



**Representasi Budaya Popular dalam Video Parodi Jokowi-Ahok
di Youtube Selama Pemilu pada DKI Jakarta 2012**

Skripsi

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan

Pendidikan Strata 1

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Nama : Amalia Ayu Wulansari

NIM : D2C008006

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2013

Representation of Popular Culture in Jokowi-Ahok's Video Parodys on Youtube During Pemilukada DKI Jakarta 2012

Abstract

Pemilukada DKI Jakarta 2012 was marked by the rise of videos that related to Governor and Vice Governor candidates of DKI Jakarta 2012 on internet media Youtube, such as videos which is purposely made for campaign, or videos with SARA (ethnic, religion, race and inter-group) issue, that attack one of the pair's candidates. The interesting point is videos made by partisipants and volunteers who support one of the pair's candidates.

This research wanted to see how popular culture's representation in Jokowi-Ahok's videos on Youtube during Pemilukada DKI Jakarta 2012, using definition concept of popular culture by Storey, namely popular culture as a form of resistance from the oppressed or the minorities to the ruler or the majority. Codes of television by Fiske was used as a method to analyze three videos as the source of research data, by waching and reading those videos.

The result showed that popular culture being represented in the three videos of Jokowi-Ahok through songs, music, and videos that parodied K-pop and British boyband One Direction, which is became an attraction for the public. Those videos more likely used the fame that has been owned by the songs, music, and videos that being parodied in Jokowi-Ahok's vidoes and turn popular culture into a medium and tool for community to express their opinion and political aspirations.

Keywords: Representation, popular culture, Youtube, Codes of television

Representasi Budaya Populer Dalam Video Parodi Jokowi-Ahok di Youtube Selama Pemilu DKI Jakarta 2012

Abstraksi

Pemilu DKI Jakarta 2012 diwarnai dengan munculnya video-video terkait calon Gubernur dan calon Wakil Gubernur DKI Jakarta di media internet Youtube, seperti video yang memang dibuat untuk kepentingan kampanye, atau video yang berbau isu-isu SARA (suku, agama, ras, dan antar golongan) yang menyerang salah satu pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur. Yang menarik perhatian adalah video yang dibuat oleh partisipan dan relawan yang mendukung salah satu pasangan calon.

Penelitian ini ingin melihat bagaimana representasi budaya populer dalam video Jokowi-Ahok di Youtube selama Pemilu DKI Jakarta 2012, menggunakan konsep definisi budaya populer dari Storey, yaitu budaya populer sebagai suatu bentuk perlawanan kaum minoritas atau tertindas kepada kaum mayoritas atau penguasa. *Codes of television* dari Fiske digunakan sebagai metode untuk mengurai tiga video yang menjadi sumber data penelitian, dengan mengamati dan membaca tiga video Jokowi-Ahok tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya populer direpresentasikan dalam tiga video Jokowi-Ahok melalui penggunaan lagu, musik dan video yang memarodikan K-pop dan *boyband* Inggris *One Direction*, yang menjadi suatu daya tarik bagi masyarakat. Video-video tersebut seperti menggunakan ketenaran yang telah dimiliki oleh lagu, musik, dan video yang diparodikan dalam video Jokowi-Ahok dan mengubah budaya populer menjadi suatu media dan alat bagi masyarakat dalam menyampaikan aspirasi dan pendapat terkait politik.

Keywords: Representasi, Budaya populer, Youtube, *Codes of television*

Latar Belakang

Sejak Orde Baru, peran musik dan lagu pada pemilihan umum hanya sebatas sebagai “penggembira”, tidak kurang tidak lebih. Musik atau lagu digunakan sebagai penarik massa pada kampanye-kampanye yang dilakukan tiga partai saat itu. Dengan mengundang penyanyi pop dan penyanyi dangdut ternama, baik kaliber nasional atau lokal, sudah menjadi jaminan akan mendatangkan banyak massa.

