

# Kajian Tanda dan Makna Kampanye Pilkada DKI Jakarta 2017 di Media Sosial Instagram

Andika Indrayana<sup>1</sup>, Raissa Salsabil<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Dosen Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, ISI Yogyakarta

<sup>2</sup>Mahasiswa Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, ISI Yogyakarta

<sup>1</sup>andikaindrayana@gmail.com, <sup>2</sup>raisalsabil@gmail.com

**Abstract.** *This research aims to reveal the meaning of campaign activity on Instagram by three candidates of Jakarta's regional leader election in 2017: Agus Harimurti Yudhyono-Sylviana Murni as candidate number one, Basuki Tjahaja Purnama-Djarot Saiful Hidayat as candidate number two, and Anies Baswedan-Sandiaga Uno as candidate number three. Using structural semiotics, this research show that: (1) every posts created by the candidates tend to have no correlation between verbal and visual sign. Every signs produces autonomy meaning, and; (2) by visual, every candidates's posts style (verbal and visual), influenced by their profesion.*

**Keywords:** *Instagram, Political Campaign, Social Media, Structural Semiotics.*

---

## LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi dan budaya masyarakat masa kini, terutama internet, sangat mempengaruhi berbagai aktivitas dalam kehidupan. Melalui pemanfaatan perangkat keras (*hardware*) mulai dari komputer, laptop, *smartphone*, gawai, hingga berbagai aplikasi penunjangnya, masyarakat saat ini terbiasa menggunakannya untuk berbagai kebutuhan, mulai dari bersosialisasi, pencitraan diri, mencari informasi dan hiburan, hingga kampanye politik. Kampanye politik dengan memanfaatkan media internet di Indonesia pada dasarnya belum lama dilakukan. Fenomena ini setidaknya muncul secara masif pada masa pemilihan anggota legislatif dan presiden di tahun 2014. Setelah itu, hingga saat ini, media berbasis internet telah lazim digunakan oleh para kandidat untuk memberikan informasi terkait dengan kampanye hingga pencitraan diri di mata masyarakat pemilih maupun calon pemilih.

Melalui pencitraan, menurut Haryati (2013), manusia memilih hal yang akan dilakukan dan juga apa yang seharusnya tidak dilakukan atau ditinggalkan. Dengan upaya pencitraan positif, setiap orang berharap bisa terlihat sempurna di mata orang lain. Dalam pembentukan citra positif, bahkan tidak jarang seseorang melakukan cara apapun untuk mengemas sikap dan perilakunya sehingga memberikan kesan positif di mata orang lain. Citra, membantu manusia untuk mengambil keputusan yang terbaik bagi dirinya dalam lingkungan sosialnya. (<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=198496&val=6554&title=Pencitraan%20Tokoh%20Politik%20Menjelang%20Pemilu%202014>. Diakses April 2017).

Kampanye melalui iklan dalam media massa dan juga media *online* menurut Gayatri dalam kumpulan tulisan berjudul *Dinamika Komunikasi Politik Menjelang Pemilu 2014*, terbukti menimbulkan efek tertentu pada

perilaku memilih yang ditunjukkan masyarakat dalam pemilu. Efek tersebut bisa berupa perubahan-perubahan opini, persepsi, sikap, atau perilaku; bersifat mikro terjadi secara individual atau makro terjadi secara menyeluruh pada suatu sistem sosial; bersifat langsung atau kondisional, karena isu media tertentu saja atau secara umum; dan bersifat alterasi atau stabilisasi. (<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=198496&val=6554&title=Pencitraan%20Tokoh%20Politik%20Menjelang%20Pemilu%202014>. Diakses April 2017)

Dalam fenomena pemilihan kepala daerah di Indonesia saat ini, calon gubernur DKI Jakarta, yaitu pasangan Agus Harimurti Yudhoyono dan Sylviana Murni, Basuki Tjahaja Purnama dan Djarot Saiful Hidayat, serta pasangan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno, adalah kandidat yang gemar memanfaatkan media sosial berbasis internet dengan berbagai *platform* dalam aktivitas kampanye. Dari observasi awal yang dilakukan, teridentifikasi bahwa masing-masing calon tersebut menggunakan media internet yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

Instagram merupakan media yang menarik untuk dilihat dalam fenomena pilkada DKI Jakarta. Fiturnya yang didominasi oleh konten berupa visual, baik video maupun gambar, digunakan oleh ketiga pasangan untuk berbagai kebutuhan berkampanye, mulai dari informasi, dokumentasi dari media lain seperti liputan televisi, hingga momen-momen yang dilakukan selama masa kampanye dalam wujud foto. Kesemuanya dilakukan dalam upaya untuk menginformasikan hingga membangun citra pada masyarakat pemilih

maupun calon pemilih dalam masa kampanye.

