

**ANALISIS NARATIF IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
KOMISI PEMILIHAN UMUM (KPU)
TENTANG PEMILU PRESIDEN TAHUN 2014**

**SKRIPSI
untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata 1
Program Studi Televisi**



Disusun oleh

**LeistarAdiguna
NIM : 1010433032**

**JURUSAN TELEVISI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2016

**ANALISIS NARATIF IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
KOMISI PEMILIHAN UMUM (KPU)
TENTANG PEMILU PRESIDEN TAHUN 2014**

**SKRIPSI
untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata 1
Program Studi Televisi**



**Disusun oleh
LeistarAdiguna
NIM : 1010433032**

**JURUSAN TELEVISI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2016

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Skripsi ini telah diuji dan dinyatakan lulus oleh tim penguji Jurusan Televisi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta pada tanggal 8 Januari 2016.

Dosen Pembimbing I

Lucia Ratnaningdyah S., S.IP., M.A.

NIP.19700618 199802 2 001

Dosen Pembimbing II

Endang Mulyaningsih, S.IP., M.Hum.

NIP.19690209 199802 2 001

Penguji Ahli/Cognate

Arif Sulistiyono, M.Sn

NIP.19760422 200501 1 002

Ketua Jurusan Televisi

Dyah Arum Retnowati, M.Sn.

NIP. 19710430 199802 2 001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Seni Media Rekam

Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Drs. Alexandri Luthfi R., M.S.

NIP. 19580912 198601 1 001



HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas Akhir Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Ibunda tercinta Supriyati yang selalu memberi do'a, semangat serta nasehat agar setiap langkah selalu berada di jalan yang benar.

Ayahanda tercinta Bambang Dwi Suseno yang dengan sekuat tenaga menjadi tulang punggung keluarga hingga akhirnya saya bisa mengenyam pendidikan sejauh ini.

Adik saya tercinta Solida Firjatullah yang selalu mendorong saya dengan pertanyaan-pertanyaan skeptis tentang skripsi yang tak kunjung selesai

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan karunia dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini tepat waktu. Skripsi berjudul ANALISIS NARATIF IKLAN LAYANAN MASYARAKAT KOMISI PEMILIHAN UMUM TENTANG PEMILU PRESIDEN 2014 ini ditulis sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi pada program pengkajian televisi, Jurusan Televisi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Dengan keterbatasan ilmu yang penulis miliki, tidak sedikit hambatan dan kendala yang harus dihadapi dalam upaya menyelesaikan skripsi ini. Namun, berkat bantuan, dorongan dan kerjasama dari berbagai pihak, akhirnya hambatan dan kendala tersebut dapat terselesaikan dengan baik. Penulis, oleh karena itu, ingin menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini kepada pihak-pihak berikut:

1. Kedua orang tua tercinta yang selalu mencurahkan kasih sayang serta dukungan.
2. Lucia Ratnaningdyah S., S.IP., M.A.
3. Endang Mulyaningsih, M.S.IP., M.Hum.
4. Arif Sulistiono, M.Sn., selaku dosen penguji ahli.
5. Dyah Arum Retnowati, M.Sn. Ketua Jurusan Televisi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia, Yogyakarta.
6. Drs. Alexandri Luthfi R. MS. selaku Dekan Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
7. Bapak Rudi, Staf Humas KPU, sebagai narasumber verifikasi data objek penelitian ini.
8. Maria Ulfa.
9. Seluruh dosen pengajar Jurusan Televisi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

10. Teman-teman seperjuangan dari teman-teman-teman angkatan 2010.

Akhirnya, penulis hanya dapat berharap semoga segala bantuan dan kebaikan yang telah diberikan sejumlah pihak memperoleh balasan dari Allah SWT. Amin.

Yogyakarta, Februari 2016



Leistar Adiguna

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR BAGAN	ix
DAFTAR <i>CAPTURE</i>	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Tinjauan Pustaka.....	8
F. Metode Penelitian	9
BAB II. OBJEK PENELITIAN	16
A. Pilpres 2014 di Indonesia	17
B. KPU	19
C. ILM Versi Jingle Pilpres 2014	24
D. ILM Versi Pilpres 2014.....	27
E. ILM Versi DPTb DPKTb Pilpres 2014	29
F. ILM Versi Mars Pilpres 2014	30

BAB III. LANDASAN TEORI	34
A. Iklan Layanan Masyarakat	34
B. ILM dan Bentuk Film (<i>Film Form</i>).....	39
C. Naratif Sebagai Bentuk Formal	43
BAB IV. PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	52
A. Analisis Unsur Naratif ILM Versi Jingle Pilpres 2014	53
B. Analisis Unsur Naratif ILM Versi Pilpres 2014.....	68
C. Analisis Unsur Naratif ILM Versi DPTb DPKTb Pilpres 2014.....	85
D. Analisis Unsur Naratif ILM Versi Mars Pilpres 2014	97
E. Telaah Analisis Naratif ILM Pilpres 2014 Produksi KPU	110
F. Bentuk Naratif dalam Proses Komunikasi ILM Pilpres 2014	122
G. Pencitraan Pilpres 2014 Oleh KPU dalam Seluruh ILM Pilpres 2014 .	125
BAB V. PENUTUP	132
A. Kesimpulan	132
B. Saran	134
DAFTAR PUSTAKA	137
LAMPIRAN	

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1. Alur proses analisis data secara keseluruhan	12
Bagan 1.2. Pemetaan konsep analisis elemen naratif.....	13
Bagan 1.3. Alur pencarian pola elemen naratif	14
Bagan 1.4. Ilustrasi proses pembacaan pola elemen naratif.....	15
Bagan 3.1. Proses komunikasi dalam iklan.....	37