Pada akhir tahun 2012, digelar pemilukada yang dapat dikatakan mengundang perhatian hampir seluruh masyarakat Indonesia yaitu Pemilukada DKI Jakarta untuk Gubernur dan Wakil Gubernur yang berakhir pada bulan Oktober 2012 dengan terpilihnya Joko Widodo sebagai Gubernur DKI Jakarta didampingi Basuki Tjahaja Purnama sebagai Wakil Gubernur DKI Jakarta periode 2012-2017. Selama masa kampanye Pemilukada DKI Jakarta, banyak hal-hal baru dalam pelaksanaannya, seperti penggunaan media internet Youtube dengan video-videonya dan isu-isu yang menyebar terkait para kandidat, termasuk Gubernur DKI Jakarta saat itu, Fauzi Bowo yang mencalonkan diri kembali untuk periode kedua sebagai Gubernur DKI Jakarta melawan Jokowi-Ahok.

Rumusan Masalah

Pemilukada DKI Jakarta 2012 adalah salah satu bukti perkembangan budaya populer sebagai alat baru dalam politik Indonesia, dengan penggunaan musik,

lagu, dan video yang sedang trend saat ini, serta menggunakan media internet, salah satunya adalah website video terbesar Youtube.

Berdasarkan perkembangan budaya populer di Indonesia, muncul pertanyaan mengenai bagaimana representasi budaya populer digunakan sebagai salah satu media dan alat dalam berpolitik, melalui video parodi Jokowi-Ahok di Youtube selama masa kampanye Pemilukada DKI Jakarta 2012?

Tujuan

Untuk mendeskripsikan representasi budaya populer digunakan sebagai salah satu media dan alat dalam berpolitik, melalui video parodi Jokowi-Ahok di Youtube selama masa kampanye Pemilukada DKI Jakarta 2012.

Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan definisi representasi dengan pendekatan konstruktivis, yaitu representasi adalah suatu kerja menggunakan obyek dan efek, makna tidak tergantung kualitas material dari tanda, melainkan dari fungsi simbol tanda tersebut. Konsep definisi budaya populer dari Storey juga digunakan untuk menjelaskan budaya populer, yaitu budaya populer merupakan bentuk perlawanan antara grup minoritas atau *subordinate* dan kekuatan dari grup dominan.

Metodologi

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif, dengan menggunakan analisis semiotik. Tiga video Jokowi-Ahok diuraikan menggunakan metode *codes of television* Fiske, dengan analisis sintagmatik, yaitu level realitas dan level representasi, serta analisis paradigmatis dengan level ideologi.

Hasil Penelitian

Pada level realitas dan level representasi, terlihat tiga video Jokowi-Ahok menggambarkan warga Jakarta dengan pengaruh budaya populer, seperti terlihat pada kostum yang bergaya K-pop, video yang memarodikan video klip Korea Selatan *Gangnam Style* dan penggunaan lagu K-pop Bigbang dan *boyband* Inggris One Direction.

Level ideologi menunjukkan bagaimana budaya populer digunakan sebagai media dan alat dalam menyampaikan aspirasi, pendapat, atau kritik yang berkaitan dengan politik.

Kesimpulan

1. Bentuk budaya populer direpresentasikan dalam dua video, yaitu video 1: Jokowi Basuki (*Gangnam Style n Big Bang*) Parody, di mana dalam video tersebut, digunakan lagu K-pop Bigbang 'Fantastic Baby' dengan video

yang memarodikan video klip rapper Korea, *PSY*, '*Gangnam Style*'. Video kedua yang merepresentasikan budaya populer adalah video 3: JOKOWI DAN BASUKI – *what makes you beautiful by one direction* [*PARODY*]. Video ini menggunakan lagu dari *boyband* Inggris yang sedang naik daun, *One Direction* '*what makes you beautiful*'.