Pada media Instagram, hingga bulan April 2017, diketahui bahwa ketiga pasangan calon telah mengunggah berbagai informasi baik gambar maupun video terkait dengan aktivitas kampanye yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pasangan Agus Harimurti Yudhoyono (AHY) dan Sylviana Murti (SM) telah mengunggah sebanyak 650 informasi, dengan rincian: 31 video dan 619 gambar. (<https://www.instagram.com/relagussylvi/>. Diakses April 2017)
2. Pasangan Basuki Tjahaja Purnama dan Djarot Saiful Hidayat telah mengunggah sebanyak 421 informasi, dengan rincian: 139 video dan 282 gambar. (<https://www.instagram.com/ahokdjarot/>. Diakses April 2017)
3. Pasangan Anies Baswedan dan Sandiaga Uno telah mengunggah sebanyak 850 informasi, dengan rincian: 174 video dan 676 gambar. (<https://www.instagram.com/jakartamajubersama/>. Diakses April 2017)

Melalui identifikasi awal di atas, dapat diketahui bahwa tiap calon melakukan berbagai cara, teknik, dan konten visual yang beragam dalam masa kampanye. Apa yang diunggah oleh ketiga pasangan tersebut, dan berbagai komentarnya, dapat dipahami sebagai suatu tanda yang memiliki makna. Gambar maupun video yang diunggah pun juga dapat dipahami sebagai suatu pesan yang ingin disampaikan dari ketiga pasangan kepada audiens (*follower*), yang dapat berorientasi pada informasi, pencitraan hingga sesuatu yang bersifat simbolik.

## METODE PENELITIAN

### Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif interpretatif. Metode deskriptif, menurut Leonard dan Ambrose (2012: 30) digunakan untuk menginvestigasi karakteristik dan data yang terasosiasi dengan wilayah yang dikaji. Sedangkan pendekatan penelitian yang digunakan adalah semiotika struktural, dengan teori utama dari Ferdinand de Saussure dan Roland Barthes.

### Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan mendokumentasikan sumber primer. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2011: 225). Unggahan gambar pada akun Instagram ketiga calon merupakan sumber primer yang didokumentasikan dengan cara disimpan pada memori komputer agar dapat diakses secara mudah tanpa harus terhubung dengan jaringan internet.

Dalam penelitian ini, seluruh unggahan berupa gambar yang terdapat pada akun Instagram calon pasangan merupakan populasi. Namun demikian, tidak semua unggahan gambar dijadikan sebagai objek kajian. Penelitian ini hanya mengambil sampel dengan teknik *sampling purposive*. Pertimbangan utama yang diberlakukan dalam pengambilan sampel adalah: (1) unggahan gambar yang menggunakan unsur teks, untuk diinterpretasi keterkaitan antara tanda verbal dan visual, dan; (2) unggahan yang menunjukkan sosok pasangan atau salah satunya.

Dari proses *sampling*, diperoleh objek penelitian sebanyak 72 unggahan yang dapat dikategorikan menjadi tiga yaitu: ucapan, informasi dan opini, yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Pasangan 1: kategori ucapan sejumlah satu unggahan, kategori informasi sebanyak satu unggahan, dan tidak ada unggahan untuk kategori opini.
2. Pasangan 2: kategori ucapan sebanyak dua unggahan. Kategori informasi sebanyak 32 unggahan, dan kategori opini sebanyak 23 unggahan.
3. Pasangan 3: kategori ucapan sebanyak tiga unggahan, kategori informasi sebanyak tujuh unggahan, dan kategori opini sebanyak tiga unggahan.

Konten berupa teks dan visual merupakan variabel yang akan dianalisis menggunakan teori semiotika struktural, namun tidak mencakup elemen logo kampanye. Teknik yang digunakan adalah interpretatif-objektif. Dalam pengertian, bentuk interpretasinya bersifat mereduksi aspek subjektivitas peneliti terhadap variabel. Analisis yang dilakukan pada penelitian ini mencakup dua hal yaitu:

1. Analisa tanda visual dan verbal menggunakan teori dari F. de Saussure. Pada analisis ini, dipaparkan penanda dari tiap unggahan dan menginterpretasi makna pada penanda di tingkat pertama atau denotatif.
2. Analisis makna konotatif yang berfokus pada struktur pemaknaan antara tanda visual (representasi foto) dan tanda verbal berupa teks untuk mengetahui sejauh mana masing-masing tanda memberikan korelasi.

