

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Komunikasi merupakan alat terbaik dalam penyampaian gagasan dan aspirasi yang utamanya merupakan dua kegiatan baku dalam sistem politik yang dijalankan diberbagai negara. Komunikasi memiliki banyak macam dalam aplikasi lintas subjek keilmuan, diantaranya komunikasi politik dan komunikasi massa. Dalam memberikan dampak signifikan dalam perebutan suara pada pemilihan umum (berbagai saluran) dapat di lihat kecenderungan analisis yang beragam untuk meyakinkan pemilih (*voters*) dalam menentukan pilihannya. Kampanye politik (*political campaigns*) merupakan keharusan, secara spesifik mendefinisikannya dalam upaya pergerakan lintas massa dalam pemanfaatan pendekatan komunikasi politik dan komunikasi massa.

Digitalisasi yang merupakan keharusan dalam menghadapi globalisasi dan revolusi industri 4.0 memberikan inovasi (sebuah pendekatan terbatas) pada *Politic-Entertainment* (pendekatan konseptual pada jaringan komunikasi massa modern) yang memberikan suatu angin segar dalam menghadapi sikap apatis pemilih dalam pemilihan umum. (Firmansyah, 2020)

Pemilu di Indonesia diatur dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017. Pasal 1 angka 1 UU tersebut memuat tentang pengertian pemilu “ Pemilihan umum yang selanjutnya disebut pemilu adalah sarana kedaulatan rakyat untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat, anggota Dewan Perwakilan Daerah, Presiden dan Wakil Presiden, dan untuk memilih anggota

Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam negara kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945” demikian bunyi pasal tersebut.

Salah satu yang menunjukkan bahwa pemilu tersebut dikatakan berhasil bisa kita lihat dari tingkat partisipasi pemilihnya. Perlu kita sadari bahwa pemilu tidak bisa lepas dengan kata golput. Golongan Putih atau yang sering kita sebut golput ini adalah seorang individu yang tidak menggunakan hak pilihnya pada saat pemilu dengan berbagai faktor dan alasan. Fenomena golput sendiri sudah terjadi ketika pemilu pertama di Indonesia dilaksanakan yang diakibatkan dari kurangnya pengetahuan dan informasi tentang penyelenggaraan pemilu (Ardipnananto, 2019)

Salah satu upaya untuk mencegah terjadinya golput adalah dengan memberikan edukasi kepada masyarakat, khususnya pemilih pemula. Iklan layanan masyarakat merupakan iklan yang berisi ajakan dan pesan sosial yang dirancang untuk meningkatkan kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap berbagai persoalan yang dihadapi masyarakat. Iklan layanan masyarakat dapat menjadi bagian dari kampanye untuk mencegah pemilih pemula meninggalkan pemilu.

Berdasarkan hal tersebut, maka iklan layanan masyarakat ini perlu dimanfaatkan untuk sosialisasikan KPU kepada masyarakat luas, khususnya

pemilih pemula, untuk menyadarkan atau mengingatkan mereka akan pentingnya menggunakan hak pilih yang dimilikinya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka pertanyaan pada tugas iklan layanan masyarakat ini adalah: “Bagaimana cara meningkatkan kesadaran masyarakat dan partisipasi pemilih dalam pemilu melalui iklan layanan masyarakat?”

## **1.3 Tujuan Perancangan Karya**

Tujuan dibuatnya karya ini adalah untuk:

- 1.3.1 Membuat iklan layanan masyarakat yang membantu mengedukasi masyarakat tentang pemilu.
- 1.3.2 Meningkatkan kesadaran masyarakat bahwa hak pilih setiap orang penting untuk menciptakan perubahan.
- 1.3.3 Meningkatkan kesadaran dan mengajak partisipasi masyarakat dalam pemilu.