2. Dalam video 2: Jokowi dan Foke – TAKOTAK MISKUMIS by CAMEOProject feat. Yosi Project Pop, Yosi menggunakan lagu dan video, serta Youtube sebagai media untuk menyoroti masalah isu SARA yang muncul pada Pemiluakada DKI Jakarta. Budaya populer digunakan Yosi sebagai media untuk menyampaikan aspirasi, pendapat, dan protes tentang isu SARA yang mewarnai pemiluakada tersebut.

Saran

1. Implikasi Teoritis

Penelitian ini berusaha untuk memberi gagasan pemikiran dan kontribusi dalam ragam penelitian mengenai representasi budaya populer sesuai dengan salah satu konsep definisi Storey, yaitu budaya populer digunakan sebagai suatu bentuk perlawanan kaum tertindas atau lemah, dalam hal ini adalah masyarakat umum, terhadap kaum penguasa yaitu pemerintah dan politikus.

2. Implikasi Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat membuka pemahaman bagi masyarakat, lembaga pemerintah, partai politik, dan politikus agar dapat menggunakan budaya populer dan media internet secara lebih baik sebagai salah satu sarana dalam mengemukakan aspirasi, pendapat, dan pemikiran terkait isu-isu politik.

3. Implikasi Sosial

Warga masyarakat agar lebih aktif dalam dunia politik melalui penyampaian pendapat dan aspirasi, yang sekarang dapat dilakukan dengan mudah melalui media internet. Dengan lebih banyak masyarakat yang melakukan penilaian dan pengawasan terhadap jalannya pemerintahan, pemerintah, partai politik, dan politikus juga akan mendengar, mengerti, dan memahami keinginan dan aspirasi warga masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Berger, Arthur. A. (2010). *The Objects of Affection Semiotics and Consumer Culture*. New York: Palgrave Macmillan

Cartoni, Lorenzo and Tardini, Stefano. (2006). *Internet*. New York: Routledge

Cogan, Bryan and Kelso, Tony. (2009). *Encyclopedia of Politics, The Media and Popular Culture*. Santa Barbara, California: Greenwood Press

Fiske, John. (2006). *Understanding Popular Culture*. In a Harold E. Hinds, Jr (Ed.), *Popular Culture Theory and Methodology. A Basic Introduction* (pg. 118). Wisconsin: The University of Wisconsin Press

Fiske, John. (1987). *Television Culture*. New York: Routledge

Fiske, John and Hartley, John. (2003). *The Signs of Television*. In Fiske, John & Hartley, John (eds). *Reading Television* (pp. 23-40). London & New York: Routledge

Flores, Juan. (2000). *Pueblo Pueblo: Popular Culture in Time*. In Raiford Guins & Omayra Z. Cruz (eds). *Popular Culture: A Reader* (pg. 72-81). London: Sage Publications

Green, Lelia. (2010). *The Internet. An Introduction to New Media*. Oxford, New York: Berg

Hall, Stuart. (1997). *Representations: Cultural Representations and Signifying Practises*. London: Sage Publications

Hediger, Vinzenz. (2009). *YouTube and the Aesthetics of Political Accountability*. In Snickars, Pelle and Vonderau, Patrick (eds). *The Youtube Reader* (pg.252-263). Stockholm, Swedia: Mediehistoriskt

Hermes, Joke. (2005). *Re-reading Popular Culture*. Blackwell Publishing Ltd

Jensen, Klaus Bruhn. (2011). *New Media, Old Methods – Internet Methodologies and the Online/Offline Divide*. In Consalvo, Mia and Ess, Charles (eds). *The Handbook of Internet Studies* (pg. 43-56). UK: Wiley-Blackwell Publishing

Junaedi, Fajar. (2009). *Menelanjangi Film Indonesia*. Yogyakarta: Lingkar Media

Korean Culture and Information Service. (2011). *The Korean Wave: A New Pop Culture Phenomenon*. Republik Korea Selatan: Korean Culture and Information Service, Ministry of Culture, Sports and Tourism

Macdonald, Dwight. (1957). *A Theory of mass Culture*. In Raiford Guins & Omayra Z. Cruz (eds). *Popular Culture: A Reader* (pg. 39-46). London: Sage Publications