Melalui kedua metode analisa ini, selanjutnya dibuat analisis berdasarkan tujuh kaidah semiotika struktural yaitu *imanensi*, *pertinensi*, *komutasi*, *kompatibilitas*, *integrasi*, *diakronis* dan *fungsi*, untuk selanjutnya dilakukan proses kesimpulan.

## LANDASAN TEORI

Semiotik adalah "ilmu" yang mengkaji tanda dalam kehidupan manusia. Karena manusia memiliki kemampuan untuk memberikan makna pada berbagai gejala sosial budaya dan alamiah (Hoed, 2014: xxix). Semiotika mengeksplorasi konten tanda (*content of signs*), penggunaannya (*their use*) dan formasi makna tanda, baik pada level tanda mandiri (*single sign*) hingga level sistem pertandaan, sekaligus struktur yang dibentuk oleh tanda tersebut. (<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/en/methodmap/data-analysis/semiotic-analysis>. Diakses Maret 2017).

Hoed juga menambahkan bahwa secara garis besar, teori tentang tanda, manusia dan makna dapat dibagi atas tiga kelompok besar, yakni struktural, pragmatis dan gabungan keduanya (Hoed, 2014: 5). Struktur, lanjut Hoed (2014: 41) adalah sebuah bangunan abstrak yang terdiri dari sejumlah komponen yang berkaitan satu sama lain untuk membentuk struktur itu. Komponen-komponen itu berkaitan satu sama lain di dalam susunan tertentu, yang disebut relasi. Dalam analisis semiotika struktural, Noth (1990: 295) mengatakan bahwa terdapat tujuh kaidah yang menjadi ciri khas semiotika struktural, yaitu: (1) *Imanensi*, yaitu analisa struktur dalam suatu sistem, terutama dari perspektif sinkronik, (2) *Pertinensi*, yaitu

analisa mengenai perbedaan fitur (*distinctive*) dalam sistem, di mana tiap fitur memiliki nilai pembeda, (3) *Komutasi*, yaitu analisa atas dua pasangan, (4) *Kompatibilitas*, yaitu analisa aturan pengkombinasian elemen-elemen teks, (5) *Integrasi*, yang melihat bahwa struktur dasar harus terintegrasi dengan totalitas sistem, (6) *Diakronis*, yang melihat bahwa perubahan waktu digunakan sebagai dasar untuk menganalisa sistem secara sinkronik, dan (7) *Fungsi*, yang mengkaji nilai komunikasi dan fungsi-fungsi lain dari sistem.

Dalam dunia fotografi, Barthes (2010: 15-16) mengatakan bahwa terdapat tiga bentuk konotasi foto, yaitu konotasi 'perseptif' (konotasi berdasarkan pada hipotesa), konotasi 'kognitif' (konotasi berdasarkan pengetahuan pembaca), dan konotasi etis (penggunaan pertimbangan atau nilai-nilai tertentu ketika melakukan baca-tafsir imaji). Sedangkan ketika foto bersanding dengan bahasa verbal, Barthes (2010: 26-28) memberikan dua fungsi teks yaitu sebagai *penambat* (*anchorage*) dan sebagai *penghubung* (*relay*). Sebagai *penambat*, teks mengontrol dan menggiring pembaca menuju sebuah makna yang sudah dipersiapkan di depan. Sedangkan fungsi *penghubung*, teks tidak sekadar menjelaskan (mengurai) tetapi sungguh-sungguh menonjolkan aksi atau peristiwa dengan cara menguras pelbagai makna (yang terkandung dalam serangkaian pesan) yang tidak ditemukan di dalam imaji itu sendiri.

## ANALISIS DATA

Pada analisis data, tidak semua objek penelitian dapat ditampilkan, dan hanya

memilih 2 (dua) objek dari masing-masing kategori.

### 1. Analisis Unggahan Pasangan 1



#### Penanda dan Petanda (Denotatif)

##### 1. Tanda Visual

- Unggahan didominasi oleh foto demonstrasi dengan fokus utama pada tulisan mengenai tulisan-tulisan bernada kritik, keinginan, hingga pengakuan masyarakat, dengan dominasi warna *grayscale*.
- Di bagian tengah terdapat sosok Agus Harimurti Yudhoyono (AHY) sedang berbicara di depan audiens/pendukungnya, dengan teknik pengambilan gambar dari samping dan berwarna *grayscale*. Sosok AHY terlihat lebih tinggi daripada penonton dengan gestur tangan yang sedang menunjuk.
- Bagian bawah terdapat ikon media sosial yang digunakan sebagai media kampanye, yaitu Instagram, Facebook dan Twitter.
- Unggahan ini didominasi warna gelap/hitam.

