



HIPERREALITAS DALAM AKUN INSTAGRAM @GOLKARJATIM PADA PERIODE TAHUN 2022

Muhamad Asad Muhamiyus Sidqi

Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

Email: asad271100@gmail.com

Dimas Prakoso Nugroho

Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

Email: dimas.prakoso@uinsatu.ac.id

Abstract: 2022 is the timestarting point for political parties in building the image of society. All efforts and actions are made in order to build closeness with the community. Starting from activities carried out directly to activities carried out through social media. The role of social media, which is an important requirement for society, demands more political parties to provide online activities and content that can build an image. All realities are affixed in this way, to help increase their popularity and also their electability so they can provide their support during the 2024 elections. One of the many political parties that are intensively creating content is the Golkar party. Through the @golkarjatim account, this party has built a good image for the party and candidate, namely Airlangga Hartanto. This research was conducted to reveal the hyperreality of the content created by the @golkarjatim account in building the image of Airlangga Hartanto. In this study, researchers used Roland Barthes' semiotic analysis method to obtain in-depth data. The results of the analysis that has been carried out, the researcher found a simulation process in @golkarjatim content, which allows hyperreality to emerge.

Keywords : Content, Hyperreality, Instagram, Simulation

Abstrak: Tahun 2022 merupakan waktu starting point bagi para partai politik dalam membangun citra masyarakat. Segala upaya dan tindakan dilakukan agar bisa membangun kedekatan dengan masyarakat. Mulai dari kegiatan yang dilakukan secara langsung hingga kegiatan yang dilakukan melalui sosial media. Peranan media sosial yang menjadi kebutuhan penting bagi masyarakat menuntut lebih partai politik untuk memberikan kegiatan-kegiatan online maupun konten yang dapat membangun membangun citra. Segala realita dibubuhkan melalui cara ini, untuk membantu eningkatkan kembali popularitas dan juga elekbilitasnya supaya bisa memberikan dukungannya saat pemilu di 2024. Salah satu diantara banyak partai politik yang gencar membuat konten adalah partai Golkar. Melalui akun @golkarjatim partai ini membangun citra baik partai dan calon yang diusung, yakni Airlangga Hartanto. Penelitian ini dilakukan untuk mengungkap hiperrealitas terhadap konten yang dibuat oleh akun @golkarjatim dalam membangun citra Airlangga Hartanto. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes untuk mendapatkan data secara mendalam. Hasil dari analisis yang sudah dilakukan, peneliti menemukan proses simulasi pada konten-konten @golkarjatim, yang memungkinkan munculnya hiperrealitas.

Kata Kunci: Hiperrealitas, Konten, Kualitatif, Instagram, Simulasi

PENDAHULUAN

Tahun 2024 merupakan tahun politik, dimana masa jabatan presiden RI ke-7 Joko Widodo telah berakhir, yang berarti pada tahun tersebut dilakukannya pemilihan presiden berikutnya. Menurut Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 pada pasal 7 menyatakan bahwa Presiden dan Wakil Presiden memegang jabatan selama lima tahun, dan sesudahnya dapat dipilih kembali dalam jabatan yang sama, hanya untuk satu kali masa jabatan. ¹Berakhirnya masa kepemimpinan presiden Joko Widodo yang mana merupakan periode kedua menjadi latar belakang para partai politik berbondong-bondong untuk meningkatkan eksistensi agar dilirik masyarakat guna memperkenalkan tokoh-tokohnya untuk menjadi calon presiden berikutnya. Waktu-waktu ini merupakan *starting point* untuk memperkenalkan tokoh-tokohnya yang akan diusung menjadi presiden. Salah satu partai politik yang melakukan *starting point* untuk memperkenalkan tokohnya yakni partai Golkar. Partai yang diketuai oleh Airlangga Hartarto ini digadang-gadang akan mengusung Ketua Umumnya itu sebagai calon presiden 2024. hal ini sudah diputuskan sejak tahun 2019 pada keputusan Musyawarah Nasional atau Munas 2019 dan Rapat Pimpinan Nasional Partai Golkar 2021. Sekretaris Jenderal Partai Golkar, Lodewijk Frederich Paulus dalam wawancaranya dengan Tempo, menegaskan partainya tetap mengutamakan Ketua Umum Airlangga Hartarto sebagai calon presiden yang akan diusung pada Pemilu 2024 (Sani, 2022).