Pease, Allan. (1981). *Body Language*. London: Sheldon Press

Shidu, Gretchen Luchsinger dan Meena, Ryth. (2007). *Electoral Financing to Advance Women's Political Participation: A Guide for UNDP Support*. New York: United Nation Development Programme

Snickars, Pelle and Vonderau, Patrick. (2009). *Introduction*. In Snickars, Pelle and Vonderau, Patrick (eds). *The Youtube Reader* (pg. 9-19). Stockholm, Swedia: Mediehistoriskt

Storey, John. (2003). *Inventing Popular Culture. From Folklore to Globalization*. USA, UK, Australia, German: Blackwell Publishing Ltd

Storey, John. (2009). *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction*. UK: Longman Publishing Group

Stromer-Galley, Jennifer and Wichowski, Alexis. *Political Discussion Online*. In Consalvo, Mia & Ess, Charles (eds). *The Handbook of Internet Studies* (pg. 168-181). UK: Wiley-Blackwell Publishing

Suhandinata, Justian. (2010). *WNI Tionghoa dalam Stabilitas Ekonomi dan Politik di Indonesia*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

Vivian, John. (2008). *Teori Komunikasi Massa*, Edisi Kedelapan. Jakarta: Kencana

Weaver, John A. (2005). *Popular Culture Primer*. New York: Peter Lang Publishing Ltd

Webb, Jen. (2009). *Understanding Representations*. London and California: Sage Publications

Willcox, David. R. (2005). *Propaganda, The Press, and Conflict. The Gulf war and Cosovo*. New York: Routledge

Williams, Raymond. (1976). *'Culture and Masses'*. In Raiford Guins & Omayra Z. Cruz (eds). *Popular Culture: A Reader* (pp. 25-32). London: Sage Publications

JURNAL

Cathey, Paul Eben. (2009). *Understanding Propaganda: Noam Chomsky and The Institutional of Analysis of Power*

Hepple, Bob. (2010). The New Single Equality Act in Britain. *The Equal Rights Review*, vol. Five:11-24

Kim, Eun Mee dan Ryoo, Ji won. (2007). South Korean Culture Goes Global: K-Pop and the Korean Wave. *Korean Social Science Journal*, XXXIV No.1:117-152

Nilges, Thorsten. (2005). Gender Inequality in Politics. *Human Rights: A Gender Perspective*. Mozaik 2005/1:5-7

Situmorang, James R. (2012). Pemanfaatan Internet Sebagai New Media Dalam Bidang Politik, Bisnis, Pendidikan Dan Sosial Budaya. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.8, No.1: hal. 73–87, (ISSN:0216–1249) *Center for Business Studies. FISIP – Unpar*

SUMBER INTERNET

Anarchy. oxforddictionaries.com. Diakses Juni 27, 2013, dari

<http://oxforddictionaries.com/definition/english/anarchy>

Arthur, Hendra Nick. *Pilkada Sulsel- Ribuan pendukung IA joged dangdut di KPU*. (2012, September 14). *Bisnis-KTI.COM*. Diakses Desember 14, 2012, dari <http://www.bisnis-kti.com/index.php/2012/09/pilkada-sulsel-ribuan-pendukung-ia-joget-dangdut-di-kpu/>

Asril, Sabrina. *Beredar, Video Foke Sindir Jokowi di Pengungsian*. (2012, Agustus 9). *KOMPAS.COM*. Diakses Desember 12, 2012, dari <http://megapolitan.kompas.com/read/2012/08/09/07190193/Beredar.Video.Foke.Sindir.Jokowi.di.Pengungsian>

Cain, Helena. *Definition of Casual Clothing*. eHow.com. Diakses Juni 21, 2013, dari http://www.ehow.com/about_6790682_definition-casual-clothing.html