##### 2. Tanda Verbal

- Teks ucapan: **SELAMAT HARI HAK ASASI MANUSIA**. Teks ini dapat diartikan sebagai ucapan dari pasangan ini terkait dengan hari Hak Asasi Manusia.
- Teks 2: **Pengembangan kota memerlukan ketajaman pemikiran dan nurani, Jakarta yang manusiawi adalah gagasan dan perjuangan yang harus dilaksanakan dengan sepenuh hati**
- Alamat situs media sosial: **@timagus1 @timagus2 @timagus3**. Penanda ini menunjukkan fungsi teks yang merepresentasikan informasi tautan media sosial yang digunakan pasangan.

#### Makna Konotatif

- Tanda visual berupa sosok Agus Harimurti Yudhoyono (AHY) yang sedang menunjuk dapat diartikan sebagai suatu semangat saat berorasi, mengindikasikan ketegasan dan tekad, serta cenderung otoriter khas militer seperti karir sebelumnya. Gaya berbicara tersebut sering digunakan oleh para pemimpin dunia ketika melakukan orasi untuk mempersuasi audiens. Ketika dikaitkan dengan tanda visual lain, yaitu foto demonstrasi dan ucapan selamat, maka dapat diartikan bahwa AHY memiliki semangat tinggi untuk mengulas permasalahan hak asasi

manusia. Namun, apabila dikaitkan dengan subjudul, maka kesan 'sepenuh hati' dan 'manusiawi' kurang mampu diwakili oleh tanda visual. Dalam hal ini, antara foto dengan subjudul, memiliki fungsi yang berbeda dan kurang memiliki korelasi antara keduanya. Masing-masing berdiri dengan maknanya sendiri.

- Posisi AHY yang lebih tinggi dari audiens dapat diartikan bahwa AHY berupaya untuk menciptakan kesan perbedaan strata. Ini dapat mengindikasikan kesan bahwa seorang pemimpin selalu berada 'di atas' orang yang dipimpinya, dan dapat diasumsikan sebagai wujud dari kesan militer.
- Penggunaan warna *grayscale* yang mendominasi keseluruhan visual dapat memiliki dua arti. *Pertama*, adalah membangun kesan dramatis yaitu kondisi yang 'kelam' akan hak asasi manusia di Jakarta. *Kedua*, memberikan kesan yang kaku dan kurang bersahabat dalam penyampaian pesan.



#### Penanda dan Petanda (Denotatif)

##### 1. Tanda Visual

Unggahan ini terdiri dari tiga tanda visual utama yaitu foto pasangan, bidang geometris berwarna oranye sebagai latar belakang dari foto pasangan, dan bidang persegi untuk menempatkan nama pasangan (sebelah kiri atas) dan nomor urut pasangan di sebelah kanan atas.

##### 2. Tanda Verbal

- Teks informasi: **KamiSATU #1 Mari semarakkan gerakan KamiSATU dengan menggunakan atribut AgusSylvi setiap hari kamis.**
- Tagar: **#JakartaUntukRakyat**

#### Makna Konotatif

- Secara konotatif, tanda verbal berupa ajakan dapat dimaknai sebagai kalimat 'perintah' untuk mengajak masyarakat mendukung pasangan calon dengan mengenakan atribut, di mana atribut tersebut diwakili dengan tanda visual, berupa pakaian berwarna hitam dengan beberapa atribut lain yang melekat pada pakaian tersebut. Namun demikian, teks kurang mampu menjadi penghubung dengan visual karena baik tanda verbal maupun visual tidak memberikan kejelasan seperti: (1) bagaimanakah cara memperoleh atribut kampanye tersebut; (2) apakah atribut tersebut akan diberikan secara cuma-cuma atau dapat diperoleh di lokasi tertentu? Di sini, tampak bahwa 'memerintahkan' (yang menunjukkan

gaya militeristik) cenderung tampak pada unggahan daripada memberikan kejelasan dari pesan.