Starting point yang dilakukan oleh partai golkar ini juga dilatarbelakangi melalui survei-survei yang menunjukkan kemerosotan elektabilitas Airlangga Hartarto. Survei dengan toko atau pusat perbelanjaan modern. Oleh karena itu, pasar tradisional sering menjadi tempat tujuan utama bagi masyarakat dengan pendapatan rendah atau menengah.²

Tidak hanya Airlangga sebagai ketua umumnya, Partai Golkar sendiri juga mengalami kemerosotan elektabilitas. Lembaga Survei Indonesia (LSI), merilis

¹ Alberd, A. (2014). CITRA POSITIF DALAM FOTOGRAFI. *Jurnal Desain*, 1(03), Article 03. <https://doi.org/10.30998/jurnaldesain.v1i03.561>

² Azwar, M. (2014). Teori Simulakrum Jean Baudrillard dan Upaya Pustakawan Mengidentifikasi Informasi Realitas. *Khizanah al-Hikmah : Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, dan Kearsipan*, 2 (1), 38.

hasil survei tanggal 13-21 Agustus 2022 yang menunjukkan Partai Golkar berada di urutan ke-2 dengan perolehan 11,7 persen yang mana di bawah partai PDIP dengan perolehan 26,6 persen (*Hasil Survei LSI: PDIP Diprediksi Jadi Partai Pemenang Pemilu 2024* – Firmansyah (Nasional Tempo.co), 2022). Kemudian hasil survei yang dirilis Lingkar Survei Jakarta (LSJ) pada 27 September 2022 menunjukkan Partai Golkar berada pada posisi ke-3 (10,7 persen) setelah partai PDIP (22,8 persen), dan partai Gerindra (16,9 persen) (Indonesia, t.t.). Kemudian pada 19 Oktober 2022, hasil survei dari Lembaga Survei Indonesia Polling Stations (IPS) partai Golkar berada di urutan ke-4 dengan perolehan 10,4 persen. Golkar berada di bawah PDIP, Gerindra, Demokrat (Times & Wisesa, t.t.).

Hasil survey di atas menunjukkan bahwa elektabilitas partai Golkar dan Airlangga yang menurun, dengan demikian juga menunjukkan latar belakang partai Golkar terus menggenjarkan pembangunan citra pada masyarakat. Segala upaya dilakukan oleh partai politik untuk memperkenalkan partainya kepada masyarakat agar elektabilitas meningkat. Mulai dari aksi secara langsung melalui kegiatan nyata, hingga gerakan-gerakan ataupun kegiatan berbentuk maya. Terlebih di era digital ini, pendekatan tidak harus dilakukan secara langsung, namun dengan adanya peranan media yang semakin menjalar di kehidupan masyarakat, kegiatan pendekatan oleh partai politik dapat dengan mudah dilakukan hanya melalui konten-konten di media sosial. Mengadakan kegiatan secara online, atau hanya dengan menunjukkan kebaikan-kebaikan melalui konten media sosial sudah efektif untuk meningkatkan elektabilitas.

Adanya beberapa hasil survei di atas menunjukkan kemerosotan elektabilitas partai Golkar dan Airlangga Hartarto. Hal ini menuntut Golkar untuk kreatif dalam menciptakan citra kepada masyarakat. Salah satunya yakni melakukan pendekatan melalui sosial media Instagram. Melalui media sosial ini, partai Golkar memunculkan citra-citra lewat konten-konten yang menunjang elektabilitasnya, seperti kegiatan-kegiatan yang disebarluaskan melalui Instagram, pembuatan lomba-lomba yang memang khusus ditujukan untuk pengguna Instagram, hingga pembuatan konten-konten kreatif lainnya yang dapat meningkatkan minat masyarakat. Menurut Direktur Eksekutif Indonesia Political Review (IPR) Ujang Komarudin, langkah Ketua Umum Partai Golkar Airlangga

Hartarto perintahkan kadernya untuk aktif di media sosial tepat (*Elektabilitas Airlangga Hartarto Masih Bikin –Ngelus Dada//, Pengamat Sebut Kader Golkar Perlu Aktif di Medsos-Muhardianto, 2022*). Dengan begitu diperkirakan mampu mendongkrak kembali elektabilitas partai Golkar.