DAFTAR CAPTURE

<i>Capture 4.1. Eksposisi ILM versi Jingle Pilpres 2014</i>	57
<i>Capture 4.2. Setup ILM versi Jingle Pilpres 2014.....</i>	58
<i>Capture 4.3. Ending Plot ILM versi Jingle Pilpres 2014.....</i>	60
<i>Capture 4.4. Traits Judika sebagai penyanyi populer.....</i>	62
<i>Capture 4.5. Ruang lokasi plot dengan latar yang polos</i>	63
<i>Capture 4.6. Wanita berkursi roda mencoblos.....</i>	67
<i>Capture 4.7. Grafis tulisan di segmen 1.....</i>	72
<i>Capture 4.8. Grafis tulisan di segmen 1.....</i>	73
<i>Capture 4.9. Grafis tulisan di segmen 1.....</i>	73
<i>Capture 4.10. Narator wanita menyentuh properti layar sentuh</i>	75
<i>Capture 4.11. Informasi visual dari narator wanita</i>	75
<i>Capture 4.12. Grafis pengingat tanggal pelaksanaan Pilpres 2014</i>	76
<i>Capture 4.13. Busana formal narator wanita</i>	80
<i>Capture 4.14. Fasilitas canggih kantor narator wanita</i>	82
<i>Capture 4.15. Grafis tulisan yang berisi informasi</i>	88
<i>Capture 4.16. Adegan penutup disertai tanggal</i>	89
<i>Capture 4.17. Tulisan yang memulai ILM ini</i>	100
<i>Capture 4.18. Shot yang mengenalkan karakter</i>	101
<i>Capture 4.19. Karakter menghormat</i>	103
<i>Capture 4.20. Kostum masing-masing karakter</i>	106
<i>Capture 4.21. Tya bergaya sesuai lirik lagu</i>	107
<i>Capture 4.22. Rangkaian gambar yang menampilkan hal teknis.....</i>	116

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Data golput tiga periode Pilpres secara langsung.....	18
Tabel 4.1. Tinjauan plot seluruh ILM	114
Tabel 4.2. Tinjauan kausalitas seluruh ILM	120
Tabel 4.3. Tinjauan ruang seluruh ILM	123
Tabel 4.4. Tinjauan waktu seluruh ILM	124
Tabel 4.5. Tinjauan narasi seluruh ILM	125
Tabel 4.6. Tinjauan proses komunikasi iklan seluruh ILM	128



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Foto-Foto Seminar Tugas Akhir Skripsi di Ruang AUVI FSMR ISI,
Yogyakarta.

Lampiran 2. Desain Poster Seminar Tugas Akhir Skripsi

Lampiran 3. Desain Undangan Seminar Tugas Akhir Skripsi

Lampiran 4. Form I-VII Syarat Tugas Akhir Skripsi



ABSTRAK

Penelitian “Analisis Naratif Iklan Layanan Masyarakat Komisi Pemilihan Umum Tentang Pemilu Presiden 2014” ini bertujuan untuk mengetahui Pemilu Presiden 2014 dicitrakan oleh Komisi Pemilihan Umum melalui bentuk-bentuk naratif yang dianalisis dari seluruh Iklan Layanan Masyarakat tentang Pemilu Presiden 2014 produksi Komisi Pemilihan Umum.

Penelitian ini menggunakan teori naratif dari Bordwell-Thompson yang melihat elemen naratif terdiri dari plot dan cerita, kausalitas, ruang, waktu serta narasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemilu Presiden 2014 dicitrakan dalam Iklan Layanan Masyarakat yang diproduksi Komisi Pemilihan Umum sebagai peristiwa pesta demokrasi yang rutin dilaksanakan, resmi dan serius.

Citra Pemilu Presiden seperti ini ditujukan untuk masyarakat yang responsif dan partisipatif dan tidak untuk masyarakat yang skeptis dan apatis. Lebih lanjut lagi, citra Pemilu Presiden seperti ini ternyata tidak berhasil meningkatkan tingkat partisipasi masyarakat dalam Pemilihan Umum malah menurunkannya. Oleh karena itu, citra Pemilu Presiden seperti ini berpotensi menjadi *stereotype* yang membosankan bagi masyarakat. Perlu pencitraan yang lebih segar lagi dalam Iklan Layanan Masyarakat Pemilu Presiden yang akan datang.

Kata Kunci: Iklan Layanan Masyarakat, Naratif, Citra Pemilu Presiden 2014

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pemilihan Umum Presiden (Pilpres) merupakan peristiwa yang diadakan lima tahun sekali untuk memilih Presiden Negara Indonesia. Peristiwa ini mestinya diikuti oleh seluruh rakyat Indonesia yang memiliki hak pilih tanpa terkecuali. Pada tahun 2014 Pilpres kembali diadakan untuk memilih Presiden Indonesia periode 2014-2019. Akan tetapi peristiwa ini ternyata tidak diikuti oleh seluruh masyarakat yang memiliki hak pilih. Ada banyak anggota masyarakat yang seharusnya berpartisipasi tidak ikut memilih pada hari pemungutan atau pencoblosan kertas suara di lokasi tempat pemungutan suara. Jumlah anggota masyarakat yang tidak ikut berpartisipasi dalam Pilpres 2014 atau lebih populer disebut dengan golput (golongan putih) ternyata lebih besar daripada jumlah golput pada gelaran Pilpres periode sebelumnya. Data pemilih golput pada Pilpres periode 2009 lalu adalah 43.085.012 orang. Sementara data pemilih golput pada Pilpres periode 2014 lalu adalah sebanyak 58.990.183 orang (news.detik.com, diakses pada 1 Oktober 2014 pukul 15.19). Hal yang lebih mengherankan, jumlah golput pada Pilpres 2014 bahkan lebih besar daripada jumlah golput pada peristiwa Pemilihan Umum Legislatif (Pileg) tahun yang sama.