## 2. Analisis Unggahan Pasangan 2

**Unggahan Bertema Ucapan**



**Penanda dan Petanda (Denotatif)**

**1. Tanda Visual**

Unggahan didominasi oleh foto yang memperlihatkan sosok Ahok yang didampingi oleh beberapa orang yang memakai baju dari Bali yang dikombinasikan dengan kemeja formal. Ini terlihat dari bentuk dan cara pemakaian pakaian.

**2. Tanda Verbal**

- Teks ucapan: **Selamat Hari Raya Nyepi, Tahun Baru Saka 1939**
- Teks informasi tagar: **#jakartapunyasemua**

**Makna Konotatif**

- Penggunaan baju adat Bali menunjukkan Ahok sebagai calon pemimpin berupaya untuk menggunakan budaya sebagai alat untuk membangun citra positif, terutama penciptaan sosok pemimpin yang menghormati adat dan agama lain.
- Penggunaan dua baju yang berbeda, yaitu kemeja formal yang dipadukan dengan pakaian adat, juga mengindikasikan suatu gambaran bahwa calon pemimpin, meskipun bekerja di sebuah kantor (memakai pakaian formal) juga tetap memperhatikan adat dan agama yang berbeda-beda. Di Jakarta, sebagai kota multikultur, ini dapat membangun pengaruh yang cukup persuasif pada masyarakat minoritas karena merasa 'dihargai'.
- Penggunaan baju adat atau kepercayaan lain juga dapat 'mengaburkan' identitas dan problem komodifikasi. Dalam pengertian, foto dapat diartikan bahwa Ahok memiliki kepercayaan seperti pada unggahan yaitu agama Hindu, atau Ahok hanya menggunakan baju tersebut sebagai 'nilai jual' untuk mendapatkan simpati dan citra positif pada masyarakat umum atau masyarakat penganut agama Hindu.
- Secara komposisi, penempatan dan pengaturan elemen visual dan teks cenderung menciptakan aksentuasi pada foto, dan teks lebih digunakan sebagai penambat. Namun demikian, teks tidak berfungsi sebagai penghubung karena tidak dapat memberikan penguatan pesan melalui visual. Dalam pengertian, fenomena

'nyepi' yang dilakukan di Bali tidak berarti 'merayakan' tetapi justru keheningan suasana yang seharusnya ditampilkan. Foto yang tampak menunjukkan adat Bali, dalam hal ini hanya digunakan untuk mewakili nuansa 'Ke-Bali-an' daripada merepresentasikan makna nyepi yang sesungguhnya.

**Unggahan Bertema Informasi**



**Penanda dan Petanda (Denotatif)**

**1. Tanda Visual**

Unggahan ini didominasi foto yang memperlihatkan seseorang menggenggam *handphone* dengan tangan kanan dan sedang menekan tombol layar yang menampilkan pasangan Ahok Djarot.

**2. Tanda Verbal**

- Teks informasi: **Dukung Basuki-Djarot tetap bisa pol meski hanya gerak jempol**
- Alamat situs: **www.ahokdjarot.id**
- Tagar: **#PatunganRakyat**

**Makna Konotatif**

- Penggunaan teknologi pada unggahan ini dapat menunjukkan bahwa pasangan calon pencoba untuk membangun citra mengenai calon pemimpin yang 'melek teknologi', yaitu dengan memudahkan (calon) pendukung memberikan donasi. Tanda verbal, dalam unggahan ini dapat memiliki fungsi *penambat* maupun *penghubung*.
- Namun demikian, tanda visual tidak benar-benar dapat mewakili visual secara holistik, hal tersebut terlihat dari tidak digunakannya 'jempol' untuk melakukan aktivitas seperti yang tertulis. Teks, yang berfungsi sebagai *penambat*, lebih bermakna pada 'kemudahan dalam memberikan suatu dukungan'.

**Unggahan Bertema Opini**



**Penanda dan Petanda (Denotatif)**

**1. Tanda Visual**

Unggahan ini didominasi oleh foto dokumentasi Ahok yang tampak dikerumuni wartawan untuk diwawancarai. Pada foto ini Ahok terlihat mengenakan kemeja berkampanye. Secara denotatif, foto ini dapat diartikan bahwa Ahok sedang memberikan penjelasan kepada wartawan mengenai aktivitas kampanye.