Peristiwa semacam ini digambarkan oleh Jean Baudrillard sebagai Simulasi dan Hiperrealitas. Menurut Baudrillard, konsep itu berpijak pada dunia yang tidak nyata dan khayal dalam kebudayaan kontemporer pada masa komunikasi dan informasi massa (Azwar, 2014), atau bisa diartikan sebagai era modern dengan perkembangan media yang sudah melaju pesat.³ Suatu fenomena dimana seseorang membubuhkan realitas yang tidak sesuai dengan realita asli pada dirinya (realita buatan) melalui media massa. Dengan adanya fenomena tersebut, membuat audience masyarakat dibutakan dengan realita buatan tersebut sehingga lebih menganggap realita buatan yang ada di media massa itu adalah realitas sebenarnya. Kondisi ini merupakan kondisi dimana masyarakat tidak mampu membedakan antara sebuah kenyataan yang asli dengan kenyataan buatan atau semu dan atau bahkan sebuah kepalsuan.

Hiperrealitas merupakan teori yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard. Teori ini muncul karena adanya kemajuan teknologi yang melahirkan media massa. Hiperrealitas sendiri muncul karena adanya teori simulasi milik Jean Baudrillard. Baudrillard merupakan salah satu filsuf di tahun 1970-an dengan gagasan simulasi suatu efek, dimana masyarakat tidak mampu membedakan kenyataan dengan sesuatu yang maya karena adanya imaji yang disajikan oleh media. Hiperrealitas menciptakan realita yang bisa jadi berbanding terbalik dengan kebenarannya dan membuatnya dipercayai oleh masyarakat. Hiperrealitas membuat masyarakat tidak bisa membedakan mana sebuah kenyataan yang nyata dengan sebuah kenyataan semu atau bahkan kepalsuan. Hiperrealitas adalah sebuah gejala di mana banyak bertebaran realitas-realitas buatan yang bahkan tampak lebih real dibanding realitas sebenarnya.

Golkar mengkonstruksi suatu realita yang disesuaikan dengan kebutuhan. Yakni dengan bertujuan membangun citra baik masyarakat atas partai Golkar dan

³ Muhardianto, Bayu. (2022). *Elektabilitas Airlangga Hartarto Masih Bikin –Ngelus Dada//, Pengamat Sebut Kader Golkar Perlu Aktif di Medsos*. Warta Ekonomi.



Airlangga Hartarto. Dengan demikian, melalui akun @golkarjatim, partai golkar membubuhkan segala macam yang diperlukan untuk membentuk citra baik masyarakat. Akun @golkarjatim berusaha menunjukkan bahwa Airlangga dan Golkar dekat dengan rakyat. Hal ini ditunjukkan melalui postingan yang berisi tentang kegiatan-kegiatan Airlangga dan Partai Golkar yang memiliki manfaat dan tujuan bagi masyarakat. Gambaran- gambaran kedekatan Airlangga dan Golkar melalui konten yang *diposting* oleh @golkarjatim tidak bisa menggeneralkan bahwa Airlangga dan Golkar menyentuh semua rakyat. Melihat dari situasi tersebut, bisa memberikan makna hiperrealitas, karena kedekatan dalam konten-konten tersebut tidak bisa mewakili kedekatan Airlangga dan Golkar ke semua masyarakat.