Lembaga penyelenggara Pemilihan Umum baik Pilpres maupun Pileg adalah Komisi Pemilihan Umum (KPU). Lembaga ini bertanggungjawab atas kelancaran dan kesuksesan peristiwa Pilpres tahun 2014. Tidak ditemukannya kejadian-kejadian yang secara teknis mengganggu jalannya Pilpres tahun 2014 memberikan indikasi bahwa Pilpres tahun 2014 bisa dikatakan berjalan dengan lancar. Namun Pilpres tahun 2014 bisa dibilang belum sesukses tahun 2009 karena jumlah golput Pilpres tahun 2014 meningkat cukup signifikan dari penyelenggaraan tahun sebelumnya. Jumlah golput selalu menjadi salah satu indikasi suksesnya penyelenggaraan Pilpres. Apabila jumlah golput pada satu periode Pilpres lebih kecil daripada Pilpres periode sebelumnya, maka dapat dikatakan Pilpres tersebut cukup sukses. Hal inilah yang kemudian membuat KPU

sebagai penyelenggara Pilpres tahun 2014 melakukan sosialisasi untuk menekan jumlah golput pada Pilpres kali itu. Sayangnya, sosialisasi tersebut kurang menunjukkan hasilnya.

Golput selalu menjadi momok setiap terjadi penyelenggaraan Pemilihan Umum mulai dari Pemilihan Umum Kepala Daerah (Pilkada), Pileg hingga Pilpres. KPU selaku lembaga penyelenggara gelaran berbagai macam Pemilihan Umum tersebut memiliki tugas untuk mengurangi jumlah kemunculan golput dari tiap periode Pemilihan Umum. Tidak ada tuntutan untuk menghilangkan jumlah golput pada semua Pemilihan Umum karena hal tersebut nyaris mustahil sehingga tindakan paling realistis yang bisa dilakukan menghadapi kemunculan golput adalah mengurangi angka golput. Tugas ini yang mendorong KPU untuk mensosialisasikan segala hal penting terkait Pemilihan Umum kepada masyarakat melalui media-media strategis yang dapat menjangkau seluruh masyarakat di Indonesia. Salah satu pilihan media yang memiliki daya jangkauan yang luas untuk keperluan sosialisasi adalah televisi melalui program iklannya.

Kegiatan bersosialisasi di televisi bagi lembaga non-profit seperti institusi pemerintahan atau lembaga publik seperti KPU bukan hal yang baru. Pemerintah melalui departemen-departemennya melakukan berbagai macam sosialisasi dengan menggunakan iklan televisi untuk program-program mereka seperti program Keluarga Berencana, program kesadaran masyarakat anti-rokok hingga program menghemat listrik dan energi. Iklan televisi semacam ini yang mengangkat informasi – informasi yang terkait kepentingan publik disebut oleh Ongkowitz (2008) sebagai iklan layanan masyarakat (ILM). Dengan demikian, iklan yang diproduksi oleh KPU untuk ditayangkan di televisi merupakan jenis Iklan Layanan Masyarakat (ILM).

KPU memproduksi ILM tentang hal-hal yang berhubungan dengan Pilpres 2014 untuk ditayangkan di televisi guna memenuhi tugasnya mensosialisasikan Pilpres 2014 kepada seluruh masyarakat partisipan di seluruh Indonesia. Jumlah ILM yang diproduksi untuk kepentingan Pilpres 2014 ada empat video. ILM-ILM tersebut yaitu ILM versi *Jingle* Pemilu 2014, ILM versi Pemilu Presiden 2014,

ILM versi DPTb dan DPKTb Pemilu Presiden 2014 dan ILM versi Mars Pemilu 2014.

Tugas sosialisasi Pilpres 2014 ini selain untuk mengumumkan atau mengingatkan hal-hal teknis dalam Pilpres, seperti jadwal pemungutan suara, tata cara mencoblos kertas suara, atau mendaftar menjadi pemilih, juga merupakan upaya KPU sebagai penyelenggara untuk mengajak sebanyak-banyaknya anggota masyarakat agar berpartisipasi memilih calon presiden pada Pilpres tahun 2014. Semakin banyak anggota masyarakat yang menggunakan hak pilihnya pada hari pemungutan suara, semakin sedikit pula jumlah kemunculan golput pada Pilpres periode tersebut. Apabila jumlah golput pada Pilpres 2014 lebih kecil daripada Pilpres periode sebelumnya, maka KPU bisa mengklaim bahwa Pilpres tahun 2014 yang mereka selenggarakan telah sukses. Kenyataannya, jumlah golput Pilpres tahun 2014 ternyata meningkat dibanding periode yang lalu sehingga KPU yang menyelenggarakan Pilpres tahun 2014 menjadi salah satu pihak yang dikritik terkait hal tersebut.

Jumlah golput yang meningkat pada Pilpres 2014 dipengaruhi oleh berbagai faktor yang menurut KPU salah satunya adalah sosialisasi (Padmoningrat, 2013). Produk ILM Pilpres 2014 di televisi yang diproduksi KPU, sebagai salah satu bentuk sosialisasi, patut ditinjau kembali dalam rangka apresiasi kinerja sosialisasi yang dilakukan oleh KPU selama masa persiapan Pilpres 2014.

Evaluasi sederhana terhadap ILM terkait Pilpres biasanya akan langsung menitikberatkan pada efektivitas ILM dalam mempengaruhi target khalayaknya. Efektivitas ILM Pilpres 2014 yang diproduksi oleh KPU memang menarik untuk dievaluasi lebih lanjut. Namun, evaluasi dari sudut pandang tersebut dengan berbagai variasi sudut pandangnya sudah sering dilakukan. Malah, jika memang diadakan sebuah evaluasi, efektivitas iklan adalah hal pertama yang akan diteliti. Pada posisi inilah, evaluasi terhadap bentuk artistik ILM Pilpres 2014 yang diproduksi KPU menjadi jarang terangkat dalam berbagai penelitian. Peneliti pun menganggap evaluasi ILM Pilpres 2014 yang diproduksi KPU menjadi lebih menarik jika ditelaah dari bentuk artistiknya. Dengan demikian, ILM Pilpres 2014

dari KPU diperlakukan sebagai karya seni yang dapat dievaluasi, diapresiasi dan dikritisi.