**2. Tanda Verbal**

- Teks opini: **Sebuah negara akan hancur bila pejabatnya suka suap, menyuap**
- Teks 2: **Yang bersih dan melayani, Basuki-Djarot untuk Jakarta yang bebas korupsi**
- Alamat situs: **www.ahokdjarot.id**
- Tagar: **#PerjuanganBelumSelesai**

**Makna Konotatif**

- Secara konotatif perseptif, unggahan ini dapat menunjukkan bahwa pasangan calon ini (yang diwakili oleh Ahok) merupakan pasangan yang aktif dimintai keterangan oleh wartawan di berbagai kegiatan yang dilakukan selama masa kampanye. Hal tersebut mengindikasikan bahwa calon pasangan ini memiliki 'nilai berita' sehingga apapun yang dilakukan akan selalu menjadi topik pemberitaan. Ini tidak terlepas dari posisi pasangan ini yang masih menjadi kepala daerah pada masa kampanye ini.
- Namun demikian, seperti halnya unggahan sebelumnya, pada unggahan ini tanda verbal kurang memiliki korelasi yang bersifat asosiatif dengan tanda visual. Dalam pengertian, teks tidak dapat berfungsi sebagai *penambat* maupun *penghubung* dengan foto. Pembaca perlu untuk mengetahui informasi yang lebih mengenai pasangan calon di media kampanye yang lain untuk dapat membangun makna konotatif yang bersifat kognitif, seperti wujud dari bebas korupsi yang tertulis pada teks bagian bawah.

### 3. Analisis Unggahan Pasangan 3

**Unggahan Bertema Ucapan**



**Penanda dan Petanda (Denotatif)**

**1. Tanda Visual**

Unggahan didominasi oleh foto pasangan yang tampak melambaikan tangan, dengan mengenakan kemeja putih dan peci. Latar belakang merah tampak mendominasi unggahan ini. Secara denotatif, penggunaan warna merah selain membangun aksentuasi pada unggahan, juga merupakan simbolisasi dari warna merah yang umum dipakai saat momen tahun baru Imlek.

**2. Tanda Verbal**

- Teks ucapan: **GONG XI FA CAI SELAMAT TAHUN BARU IMLEK 2568**
- Alamat media sosial: **jakartamajubersama.com, jktmajubersama, @jakartamajubersama, dan @jakartamajubersama**

**Makna Konotatif**

- Unggahan ini dapat memberikan makna konotatif etis, di mana nilai-nilai keberagaman dan penghormatan kepada kepercayaan lain diangkat oleh pasangan calon meskipun memiliki kepercayaan yang berbeda (yang diwakili dengan ikon peci yang menunjukkan identitas muslim secara umum).
- Gestur tangan dari pasangan ini yang cenderung melambaikan (bukan sikap hormat) dapat diartikan bahwa pasangan ini berupaya untuk membangun kesan bersahabat dengan kepercayaan lain, yaitu suatu bentuk sapaan, terlebih dengan mimik muka yang tampak tersenyum.



**Penanda dan Petanda (Denotatif)**

**1. Tanda Visual**

Unggahan Unggahan ini terdiri dari tiga elemen visual, yaitu foto, balon kata dan infografis kalender. Foto Anies Baswedan dan Sandiaga Uno tampak diposisikan berada di tengah dengan porsi yang mendominasi. Anies dan Sandiaga mengenakan kemeja berwarna putih. Latar belakang unggahan ini didominasi oleh foto saat pasangan ini sedang melakukan kampanye. Balon kata berwarna abu-abu tampak digunakan untuk mewakili informasi yang ingin disampaikan oleh Anies dan Sandiaga, dan di sebelah kanan, terlihat infografis kalender.

**2. Tanda Verbal**

- Teks informasi: **UNTUK KEPEMIMPINAN YANG BISA MERANGKUL SEMUA GOLONGAN**
- Teks 2: **15 FEB 2017 04 HARI LAGI**

**Makna Konotatif**

- Secara konotatif, unggahan ini dapat dimaknai bahwa pasangan calon ini berupaya untuk membangun kesan seorang calon kepala daerah yang dapat merangkul semua golongan. Namun demikian, antara tanda verbal seperti kata ‘...bisa merangkul semua golongan’ tidak diwakili oleh tanda visual, dan sebaliknya. Teks, dalam hal ini, lebih berfungsi untuk menciptakan suatu ‘imaji janji’ dari kandidat kepada audiens.



**Penanda dan Petanda (Denotatif)**

**3. Tanda Visual**

Unggahan ini didominasi oleh foto sosok Anies Baswedan di bagian kanan, namun tidak menunjukkan bagian tubuh atas secara utuh, namun hanya sekitar ¾ bagian. Pada gambar ini, Anies terlihat memakai mikrofon di bagian leher kemeja.