Hasil penelitian ini dapat menjadi edukasi untuk masyarakat dalam menentukan calon pemimpin di masa mendatang. Selain itu juga bisa memberikan pengetahuan baru mengenai hiperrealitas yang berkaitan dengan kegiatan praktik politik khususnya yang dilakukan oleh akun Instagram @golkarjatim. Bagi parpol lain pun bisa memberikan pemahaman dan juga menambah wawasan dalam membentuk citra yang baik dalam membentuk *public trust* seperti yang dilakukan oleh partai golkar.⁴

Peneliti memilih akun @golkarjatim karena partai golkar memiliki elektabilitas yang baik di Jawa Timur. Hal ini dibuktikan dengan jatah kursi Wakil DPRD yang dimiliki oleh Golkar di Jawa Timur. Pada pemilu serentak 2019, pemilihan DPRD Jawa Timur, Partai Golkar berada di urutan ke empat dengan perolehan suara 8,72 persen. (*Info Publik Pemilu 2019*, t.t.). selain itu juga karena fenomena ini muncul di akun Instagram @golkarjatim.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas peneliti ingin mengetahui mengenai praktik hiperrealitas melalui konten-konten yang berkaitan dengan Airlangga Hartarto yang diunggah oleh akun Instagram @golkarjatim pada periode Tahun 2022.⁵ Tujuan dari penelitian ini yakni untuk menganalisa pola

⁴ Andwika, Rizky. (2017). *Filosofi warna kuning dan lembaran baru Golkar ala Airlangga*. Merdeka.Com. <https://www.merdeka.com/politik/filosofi-warna-kuning-dan-lembaran-baru-golkar-ala-airlangga.html>

⁵ Aryadillah & Fitriansyah, F. (2022). *Jurnal Public Relations-JPR: Strategi Kampanye Politik Anies Baswedan dalam Membangun Citra Politik Pada Pemilihan Presiden Tahun 2024*. 3, 6.



hiperrealitas kampanye Airlangga Hartarto pada konten-konten di akun instagram @golkarjatim pada periode Tahun 2022. Penelitian ini akan memberikan manfaat untuk mengetahui bagaimana partai Golkar dan Airlangga Hartarto membentuk kepercayaan masyarakat terhadap dirinya. Selain itu, penelitian ini akan memberikan pengetahuan baru bagaimana karakteristik dari partai Golkar dan Airlangga Hartarto. Penelitian ini nantinya juga bisa menjadi acuan para partai politik lainnya untuk memanfaatkan media sosial seperti yang dilakukan oleh partai Golkar dan Airlangga Hartarto untuk membentuk kepercayaan masyarakat.

LITERATUR REVIEW

Peneliti memaparkan tiga penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian yang akan ditulis oleh peneliti. Adapun penelitian tersebut yang pertama yakni "Infrastruktur Politik Menuju Pilpres 2024 Dalam Konstruksi Media Sosial" yang ditulis oleh Rambe Kamarul Zaman, dan Misnan (Zaman & Misnan, 2021). Jurnal ini dipilih karena sama-sama meneliti mengenai penggunaan media sosial dalam bidang politik, yang mana juga sama-sama meneliti partai politik dan tokoh yang sama, yakni partai Golkar dengan tokoh Airlangga Hartarto. namun kenapa peneliti tetap mengangkat partai politik dan tokoh yang sama, karena pada penelitian "Infrastruktur Politik Menuju Pilpres 2024 Dalam Konstruksi Media Sosial" tersebut platform yang digunakan adalah Whatsapp yang mana mengambil data dari para kader Karsgoro 1957 yang tergabung dalam grup PPK Kosgoro 57 masa bakti 2021-2026. Sedangkan penelitian yang diteliti ini berfokus pada platform Instagram dengan akun @golkarjatim, dan dengan mengambil data penelitian dari konten-konten yang dibuat oleh akun @golkarjatim. selain itu pada jurnal "Infrastruktur Politik Menuju Pilpres 2024 Dalam Konstruksi Media Sosial" berfokus pada konstruksi infrastruktur politik Partai Golkar dalam membangun ketokohan Airlangga Hartarto sebagai calon presiden RI 2024, sedangkan dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada bentuk hiperrealitas kampanye Airlangga Hartarto pada konten-konten yang dibuat oleh akun @golkarjatim.⁶