Apresiasi atau evaluasi yang bersifat artistik dapat diterapkan dalam meneliti ILM Pilpres 2014 ini karena persamaan medianya dengan karya seni audio visual lain seperti film. Kritik terhadap bentuk ILM Pilpres 2014 juga bisa dilihat sebagai upaya merefleksikan berbagai pesan-pesan, baik tersurat maupun tersirat, yang berseliweran dalam bentuk video ILM tadi. Upaya ini hadir untuk memperkaya cara mengevaluasi tugas sosialisasi Pilpres 2014 yang dilakukan KPU. Jika ILM Pilpres 2014 melulu hanya dilihat sebagai sebuah usaha membujuk atau mempengaruhi masyarakat, maka perlakuan ini menjadi tidak adil bagi ILM Pilpres 2014 yang memiliki bentuk dan cara beroperasinya sendiri. Evaluasi menjadi sepihak dengan menitikberatkan pada satu sudut saja sementara sudut yang lain diabaikan. Hal semacam ini bisa menjadi pekerjaan setengah-setengah yang tidak pernah selesai.

Media audio visual mengandung banyak elemen-elemen yang saling berhubungan dalam satu sistem besar. Sistem besar ini yang kemudian menarik perhatian penonton dan menyampaikan berbagai informasi sesuai keinginan pihak yang memproduksinya. Dengan melihat pesan atau informasi dan bentuk ILM sebagai sebuah kesatuan dan tidak terpisah-pisah, penelitian yang dilakukan dapat membaca apa yang diprioritaskan oleh KPU sebagai pihak yang memproduksi ILM Pilpres 2014. Lebih lanjut lagi, prioritas ini menjadi semacam panduan untuk memahami pencitraan Pilpres 2014 menurut KPU dari ILM yang mereka produksi. Pemahaman terhadap pencitraan Pilpres 2014 menurut pihak penyelenggaranya sendiri pada titik tertentu dapat digunakan untuk mengevaluasi persepsi antara KPU sebagai pihak penyelenggara dengan masyarakat sebagai pihak partisipan Pilpres 2014.

Usaha memahami cara KPU mencitrakan Pilpres 2014 kepada masyarakat dari ILM Pilpres 2014 seperti yang dilakukan oleh penelitian ini menjadi layak untuk dilakukan sebab hasil penelitian ini akan membawa evaluasi terhadap kinerja sosialisasi KPU menuju evaluasi yang utuh. Keutuhan evaluasi ini akan menjadi introspeksi bagi KPU dalam memproduksi bentuk ILM Pilpres atau

Pemilihan Umum lainnya yang lebih baik lagi. Selain itu, penelitian yang menjadikan ILM sebagai objek masih jarang dilakukan di institusi pendidikan peneliti. Maka, penelitian ini pun semakin menjadi layak dan penting untuk segera dilakukan. Pada skala yang lebih luas lagi, penelitian yang memperlakukan ILM Pilpres 2014 sebagai bentuk artistik belum pernah dikerjakan sebelumnya. Penelitian ini pun menjadi orisinal dan layak untuk dikerjakan guna menjadi tambahan bahan evaluasi terhadap sosialisasi Pilpres 2014.

Bentuk ILM sebagaimana juga berlaku pada bentuk film atau program televisi terbentuk dari sebuah sistem yang menghubungkan berbagai macam elemen-elemen. Penonton selalu dapat mengenali elemen-elemen ini saat sedang menonton film. Mereka biasanya berusaha mengenali cerita yang disampaikan oleh film melalui elemen-elemen naratifnya. Penonton juga akan mengenali elemen-elemen lainnya dalam film seperti pergerakan kamera, akting pemain, suara yang terdengar dan hal-hal berbaur teknis lainnya. Bordwell-Thompson (2008) menyebut elemen-elemen tadi sebagai elemen-elemen stilistik. Masing-masing elemen naratif maupun stilistik saling mempengaruhi dan bergantung satu sama lain dalam sistem sehingga terbentuklah sistem naratif dan sistem stilistik. Dua sistem ini selanjutnya saling berhubungan dan memberikan petunjuk-petunjuk bagi penonton untuk dapat memahami sebuah film.

Penelitian ini menyusun kerangka pemikirannya berdasarkan pandangan Bordwell-Thompson terkait bentuk film yang memiliki dua sistem formal, yaitu sistem bentuk naratif dan sistem bentuk stilistik. Sistem bentuk naratif mencakup elemen-elemen penceritaan dari sebuah film atau dalam penelitian ini ILM Pilpres 2014. Sementara sistem bentuk stilistik mencakup elemen-elemen teknis dari ILM Pilpres 2014, seperti pergerakan kamera, tata suara, editing dan lain sebagainya. Kedua sistem tadi tidak ditelaah kedua-duanya dalam penelitian ini karena pembatasan tujuan penelitian dan masalah yang hendak diangkat peneliti. Penelitian ini memutuskan untuk lebih menelaah sistem bentuk naratif ILM Pilpres 2014 daripada sistem bentuk stilistiknya karena pertimbangan-pertimbangan tertentu.

Pertimbangan yang paling utama adalah tujuan akhir yang hendak dicapai oleh penelitian ini. Tujuan akhir penelitian ini adalah menemukan pencitraan Pilpres 2014 menurut KPU dari ILM yang mereka produksi. ILM adalah media penyampai informasi dari KPU seputar Pilpres 2014 kepada masyarakat partisipan Pilpres sehingga membaca ILM yang diproduksi KPU berarti membaca pandangan KPU sendiri mengenai Pilpres 2014 yang mereka selenggarakan. Pembacaan ini hanya akan berhasil apabila metode pembacaannya dan bagian mana yang akan dibaca sudah tepat. Oleh karena itu, bentuk naratif ILM Pilpres 2014 adalah yang paling tepat dibaca sesuai dengan kepentingan penelitian ini. Selain itu metode yang paling tepat untuk membacanya pun menggunakan metode analisis naratif yang menurut Eriyanto (2013) melihat teks atau produk kultural, seperti ILM Pilpres 2014 objek penelitian ini, sebagai sebuah narasi atau cerita.