**4. Tanda Verbal**

- Teks: "Kami akan melibatkan peran pedagang dari perencanaan program, sebelum pasar ditata, mengajak pedagang berkomunikasi dan melibatkan mereka dalam setiap prosesnya." ANIES BASWEDAN & SANDI UNO

**Makna Konotatif**

- Secara konotatif, unggahan ini dapat diartikan sebagai ‘cuplikan’ Anies yang sedang melakukan pidato, ceramah atau mensosialisasikan programnya di hadapan publik (tampak dari penggunaan mikrofon). Namun demikian, unggahan ini juga dapat ‘menipu’, dalam pengertian bahwa foto Anies yang tampak mengenakan mikrofon sekadar difoto di suatu tempat untuk menunjukkan seolah-olah sedang berbicara di muka umum. Hal tersebut dikarenakan foto mengalami pemotongan sehingga tidak dapat diketahui lokasi di mana foto diambil.
- Pesan yang ingin disampaikan pada teks, tampaknya tidak dikuatkan oleh penggunaan imej yang dapat merepresentasikan atau menggambarkan pesan tersebut. Foto, dalam hal ini lebih berfungsi estetis.

**PEMBAHASAN**

Dari analisa penanda-petanda dan makna konotatif pada unggahan calon pasangan di atas, maka dapat dihasilkan pembahasan mengenai tujuh kaidah semiotika struktural atas unggahan sebagai berikut:

1. Secara *imanensi*, atau dimensi sinkronik, diperoleh hasil bahwa relasi antara tanda verbal dan visual pada sampel unggahan tiga pasangan calon, cenderung ‘membawa’ pesan yang kurang bersifat korelatif, karena masing-masing tanda menciptakan makna yang mandiri. Teks, dalam hal ini, kemampuan teks sebagai *penambat* kurang terlihat karena tanda visual kurang ‘menyiapkan’ makna yang dibawa oleh teks, sedangkan sebagai fungsi *penghubung*, teks juga kurang mampu untuk menonjolkan aksi atau peristiwa yang terjadi pada tanda visual.

- Foto-foto yang digunakan tampaknya merupakan foto dokumentasi atau sesi foto yang dilakukan di sebuah studio, yang selanjutnya dibubuhi teks bertema ucapan, informasi, maupun opini untuk menciptakan kesan seperti 'imaji janji' kepada audiens pengguna Instagram.
2. Dalam hal *Pertinensi* atau nilai pembeda pada struktur, diperoleh hasil bahwa tiap tanda visual dan verbal yang diunggah oleh masing-masing calon memiliki karakteristik yang berbeda dalam penyampaian pesan maupun pencitraan. Pada unggahan bertema ucapan, pasangan 1 cenderung menampilkan kesan atau citra yang cenderung kaku, baik secara fotografis, gaya visual maupun cara penyampaian pesan. Berbeda dengan pasangan 2 dan 3 yang cenderung lebih muda dan simbolik. Perbedaan tersebut dapat dipengaruhi dapat diasumsikan, dipengaruhi oleh profesi masing-masing pasangan calon.
  3. Mengenai kaidah *Komutasi* atau analisa atas dua pasangan, yaitu visual dan verbal. Seperti halnya pada pembahasan poin 1, unggahan para calon cenderung kurang memiliki keterkaitan makna. Adapun yang memiliki makna yang relatif 'dekat' antara visual dan teks adalah pada unggahan bertema ucapan oleh pasangan 2 (Gambar 1) dan 3 (Gambar 1 dan 3), tema informasi oleh pasangan 2 (Gambar 9 dan 22), dan bertema opini yang dilakukan oleh pasangan 2 (Gambar 18 dan 26). Selebihnya, tanda visual kurang merepresentasikan makna pada tanda verbal, maupun sebaliknya.
  4. Dari aspek *Kompatibilitas* atau analisa aturan pengkombinasian elemen-elemen teks, pada unggahan yang, di mana tanda visual dan verbal memiliki hubungan makna yang korelatif, aturan kombinasinya bersifat asosiatif, yaitu tanda verbal dapat mewakili tanda visual atau sebaliknya.
  5. Dari aspek *Integrasi* atau kesatuan antara struktur dasar dengan totalitas sistem, diperoleh asumsi bahwa keterkaitan antara tanda verbal dan visual dengan komposisi pada semua unggahan tiap calon, cenderung menguatkan nilai informasi daripada pemaknaan yang bersifat korelatif dan konotatif. Hal tersebut terlihat dari tata letak antara teks, bidang geometris, logo kampanye maupun foto, yang masing-masing diposisikan agar memiliki nilai informasi yang baik.
  6. Pada kaidah *diakronis*, atau analisis berdasarkan perubahan waktu, dapat diketahui bahwa unggahan yang dilakukan sampai dengan waktu yang ditentukan, yaitu April 2017, masing-masing pasangan calon menggunakan gaya (baik verbal maupun visual) dengan karakteristik yang cenderung serupa di setiap unggahan. Pasangan 1 lebih banyak menggunakan idiom-idiom yang berkesan kaku dan suram. Pasangan 2 cenderung menggunakan idiom-idiom yang berkesan gaul, kekinian, aktif, dan gaya-gaya tulisan dengan konten pembuktian kinerja. Sedangkan Pasangan 3 cenderung menggunakan idiom-idiom yang berkesan formal, simbolik, dengan gaya metodis, analitis, dan sistematis yang berkesan intelek. Cara penyampaian tersebut dapat dimungkinkan bahwa tiap pasangan berupaya untuk membangun citra yang konsisten, baik dalam bahasa verbal maupun visual.
  7. Dalam hal *Fungsi* atau nilai komunikasi atau fungsi-fungsi lain dari sistem, melalui analisis diperoleh asumsi bahwa unggahan