⁶ Firmansyah, M Julnis. (2022). *Hasil Survei LSI: PDIP Diprediksi Jadi Partai Pemenang Pemilu 2024—Nasional Tempo.co*. Diambil 22 Oktober 2022, dari <https://nasional.tempo.co/read/1630354/hasil-survei-lsipdip-diprediksi-jadi-partai-pemenang-pemilu-2024>

Kedua yakni jurnal dengan judul "Strategi Kampanye Politik Anies Baswedan dalam Membangun Citra Politik Pada Pemilihan Presiden Tahun 2024" yang ditulis oleh Aryadillah dan Fifit Fitriansyah dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan Universitas Bina Sarana Informatika Jakarta (Fitriansyah, 2022). Jurnal ini dipilih karena sama-sama meneliti mengenai dinamika politik dari tokoh politik. Namun, pada jurnal ini yang menjadi fokus penelitian adalah tokoh Anies Baswedan.⁷

Jurnal yang ketiga berjudul "Identitas Diri dan Hiperrealitas dalam Media Sosial (Tinjauan Update Status Kuliner di Kalangan Anak Muda Kota Solo)" (Widiyanti, t.t.). Jurnal ini dipilih karena sama-sama meneliti mengenai fenomena hiperrealitas, bedanya pada penelitian tersebut berfokus pada kehidupan sosial pemuda Kota Solo, sedangkan di sini yang diteliti adalah dinamika politik dari Airlangga Hartarto melalui konten-konten pada akun Instagram @golkarjatim.

Metode Penelitian

Peneliti menggunakan metode analisis semiotika dengan pendekatan kualitatif. Metode ini digunakan peneliti untuk mendapatkan data secara mendalam. Dalam penelitian ini, digunakan metode analisis data yang melibatkan penganalisaan unsur-unsur tanda yang terdapat dalam konten lomba yang dikirimkan peserta menggunakan pendekatan analisis semiotika. Analisis semiotika yang digunakan adalah milik Roland Barthes. Roland Barthes mengatakan semiotika terdiri dari dua tingkatan signifikasi. Yaitu, 1). Tingkatan denotasi yaitu hubungan antara penanda dan petanda dalam sebuah tanda. 2). Tingkatan bentuk, konotasi, mitos dan simbol. Tingkat signifikasi yang terakhir bisa menjelaskan bagaimana mitos-mitos dan ideologi yang beroperasi dalam teks melalui tanda-tanda yang ada. Mitos merupakan sebuah pesan yang di dalamnya ideologi berada (Barthes, 2017).

Denotasi merujuk pada makna literal atau deskriptif dari sebuah tanda. Ini adalah makna yang paling dasar dan nyata yang dapat dilihat atau didengar secara

⁷ C. N. N. Indonesia. (2022). *Survei LSJ: PDIP, Gerindra Golkar Dominan, Demokrat-PKS Menyodok*. nasional. Diambil 22 Oktober 2022, dari <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20220927144212-32-853252/survei-lsj-pdip-gerindra-golkar-dominan-demokrat-pks-menyodok>



langsung. Denotasi mengacu pada apa yang secara fisik atau konkret terwakili oleh tanda tersebut. Misalnya, pena yang merupakan sebuah Alat tulis yang digunakan untuk menulis atau menggambar, terdiri dari tangkai dan ujung yang berisi tinta. Konotasi merujuk pada makna tambahan, tersembunyi, atau simbolis yang diasosiasikan dengan tanda tersebut. Konotasi berkaitan dengan asosiasi, konvensi, atau interpretasi yang lebih dalam yang melampaui makna literal. Konotasi dapat berbeda antara individu atau budaya karena terkait dengan pengalaman, pengetahuan, dan konteks sosial. Menggunakan contoh sebelumnya, Pena merupakan simbol kreativitas, ekspresi, atau kekuatan kata-kata dalam menulis. Ku arep coba ng sambi sek paling Mitos tidak hanya mengacu pada cerita atau legenda, tetapi juga pada sistem simbolik dan nilai-nilai yang diinternalisasi oleh masyarakat. Mitos mempengaruhi cara kita memahami dan memberi makna pada dunia di sekitar kita. Mitos seringkali memperkuat ideologi, kekuasaan, atau pandangan dominan dalam masyarakat. Barthes berpendapat bahwa mitos dapat ditemukan di berbagai bidang, termasuk dalam budaya populer, media massa, dan bahasa sehari-hari. Contohnya menggunakan pena tradisional lebih terlihat klasik atau lebih artistik dibandingkan dengan penggunaan alat tulis modern.⁸