Pertimbangan lainnya adalah terkait bentuk ILM Pilpres 2014 itu sendiri. Bentuk ILM Pilpres 2014 yang terbagi menjadi dua sistem bentuk, yaitu sistem naratif dan sistem stilistik, mengandung konsekuensi-konsekuensi tertentu apabila dibaca secara bersamaan atau salah satunya saja. Jika ILM Pilpres 2014 hanya dibaca sistem stilistiknya saja, maka hasil analisis pun akan menjadi analisis gaya artistik yang condong pada hal-hal berbau teknis. Sementara jika dua sistem bentuk tadi dibaca secara bersamaan, maka hasil analisis akan lebih condong pada sebuah kritik struktural atas bentuk artistik ILM Pilpres 2014. Namun jika ILM Pilpres 2014 hanya dibaca sistem bentuk naratifnya saja, maka akan terlihat sudut pandang, persepsi bahkan ideologi yang digunakan oleh KPU sebagai pembuat ILM dalam menyampaikan pesan dan informasi terkait Pilpres 2014 kepada masyarakat. Jadi, pembacaan sistem bentuk naratif ILM Pilpres 2014 secara terpisah dengan sistem bentuk stilistiknya adalah langkah yang paling tepat untuk dilakukan sesuai dengan kepentingan penelitian ini.

Pertimbangan peneliti yang selanjutnya adalah kemungkinan kompleksnya bentuk ILM Pilpres 2014 saat dibaca sistem bentuk naratifnya. Kompleksitas bisa muncul karena narasi ILM Pilpres 2014 tidak seperti bentuk narasi pada umumnya seperti yang ditemukan dalam film atau serial televisi. Namun kompleksitas itu bisa diatasi ketika mengingat betapa luasnya bentuk naratif itu sendiri. Naratif atau

cerita berada di sekitar manusia. Malah menurut Stokes (2006) tampaknya sudah merupakan karakteristik dasar manusia untuk menceritakan kisah tentang diri mereka, dunia mereka dan fenomena-fenomena yang mereka alami. Cerita dan kisah merupakan pondasi berbagai bentuk kultural dari yang paling tua seperti mitos atau kitab sastra kuno hingga yang paling kontemporer seperti film, program televisi ataupun *video game*.

Cakupan narasi, meski sangat luas, menurut Eriyanto (2013), ada tiga syarat dasar suatu bentuk seni atau kultural menjadi narasi. Tiga syarat tersebut adalah rangkaian peristiwa, mengikuti logika tertentu dan pemilihan peristiwa. ILM Pilpres 2014 bisa dilihat sebagai produk seni yang mengandung narasi atau cerita dalam bentuknya berdasarkan tiga syarat tersebut. ILM Pilpres 2014 tidak hanya terdiri dari satu peristiwa saja namun berbagai peristiwa dirangkai di dalamnya. Rangkaian peristiwa itu pun tidak dirangkai secara acak atau asal saja. Peristiwa dirangkai menuruti logika tertentu, yaitu logika yang terbentuk dari hubungan sebab-akibat yang logis. Lalu peristiwa-peristiwa yang ditampilkan dalam ILM Pilpres 2014 sudah diseleksi terlebih dahulu oleh pembuatnya, yaitu KPU. Dengan demikian, kompleksitas yang mungkin muncul saat pembacaan elemen naratif ILM Pilpres 2014 bisa diatasi mengingat objek penelitian ini tetap bisa diperlakukan sebagai sebuah narasi yang dapat dibaca.

Orientasi penelitian ini hendak menemukan bagaimana KPU mencitrakan Pilpres 2014 yang mereka selenggarakan melalui ILM produksi mereka kepada masyarakat pemilih sehingga tingkat partisipasi masyarakat jauh lebih rendah daripada Pilpres periode yang lalu. Semua tahapan proses analisis dan pembacaan terhadap elemen-elemen naratif ILM Pilpres 2014 dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut. Metode analisis naratif dipandang peneliti adalah metode yang paling tepat untuk melaksanakan tahapan-tahapan pembacaan yang dikerjakan sepanjang penelitian ini berlangsung. Pandangan peneliti juga berdasarkan pada kelebihan-kelebihan analisis naratif yang cocok diterapkan pada penelitian ini. Menurut Eriyanto (2013), analisis naratif dapat membantu memahami bagaimana pengetahuan, makna maupun nilai diproduksi dan disebarkan dalam masyarakat. Kelebihan lainnya adalah analisis naratif dapat memperlihatkan hal-hal yang

tersembunyi dan laten dari suatu teks. Dengan begitu, hasil analisis pun akan dapat berfungsi memperkaya bahan evaluasi terhadap sosialisasi Pilpres 2014.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana bentuk naratif masing-masing ILM produksi KPU untuk Pemilu Presiden tahun 2014 ?
2. Bagaimana pencitraan Pemilu Presiden tahun 2014 dalam ILM yang diproduksi KPU?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Menemukan bentuk plot, kausalitas, waktu, ruang, batasan penceritaan, kedalaman penceritaan dan narator pada iklan layanan masyarakat Pilpres tahun 2014 dari KPU.
2. Memahami pencitraan Pilpres 2014 yang tampak dari analisis naratif ILM Pilpres 2014 produksi KPU

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Menjadi bahan evaluasi bagi institusi KPU dalam usahanya membuat iklan yang bertujuan mengajak masyarakat menggunakan hak suaranya.
2. Menambah pengetahuan publik agar dapat turut mengapresiasi dan mengkritisi iklan layanan masyarakat Pilpres 2014 dari KPU.
3. Menambah bahan referensi kajian estetika formal mengenai iklan layanan masyarakat di Jurusan Televisi ISI Yogyakarta, khususnya, dan di Indonesia, umumnya.

E. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian Nurul Destiari (2014) tentang pengaruh ILM Pilpres 2014 produksi KPU versi “Daftar Pemilih Tetap” terhadap minat memilih mahasiswa Universitas Gunadarma menjadi bahan tinjauan pustaka dalam penelitian ini. Destiari menilai bahwa ILM Pilpres 2014 yang ia kaji efektif dalam meningkatkan minat memilih mahasiswa di Universitas Gunadarma. Meskipun hasil penelitian

Destiari tidak dapat digeneralisir karena terbatas pada mahasiswa Universitas Gunadarma saja, hasil penelitian ini bisa menjadi gambaran kondisi pemilih pemula dalam Pilpres 2014. Penelitian ini sama-sama menjadikan ILM Pilpres 2014 versi “Daftar Pemilih Tetap” sebagai objek penelitiannya. Perbedaannya terletak pada perlakuan terhadap objek dan teori yang dipakai untuk menganalisisnya. Penelitian ini menjadikan objek ILM tadi sebagai anggota populasi seluruh ILM Pilpres 2014 yang diproduksi oleh KPU sementara Destiari hanya meneliti satu versi ILM saja. Landasan teori yang dipakai juga sangat berbeda. Penelitian ini menggunakan teori yang menitikberatkan pada kajian formal sementara Destiari condong kepada kajian audiens dalam ilmu komunikasi.

Tinjauan pustaka selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Robert Hurd (2003). Hurd menganalisis unsur naratif dari film “Memento” (2000) karya Christopher Nolan dalam penelitiannya. Hurd menelaah salah satu unsur naratif, yaitu *story* dan *plot*, lalu meletakkannya ke dalam posisi struktural naratif film tersebut. Analisis tersebut juga mengaitkannya dengan posisi film tersebut sebagai anggota dari genre *noir film* dan *revenge film*. Kaitan antara dua genre tadi dengan struktur naratif film “Memento” adalah fokus utama Hurd dalam analisisnya. Penelitian ini menjadikan analisis Hurd sebagai referensi terkait hasil analisis Hurd yang hampir sama dengan apa yang hendak dicapai penelitian ini. Uraian hasil analisis aspek naratif yang dilakukan Hurd terhadap “Memento” menjadi referensi bagi penelitian ini nantinya. Meskipun begitu, apa yang diuraikan dalam penelitian ini tidak sampai menyentuh persoalan struktur genre dan hal lain yang disorot oleh Hurd dalam analisisnya. Perbedaan mendasar lainnya antara analisis Hurd dan penelitian ini adalah objeknya. Hurd menganalisis film layar lebar sementara penelitian ini menelaah ILM yang dimaksudkan untuk disiarkan di televisi.

F. METODE PENELITIAN

Penelitian ini terbagi menjadi dua tahapan, *pertama*, tahap analisis naratif tiap iklan dan yang *kedua*, tahap menelaah pencitraan KPU terhadap Pemilu Presiden (Pilpres) tahun 2014 dari sistem naratif keseluruhan ILM yang telah

dianalisis. Pada tahap pertama, metode yang digunakan dalam penelitian adalah analisis naratif. Eriyanto (2013) menjelaskan bahwa analisis naratif adalah kajian yang melihat teks sebagai sebuah narasi. Dengan menggunakan analisis naratif, objek berupa iklan akan dibedah elemen-elemen naratifnya seperti yang telah diuraikan dalam bab sebelumnya sehingga dapat terlihat bagaimana sistem naratif iklan tersebut beroperasi. Tahapan yang kedua, yaitu tahap menelaah pencitraan Pilpres 2014 dilakukan setelah sistem naratif seluruh ILM selesai dianalisis. Pencitraan KPU terhadap Pilpres tahun 2014 dapat ditelaah dari beberapa aspek, seperti pemanfaatan naratif dalam ILM produksi KPU, posisi KPU serta calon pemilih dalam ILM Pilpres tahun 2014 produksi KPU.

a. Objek Penelitian

Populasi objek penelitian ini adalah semua video Iklan Layanan Masyarakat (ILM) Pemilu Presiden (Pilpres) tahun 2014 yang diproduksi oleh KPU. Dengan demikian, objek penelitian mesti diseleksi terlebih dahulu oleh peneliti. Proses seleksi ditentukan oleh kriteria-kriteria yang ditetapkan oleh peneliti sendiri sesuai dengan tujuan dan fokus penelitian. Hal ini sejalan dengan metode kualitatif yang diterapkan pada penelitian ini. Penelitian kualitatif memilih sampel berdasarkan tujuan atau maksud (*purposeful sampling*) agar dapat memberikan informasi penting yang tidak dapat diperoleh melalui cara lainnya (Alwasilah, 2003:146).