## **1.4 Batasan Ruang Lingkup Perancangan**

Karena bahan penelitian yang luas dan terbatasnya waktu, biaya dan tenaga, maka peneliti membatasi penelitian demi keakuratan hasil. ILM tersebut diposting dalam bentuk video di media sosial termasuk akun Instagram, dan Youtube KPU Kabupaten Gunung Kidul. Dipublikasikan di media sosial,

iklan layanan masyarakat ini bertujuan untuk menjangkau generasi muda dan semua kalangan diseluruh Indonesia, khususnya di Kabupaten Gunung Kidul dan sekitarnya. Selain diunggah ke media sosial, ILM tersebut juga akan digunakan dalam sosialisasi KPU kepada masyarakat.'

## **1.5 Metode Perancangan Karya**

### **1.5.1 Tema/objek perancangan/penelitian**

Sasaran iklan layanan masyarakat ini adalah sebagian besar didominasi oleh remaja sampai dewasa. Dikutip dari (Jogja.antaraneWS) daftar pemilih pemilu kabupaten Gunungkidul yaitu sebanyak 613.155 pemilih. Hal ini perlu diperhatikan supaya para pemilih menggunakan hak pilihnya pada saat pemilihan umum. Beberapa ahli telah merumuskan definisi komunikasi. Salah satunya adalah Harold D. Laswell yang di mana ada satu formula yang sangat memudahkan seseorang untuk memahami konsep komunikasi. Dia menawarkan formula '*who says what to whom by what channel with what effect*'. Formula tersebut cukup menjelaskan konsep komunikasi. Sejalan dengan dua aliran komunikasi John Fiske, Laswell juga sepakat bahwa terdapat proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dalam komunikasi. Di sini pesan juga memegang peranan yang cukup penting.

Sehubungan dengan urgensi pesan dalam konsep komunikasi, proses pengonsumsi lagu pun bisa dimaknai sebagai suatu bentuk komunikasi. Seperti yang telah dipaparkan pada bagian sebelumnya bahwa lagu terdiri dari musik dan teks/lirik. Proses mendengarkan lagu bisa menjadi proses

komunikasi, yaitu pesan yang disebarkan dari lagu tersebut bisa berasal dari elemen lagu itu sendiri, yaitu musik serta teks atau liriknya. Berdasarkan hal tersebut, dewasa ini muncullah konsep komunikasi musik.

#### 1.5.2 Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang utama adalah observasi partisipatif dan wawancara mendalam, ditambah kajian dokumen, yang bertujuan tidak hanya untuk menggali data, tetapi juga untuk mengungkap makna yang terkandung dalam latar penelitian. Dalam melakukan observasi partisipatif, peneliti berperan aktif dalam kegiatan di lapang, sehingga peneliti dengan mudah mengamati, karena berbaur dengan yang diteliti. Utamanya adalah membuat catatan lapangan yang terdiri dari catatan deskriptif yang berisi gambaran tempat, orang dan kegiatannya, termasuk pembicaraan dan ekspresinya, serta catatan reflektif yang berisi pendapat, gagasan dan kesimpulan sementara peneliti beserta rencana berikutnya. Dalam wawancara mendalam sebaiknya digunakan wawancara terbuka yang dapat secara leluasa menggali data selengkap mungkin dan sedalam mungkin sehingga pemahaman peneliti terhadap fenomena yang ada sesuai dengan pemahaman para pelaku itu sendiri, jika perlu dibantu alat perekam. (Djaelani, 2013)

### 1.5.3 Design Produksi

a. Tema

Pemilihan umum tahun 2024 Kabupaten Gunungkidul

b. Ide

Seorang pelajar yang bersiap-siap akan melakukan kegiatan sehari-hari

c. Logline

Seorang pelajar bersiap-siap akan melakukan kegiatan sehari-hari, ketika sudah bersiap pelajar tersebut ingat bahwa dihari itu dilaksanakan PEMILU serentak 2024

d. Premis

Seorang pelajar yang akan melakukan kegiatan sehari-hari tetapi pada hari itu harus melakukan PEMILU serentak 2024

e. Sinopsis

Putro (18 tahun) adalah seorang pelajar, sedang bersiap-siap akan melakukan kegiatan sehari-hari, setelah bersiap Putro teringat bahwa hari itu akan dilaksanakan PEMILU serentak 2024.