Camera shots angles and movements, lighting, cinematography and mise en scen.
Diakses Juni 15, 2013, dari <http://www.skwirk.com.au/p-c s-54 u-251 t-647 c-2411/camera-shots-angles-and-movement-lighting-cinematography-and-mise-en-scene/nsw/camera-shots-angles-and-movement-lighting-cinematography-and-mise-en-scene/skills-by-text-type-film/film-overview>

Dasar Hukum Penyelenggaraan PILKADA. (n.d). www.depdagri.go.id. Diakses Desember 4, 2012, dari <http://www.depdagri.go.id/pilkada>

Etab. *Plaid.* (2005, Oktober 12). [Urbandictionary.com](http://www.urbandictionary.com). Diakses Juli 3, 2013, dari <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=plaid>

Fisher, Max. *Gangnam Style, Dissected: The Subversive Message Within South Korea's Music Video Sensation.* (2012, Agustus 23). [theatlantic.com](http://www.theatlantic.com). Diakses pada Juli 8, 2013, dari <http://www.theatlantic.com/international/archive/2012/08/gangnam-style-dissected-the-subversive-message-within-south-koreas-music-video-sensation/261462/>

Jokowi-Foke bertarung lewat video di Youtube. (2012, Agustus 27). [METROTVNEWS.COM](http://www.metrotvnews.com). Diakses Desember 12, 2012, dari <http://www.metrotvnews.com/read/news/2012/08/27/103613/Jokowi-Foke-Bertarung-Lewat-Video-Klip-di>

Kurniawan, Wahyu. *Pilkada DKI: Dinilai ceramah SARA, Rhoma Irama terancam pidana.* (2012, Agustus 1). [SOLOPOS.COM](http://www.solopos.com). Diakses Desember 10, 2012, dari <http://www.solopos.com/2012/08/01/pilkada-dki-dinilai-ceramah-sara-rhoma-irama-terancam-pidana-206442>

Kurniawan, Ranu Ario. *Masih Sedikit, Politisi yang Gunakan Social Media.* (2013, Mei 11). [Timlo.net](http://www.timlo.net). Diakses Mei 23, 2013, dari <http://www.timlo.net/baca/70812/masih-sedikit-politisi-yang-gunakan-sosial-media/>

Lizza, Ryan. *The Youtube Election.* (2006, Agustus 20). [NewYorkTimes.com](http://www.nytimes.com). Diakses November, 27 2012. dari <http://www.nytimes.com/2006/08/20/weekinreview/20lizza.html?pagewanted=all& r=0>

- Mashable. *Orang suka komentar pedas politik di social media*. (2012, November 6). Diakses Mei 18, 2013, dari <http://ictwatch.com/internetsehat/2012/11/06/orang-suka-komentar-pedas-politik-di-social-media/>
- Masykur, Ahwalian. *Beredar video parodi musik Jokowi sindir Foke*. (2012, Agustus 29). *KETITIK.net*. Diakses Desember 12, 2012, dari <http://www.ketik.net/2012/08/29/4611/beredar-video-parodi-musik-jokowi-sindir-foke/>
- Mecca, Zaskia. *Video Koboy China Pimpin Jakarta*. (2012, Agustus 24). Diakses Maret 23, 2013, dari <http://milanistaindonesia.blogspot.com/2012/08/video-koboy-china-pimpin-jakarta-video.html>
- Miharjo, Anton. *Pertempuran Pilkada Bali di Youtube*. (2013, Mei 14). Kompasiana.com. Diakses Mei 23, 2013, dari <http://politik.kompasiana.com/2013/05/14/pertempuran-pilkada-bali-di-youtube-555884.html>
- Nahyudi. *Dunia maya ramai dengan kampanye Foke dan Jokowi*. (2012, Agustus 29). *LIPUTAN6.COM*. Diakses Desember 12, 2012, dari <http://news.liputan6.com/read/433129/dunia-maya-ramai-dengan-kampanye-foke-dan-jokowi>
- Nouval, Alvin. *Jejaring Sosial, Media Baru Untuk Berpolitik*. (2013, April 26). Merdeka. Com. Diakses Mei 18, 2013, dari <http://www.merdeka.com/teknologi/jejaring-sosial-media-baru-untuk-berpolitik.html>
- Parody*. oxforddictionaries.com. Diakses Juni 27, 2013, dari <http://oxforddictionaries.com/definition/english/parody>
- Rosyid, Ikhsan. *Goyang Ngebor, Goyang Gergaji dan Dangdut Koplo Pantura Jatim Vs Janji Politik dalam Kampanye Parpol*. (2011, Oktober 25). Diakses April 10, 2013, dari http://ikhsan_history-fib.web.unair.ac.id/artikel_detail-36006-Mind%20and%20Think%20-Goyang%20Ngebor,%20Goyang%20Gergaji,%20dan%20Dangdut%20Koplo%20Pantura%20Jatim%20vs%20Janji%20Politik%20dalam%20Kampanye%20Parpol.html
- Rustandi, Dudi. *Kekuatan media jejaring sosial*. (2013, April 28). Kompasiana. com. Diakses Mei 18, 2013, dari <http://media.kompasiana.com/buku/2013/04/28/kekuatan-media-jejaring-sosial-550924.html>