Roland Barthes menekankan pentingnya memahami konotasi karena mereka membantu dalam memahami cara tanda-tanda membawa makna yang lebih kompleks dan terhubung dengan konteks sosial dan budaya. Dalam beberapa kasus, konotasi dapat digunakan untuk menyampaikan pesan atau mempengaruhi pandangan kita terhadap tanda-tanda tersebut. Barthes berpendapat bahwa konotasi sering kali lebih penting daripada denotasi karena mereka memengaruhi cara kita memahami dan menafsirkan dunia di sekitar kita.

Dalam penelitian ini analisis dilakukan dari dua sumber data, yaitu data primer dan sekunder. Data primer diambil dari postingan dari @golkarjatim dan juga hasil karya yang menang dalam lomba yang diadakan oleh @golkarjatim. Untuk data sekunder diperoleh dari buku dan jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun teknik pengumpulan data dari penelitian ini adalah dengan

⁸ KPU. (2019). *Info Publik Pemilu 2019*. Diambil 26 Februari 2023, dari <https://pemilu2019.kpu.go.id/#/dprdprov/hitung-suara/> Baudrillard, Jean. (1983). *Simulations*. Los Angeles: Semiotext[e],

cara menonton, mengamati, dan menganalisis data menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes. Peneliti menafsirkan data primer melalui dua tahap. pertama peneliti akan membedahnya menggunakan analisis Barthes dengan dilihat makna denotasi, konotasi dan mitosnya. Langkah kedua peneliti akan menafsirkan lebih lanjut dengan menggunakan indikator hiperrealitas melalui fase simulakra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Peneliti menganalisis data dengan menjabarkan data visual beserta teks yang terdapat dalam konten @golkarjatim menggunakan metode analisis semiotika roland Barthes. Teks diambil dengan mentranskrip ucapan - ucapan yang disampaikan oleh tokoh dalam video. Hal ini untuk melihat bagaimana upaya dari @golkarjatim dalam meningkatkan elektabilitas Airlangga melalui konten yang dibuat.

1. Postingan Pengumuman Lomba



Makna denotasi dalam pamflet ajakan lomba "video Konten, Kreatif : Satu Menit Tentang Airlangga Hartarto" di dalamnya memuat ajakan kepada masyarakat untuk mengikuti perlombaan yang mana membahas mengenai Airlangga Hartarto. Di situ dituliskan ketentuan tema, kemudian juga empat

ketentuan yang diberikan untuk persyaratan lomba. Dalam pamflet itu ditunjukkan hadiah yang diberikan untuk pemenang lomba, yaitu dengan total Rp 25 juta. selain itu juga terdapat tampilan dua dewan juri. Dalam postingan tersebut juga terlihat bahwa warna yang mendominasi adalah warna kuning. Kemudian juga ada gambar dari ketua DPD Golkar Jatim Muhammad Sarmuji yang disebelahnya gambar dari Ketua Umum DPP Partai Golkar Airlangga Hartarto.⁹ Dalam konten tersebut secara keseluruhan menggambarkan bahwasanya konten itu merupakan ajakan kepada masyarakat untuk mengikuti perlombaan yang dibuat @golkarjatim. Dengan berbagai tampilan seperti hadiah, siapa dewan juri, merupakan upaya agar masyarakat tertarik untuk mengikuti perlombaan tersebut.