Kriteria yang ditetapkan peneliti terhadap objek penelitian ILM ada dua. Kriteria pertama, isi ILM harus terkait dengan tema penelitian, yaitu Pilpres 2014 dan yang kedua ILM adalah hasil produksi atau mengatasnamakan lembaga KPU. Setelah menyeleksi seluruh video yang diunggah oleh akun resmi KPU di situs Youtube terkait dengan ILM Pemilu tahun 2014, peneliti menemukan empat video Iklan Layanan Masyarakat (ILM) yang terkait Pemilu Presiden 2014 dan diproduksi serta mengatasnamakan Komisi Pemilihan Umum (KPU). Empat video tersebut kemudian menjadi anggota populasi objek penelitian. Seluruh anggota populasi kemudian tidak mengalami proses pemilihan sampel seperti layaknya penelitian pada umumnya karena yang diteliti adalah unsur naratif dari seluruh

video tersebut. Sehingga jika dilakukan pemilihan sampel justru akan mengacaukan proses analisis dalam mencapai hasil penelitian.

b. Metode Pengumpulan Data

Data objek penelitian diperoleh dengan beberapa metode, seperti :

1. Dokumentasi, yaitu metode pengumpulan data dengan mengambil dokumentasi rekaman iklan layanan masyarakat yang diproduksi oleh KPU untuk pemilu presiden tahun 2014. Rekaman diperoleh dari akun resmi KPU di situs Youtube.
2. Observasi, yaitu metode mengamati dan mencatat secara sistematis elemen-elemen naratif objek yang diteliti. Peneliti terlibat sangat dekat dengan teks atau video ILM yang diteliti dalam metode ini sehingga memudahkan peneliti dalam menarik kesimpulan pada tahap analisis nantinya (Alwasilah, 2003:155).

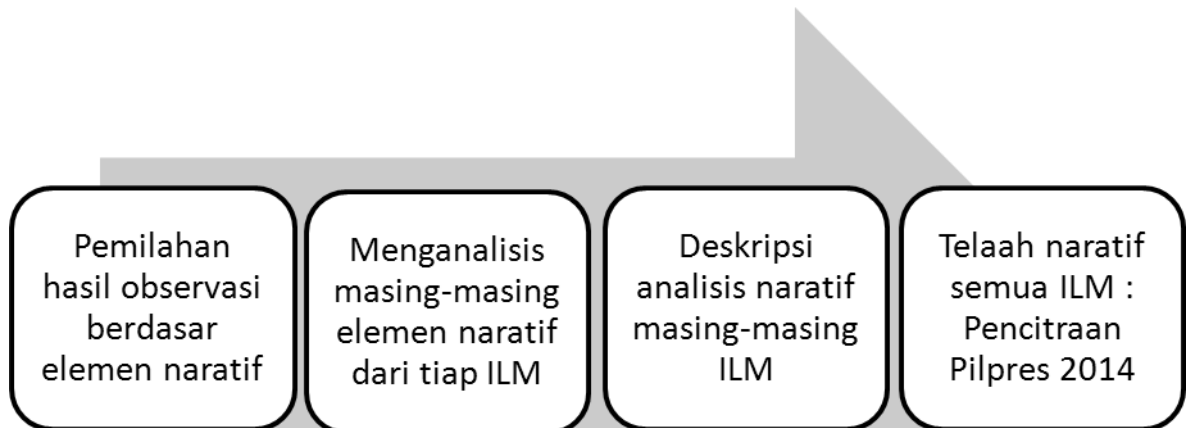
c. Analisis Data

Secara garis besar, ada dua tahapan analisis data, yaitu :

1. Tahap pertama, menganalisis semua objek, dalam hal ini video iklan, dengan menggunakan analisis naratif yang menelaah elemen-elemen naratif dari tiap video iklan;
2. Tahap kedua, menelaah pencitraan Pilpres 2014 dalam ILM yang diproduksi KPU untuk kepentingan sosialisasi Pilpres 2014 kepada masyarakat pemilih;

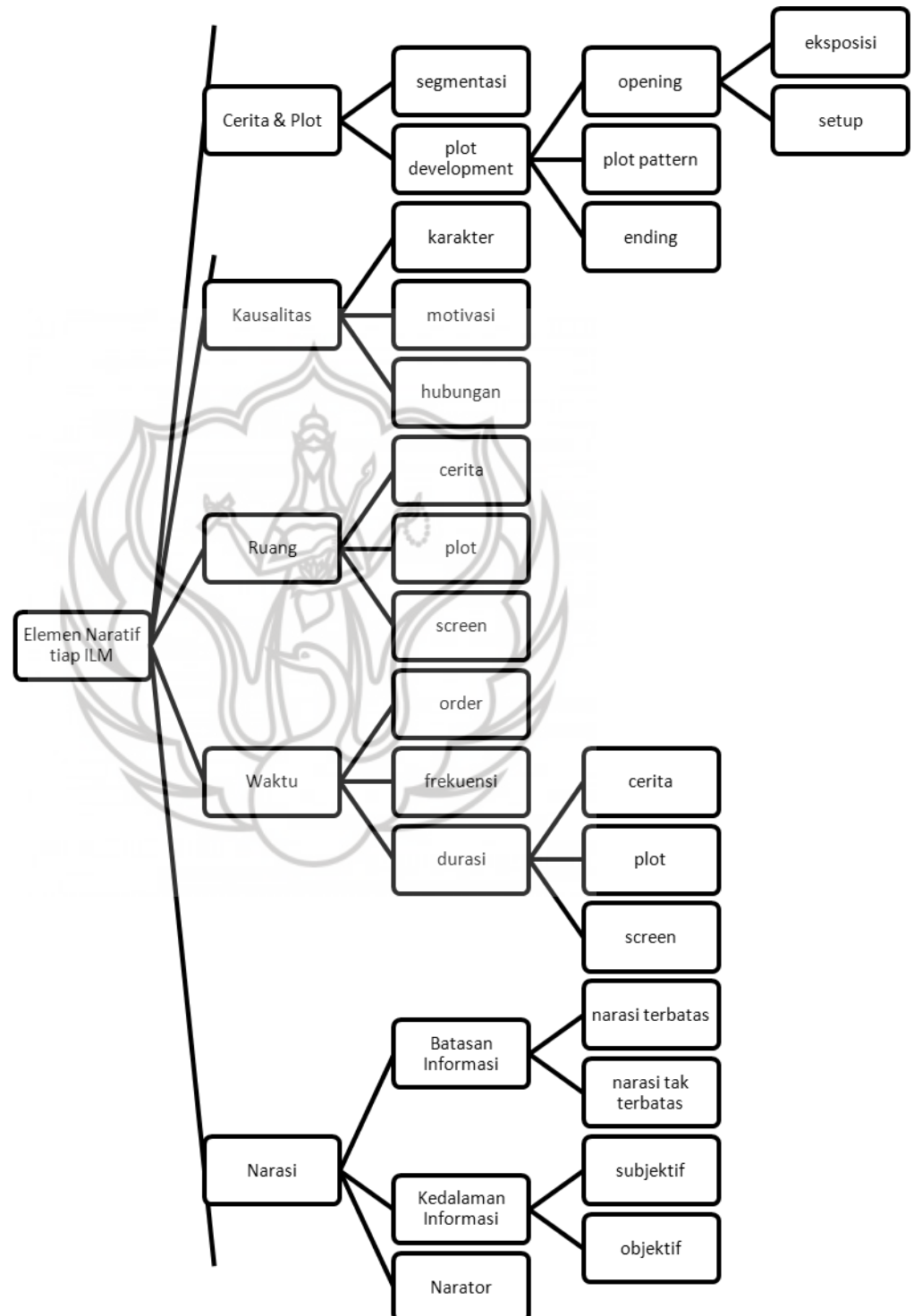
Proses analisis tahap pertama maupun kedua mempergunakan peneliti sebagai instrumen analisis yang utama. Dengan demikian, peneliti menggunakan dirinya sendiri sebagai alat untuk menganalisis objek penelitian. Hasil penelitian pun mengandung tingkat subjektifitas yang tinggi, karena itu hasil penelitian ini tidak bisa digeneralisir. Di bawah ini adalah grafik alur kerja atau proses tahapan analisis penelitian ini.