Rp. 15 Trilyun dan Pandangan Negarawan Inul. (2004, Maret 4). Diakses April 10, 2013, dari <http://pemilu2004.goblogmedia.com/rp-15-trilyun-dan-pandangan-negarawan-inul.html>

SAYKOJI Buat Lagu Bertema Kampanye Damai Pemilu 2009. (2009, Februari 23). ekampanyedamaipemiluindonesia2009.blogspot.com. Diakses Mei 12, 2013, dari <http://ekampanyedamaipemiluindonesia2009.blogspot.com/2009/02/saykoji-buat-lagu-bertema-kampanye.html>

Schwab, Nikki. *In Obama-McCain Race, Youtube Beacome a Serious Battleground for Presidential Politics.* (2008, November 7). U.S NEWS.com. Diakses November 27, 2013, dari <http://www.usnews.com/news/campaign-2008/articles/2008/11/07/in-obama-mccain-race-youtube-became-a-serious-battleground-for-presidential-politics>

Steinhauser, Paul. *The Youtube-ification of Politics: Candidates losing control.* (2007, July 18). CNN.com. Diakses November, 27 2012. dari http://articles.cnn.com/2007-07-18/politics/youtube.effect_1_youtube-video-video-sharing-web-site-moments?_s=PM:POLITICS

Swastika, I Putu Agus. *Internet, Social Media dan Pilkada.* (2013, April 9). Primakara.com. Diakses Mei 23, 2013, dari <http://www.primakara.com/?content=detail-berita&kode=19>

Tren Fashion ala Gangnam Style. (2012, September 27). Vemale.com. Diakses Juni 15, 2013, dari <http://www.vemale.com/fashion/tips-and-tricks/15562-tren-fashion-ala-gangnam-style.html>

Virdhani, Marieska Harya. *Makna baju kotak-kotak bagi pasangan Jokowi-Ahok.* (2012, Maret 29). Okezone.com. Diakses Juli 3, 2013, dari <http://jakarta.okezone.com/read/2012/03/29/505/602087/makna-baju-kotak-kotak-bagi-pasangan-jokowi-ahok>

Vena, Jocelyn. (2012, Maret 14). *The Wanted Vs. One Direction: A Boy Band Cheat Sheet. MTV News breaks down the differences between the two groups responsible for 2012's British Invasion.* MTV.com. Diakses pada Juli 10, 2012, dari <http://www.mtv.com/news/articles/1681029/the-wanted-one-direction-boy-bands.jhtml>

Wijaya, M Akbar. *Jejaring sosial memudahkan politikus serap aspirasi rakyat.* (2013, April 15). Republika.co.id. Diakses Mei 18, 2013, dari <http://www.republika.co.id/berita/nasional/politik/13/04/15/mlave8-jejaring-sosial-mudahkan-politikus-serap-aspirasi-rakyat>