalah anak muda yang tidak mendukung bangsanya sendiri karena anak muda Indonesia adalah anak muda yang mendukung bangsanya dan memperjuangkan masyarakat demi kepentingan bersama. Dalam pernyataan tersebut yang menyebabkan Golput biasanya ketidakpuasan terhadap kinerja calon pemimpin yang membuat rasa kecewa sehingga tidak yakin dengan pilihannya, juga kurangnya pengetahuan dan kesadaran tentang pemilu yang akibatnya tidak ada pandangan yang cukup untuk memahami tentang bagaimana pemilu dan dampaknya bagi kehidupan mereka.

### **Ucapan Terima Kasih**

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan *papaer* ini dengan baik. Penulisan *paper* ini dilakukan dalam memenuhi salah satu syarat tugas pada mata kuliah Komunikasi dan Perubahan Sosial Program Studi Ilmu Komunikasi 2023 Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Surabaya.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam penulisan *paper* ini oleh karena itu penulis banyak mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu dalam penyelesaian *paper* ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Anam Miftakhul Huda, S.Kom., M.I.Kom. selaku dosen pengampu mata kuliah Komunikasi dan Perubahan Sosial Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Surabaya.
2. Teman-teman kelas yang membantu dalam pengerjaan saat kesulitan dan saling menolong.
3. Dukungan dan doa teman-teman yang selalu menyertai dalam penulisan *paper* ini sehingga berjalan dengan lancar dan semangat dalam penyelesaian tugas ini.

## Daftar Pustaka

- [1] PENGGUNAAN MEDIA IKLAN YOUTUBE KEMENKES DALAM PEMBELAJARAN KETERAMPILAN MENULIS KARANGAN PERSUASI 466-107-PB. (n.d.).
- [2] ADMINLP2M. (2021, November 1). *Penelitian: Arti, Jenis, Sikap, Ciri dan Syaratnya*. ADMINLP2M.
- [3] Diantirta, B., & Puteri, Y. (n.d.). *ANALISIS SEMIOTIK PADA IKLAN-IKLAN AQUA DI MEDIA TELEVISI*. <http://journal.unesa.ac.id/index.php/paramasastra>
- [4] Fai. (2022, December 4). *Metode Penelitian Kualitatif Adalah*. UMSU.
- [5] Hesti Heriwati Jurusan Desain Interior Fakultas Seni Rupa dan Desain Interior ISI Surakarta, S. (n.d.). *SEMIOTIKA DALAM PERIKLANAN*.
- [6] Rahma Fiska. (n.d.). *Pengertian Semiotika: Konsep Dasar, Macam, dan Tokoh Pencetusnya*. Gramedia.
- [7] Widhia Arum Wibawana. (2023, February 3). *Apa Itu Arti Luber Jurdil dalam Pemilu? Simak Penjelasan* Baca artikel detiknews, “Apa Itu Arti Luber Jurdil dalam Pemilu? Simak Penjelasan” selengkapnya <https://news.detik.com/pemilu/d-6549619/apa-itu-arti-luber-jurdil-dalam-pemilu-simak-penjelasan>. Download Apps Detikcom Sekarang <https://apps.detik.com/detik/>. DetikNews.