Bagan 1.1. Alur proses analisis data secara keseluruhan



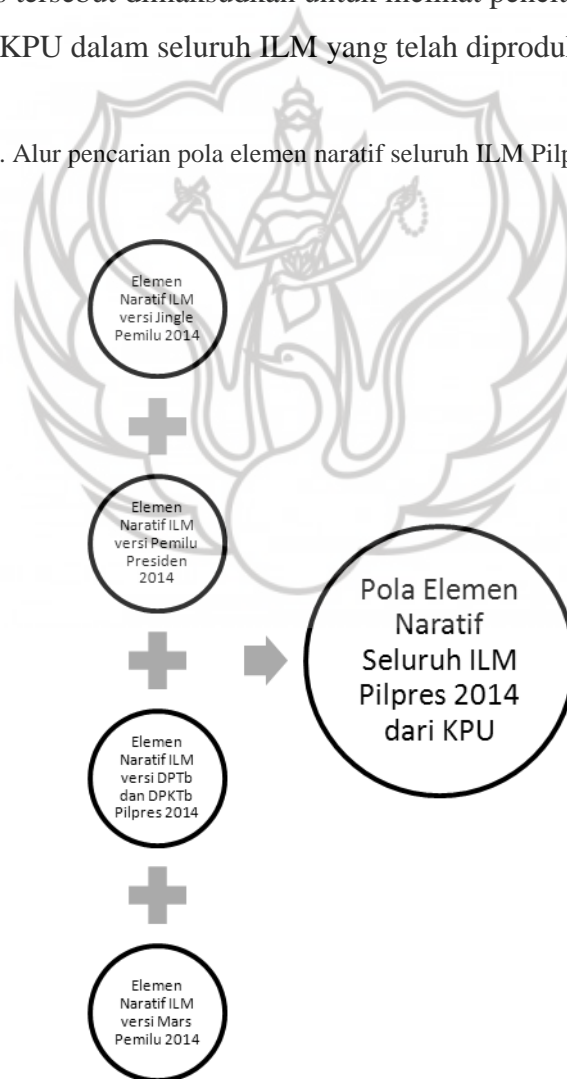
Hasil observasi terhadap objek penelitian selanjutnya dimasukkan ke dalam kerangka teoritis elemen naratif dari Bordwell-Thompson yang kemudian dianalisis berdasarkan elemen-elemen naratif dari tiap objek ILM. Berikut grafik konsep pada tahap analisis berdasar elemen naratif pada tiap ILM. Grafik konsep ini berlaku pada semua objek penelitian.

Bagan 1.2. Pemetaan konsep analisis elemen naratif



Lima elemen naratif seperti yang tampak dalam grafik di atas adalah titik mulai proses analisis. Unsur-unsur yang ada dalam masing-masing elemen naratif tadi akan ditelaah dalam tahapan ini. Semua proses analisis yang tampak dalam grafik di atas diberlakukan bagi semua objek penelitian video ILM Pilpres 2014 yang diproduksi oleh KPU. Pada tahapan telaah bentuk elemen naratif seluruh ILM, hasil analisis elemen naratif pada tiap ILM akan diperiksa secara bersamaan dan menyeluruh guna mencari pola-pola yang terbentuk pada tiap elemen naratif. Pencarian pola-pola sangat penting untuk melihat bentuk elemen naratif pada keseluruhan ILM sehingga bisa membentuk teks yang dapat dibaca secara utuh. Pembacaan teks tersebut dimaksudkan untuk melihat pencitraan Pilpres 2014 yang dilakukan oleh KPU dalam seluruh ILM yang telah diproduksi.

Bagan 1.3. Alur pencarian pola elemen naratif seluruh ILM Pilpres 2014 dari KPU



Pola-pola elemen naratif yang tampak dari seluruh ILM tadi kemudian dibaca secara komprehensif dengan mempertimbangkan situasi dan kondisi yang mendorong KPU memproduksi seluruh ILM Pilpres 2014. Hasil pembacaan inilah yang pada akhirnya akan mengarahkan penelitian ini menemukan citra Pilpres 2014 yang disampaikan oleh KPU dalam seluruh ILM Pilpres 2014.

Bagan1.4. Ilustrasi proses pembacaan pola elemen naratif seluruh ILM Pilpres 2014