f. Naskah

"MUDA MEMILIH"

1. INT. Kamar tidur - Day  
Putro terbangun dari tidur karena suara alarm handphonenya lalu bergegas ke kamar mandi.
2. INT. Kamar Mandi - Day  
Putro Bersiap-siap untuk cuci muka lalu Kembali lagi ke kamar untuk mbersiap-siap berangkat ke sekolah.
3. INT. Kamar tidur - Day  
Putro sedang bersiap-siap menggunakan seragam sekolahnya, ia juga bersiap-siap sambal bernyanyi tentang PEMILU 2024.

*Masuk lagu..*

"Muda Memilih"

*Gunungkidul handayani  
(Gunungkidul handayani)  
sukseske pemilu kanggo negeri  
(Sukseskan pemilu untuk negeri)*

*Gunungkidul Handayani  
(Gunungkidul Handayani)  
Rakyat guyub lan ngabekti  
(Rakyat rukun dan berbakti)  
ayo sedulur mbangun negeri  
(Ayo saudara membangun negeri)  
guyub rukun migunani  
(Kebersamaan & bermanfaat)*

*miliho sik bener  
(Pilihlah yang benar)  
supoyone makmur  
(Agar makmur)  
ojo ngasi luput  
(Jangan sampai salah)  
mengko dadi golput  
(Nanti jadi golput)*

*Gunungkidul handayani  
(Gunungkidul handayani)  
ayo poro sedulur ojo lali  
(ayo para saudara jangan lupa)*

*pemilu serentak  
(Pemilu serentak)  
tanggal 14 februari  
(Tanggal 14 Februari)*

*lagu keluar..*

#### 4. EXT. Teras rumah - Day4

Putro yang sudah siap berangkat ke sekolah teringat bahwa hari itu akan dilaksanakan PEMILU serentak 2024, pada akhirnya Putro masuk lalu keluar lagi untuk mengajak ke TPS.

#### 1.5.4 Skematika langkah-langkah perancangan

##### a. Pra produksi

Pada tahap pra produksi peneliti melakukan riset untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dalam penulisan naskah. Pada tahap ini peneliti berkoodinasi langsung dengan pihak KPU Kabupaten Gunung Kidul supaya mendapatkan data yang valid dan akurat. Setelah proses perancangan naskah selesai, peneliti mulai mencari *crew* produksi dan mulai melakukan pra produksi meeting dengan *crew* yang sudah ditentukan. Selain mempersiapkan permasalahan teknis, pada tahap pra produksi juga peneliti melakukan pencarian *talent*, melakukan *reading* dengan *talent*, melakukan *rehearsel* guna mematangkan persiapan sebelum proses produksi berlangsung.

##### b. Produksi

Pada saat produksi berlangsung, setiap *crew* bertugas sesuai dengan departemennya masing-masing. Produksi Iklan Layananan masyarakat ini dilakukan dalam waktu satu hari. Pada saat produksi ini peneliti mengeksekusi konsep yang sudah dipersiapkan dan dirancang pada saat pra produksi berlangsung.

c. Pasca Produksi

Tahap pasca produksi merupakan tahap terakhir proses pembuatan iklan layanan masyarakat ini sebelum dipublikasikan. Pada tahap ini peneliti mempersiapkan sistem penyimpanan yang akan digunakan sebagai penyimpanan semua data yang sudah diambil pada tahap produksi. Selanjutnya peneliti melakukan penyuntingan gambar, pemberian *color grading*, penyuntingan audio, dan menambahkan grafis, *title*, dan *credit*.

d. Publikasi

Pada tahap publikasi ini, peneliti menyerahkan Ikan layanan masyarakat ini kepada pihak KPU Kabupaten Gunung Kidul untuk digunakan dan dipublikasikan pada media sosial milik KPU kabupaten Gunung Kidul.