yang dilakukan oleh para pasangan calon cenderung berorientasi pada nilai informasi, baik pada tema ucapan, informasi, maupun opini. Hal tersebut terlihat dari komposisi unggahan yang menekankan pada aspek-aspek penyampaian pesan yang lugas dan mudah dipahami, seperti dominasi foto, teks dengan warna kontras dan menggunakan format tebal pada kata-kata tertentu, hingga penempatan elemen-elemen verbal dan visual yang memudahkan dalam pengorganisasian informasi.

## KESIMPULAN

Dari hasil analisis yang dilakukan, unggahan bertema ucapan, informasi dan opini yang dilakukan oleh ketiga pasangan calon secara struktural dibentuk oleh tanda verbal dan visual yang kurang memiliki korelasi atau hubungan asosiatif. Masing-masing tanda, cenderung menciptakan makna otonom yang tidak saling mewakili, sehingga teks kurang mampu mendorong atau mengontrol pembaca pada makna yang telah dipersiapkan melalui visual (fungsi penambat), dan kurang mampu menonjolkan kekuatan pesan visualnya (fungsi penghubung). Hal tersebut dapat dipengaruhi oleh penggunaan imej yang terdapat pada unggahan yang sekadar 'stok' yang dimiliki oleh tiap pasangan calon seperti foto dokumentasi atau foto studio yang kemudian diberikan penanda verbal. Namun demikian, konsep penyampaian pesan yang 'kurang lengkap' yang dilakukan oleh tiap pasangan calon dapat memberikan motivasi kepada pembaca untuk mengikuti *progress* atau berita yang dilakukan di media lain.

Selain itu, kurangnya korelasi antara tanda verbal dan visual juga dapat dipengaruhi oleh kemampuan dari aplikasi Instagram itu sendiri yang dapat memfasilitasi pengguna untuk mengunggah informasi sebanyak apapun, kapanpun dan dimanapun. Hal tersebut memungkinkan para pasangan calon untuk lebih berorientasi pada sisi kuantitas daripada kualitas informasi. Unggahan cenderung digunakan sebagai 'ruang pamer' daripada ruang edukasi politik.

Secara visual, masing-masing pasangan calon menggunakan gaya verbal dan visual yang cenderung mencerminkan profesi masing-masing. Hal tersebut terlihat dari kesan yang tercipta melalui tanda verbal dan visual. Pasangan 1 cenderung menciptakan kesan kaku dan bergaya ala militeristik, yang berbeda dengan Pasangan 2 dan 3 yang cenderung dinamis, kekinian, dan simbolik.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Barthes, Roland., 2017, *Elemen-elemen Semiotologi*, Yogyakarta: Penerbit BASABASI
- [2] Barthes, Roland., 2010, *Imaji, Musik, Teks*, Yogyakarta: Penerbit Jalasutra
- [3] Hoed, Benny H., 2014, *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya*, Depok: Komunitas Bambu
- [4] Leonard, Neil., Ambrose, Gavin. 2012. *Design Research. Investigation for successful creative solution*. Switzerland: AVA Publishing SA.
- [5] Noth, Winfried., 1990, *Handbook of Semiotics*, IN: Indiana University Press
- [6] Sugiyono, 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, CV.