Makna Konotasi dari postingan tersebut yaitu penunjukan total hadiah yang besar dan ditampilkan secara besar pula (ukuran dan posisi yang menonjol) itu ditujukan untuk menarik minat masyarakat. Dengan posisi yang besar dan menonjol akan dengan mudah dilihat oleh masyarakat, dengan demikian masyarakat jadi tahu dengan besaran hadiah yang dipaparkan. Penekanan dimaksudkan untuk menarik perhatian pembaca, sehingga ia mau melihat dan membaca bagian desain yang dimaksud (Sitepu, 2004). Ditampilkannya dewan juri untuk menunjukkan bahwa juri dari kegiatan lomba itu bukanlah orang yang remeh, karena juri yang diusung merupakan konsultan komunikasi dan wakil ketua umum DPP Partai Golkar. Hal tersebut dilakukan untuk menunjukan megahnya atau lomba yang diselenggarakan, bukanlah lomba yang remeh. Warna kuning pada visual yang ditampilkan ini mendominasi dan menggambarkan warna khas yang dimiliki oleh partai Golkar (*Filosofi Warna Kuning Dan Lembaran Baru Golkar Ala Airlangga*, 2017) Penampilan foto Sarmuji dan Airlangga bertujuan untuk membangun citra tokoh tersebut. Gambar memiliki peranan penting dalam mengkomunikasikan suatu citra pada masyarakat (Alberd, 2014) jika dilihat dari keseluruhan konten tersebut, peneliti menganalisis bahwasanya selain bertujuan untuk

⁹ SIPR *Daerah Istimewa Yogyakarta*. (2018). *Kawasan kumuh—Tarupedia*. Diambil 25 Juni 2023, dari <http://www.sipr.jogjaprovo.go.id/sikoper/tarupedia/detail/kawasan-kumuh>

ajakan lomba, konten tersebut juga bertujuan untuk membentuk citra partai Golkar dan juga Airlangga. Melalui tema yang diberikan menunjukkan bahwasanya Golkar ingin membangun citra Airlangga melalui pengakuan masyarakat

2. Pemenang Lomba

Di bawah ini peneliti menganalisis sebanyak tiga video pemenang pilihan @golkarjatim dan dari ketiga video yang akan dianalisis nantinya akan digunakan untuk mengetahui bagaimana konstruksi yang dibangun dan sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan oleh @golkarjatim

Video 98 (@gerardoes) Juara 1 - view 649.



Vidio berdurasi 1 menit berupa seorang lelaki yang menyanyikan lagu bergenre rap. Lirik yang dibawakan membahas tentang prestasi-prestasi Airlangga, kemudian di akhir lirik tadi dipertegas lagi dengan orasi dari penyanyi. Adapun liriknya yaitu:

—Bangun indonesia dengan tangan kita. Pemimpin bijaksana jadi kunci utama. Bapak Airlangga sosok tokoh bangsa. Yang cinta negara membuat harum bangsa. Ketua wushu seluruh indonesia. Buat nusantara dipandang harum dunia . Segudang prestasi untuk negri ini. Pemimpin nusantara dari kota niaga (surabaya). Sebagai mentri mengawal ekonomi. Jaga indonesia dari jurang resesi. Ekonomi negeri akan pulih kembali. Dengan gebrakan dari bapak Airlangga.//

Makna Denotasi yang terkandung dalam vidio tersebut yakni, terlihat dari laki-laki yang bernyanyi di dalam video itu beberapa kali menggerakkan tangannya ke atas dengan mengepal menggambarkan bahwa dia sedang

semangat dalam membawakan lagu tersebut. Kepalan tangan ke atas menunjukkan rasa semangat untuk melakukan sesuatu (Ladiestory.id, t.t.). suara yang lantang saat menyanyikan itu juga digambarkan sebagai semangat dari penyanyi dalam menyanyikan lirik itu. Lirik serta narasi yang dibawakan saat orasi dapat dimaknai bahwasanya laki-laki tersebut menunjukkan prestasi dari Golkar dan Airlangga.

Makna konotasi yakni, kepalan tangan tidak selalu menggambarkan semangat yang muncul dari seseorang. Di berbagai situasi dan juga daerah, kepalan tangan memiliki arti yang berbeda. Kepalan tangan ke atas juga bisa diartikan sebagai simbol perlawanan. (Ladiestory.id, t.t.). Tergantung konteks kapan gerakan mengepal dikeluarkan dan di mana tempatnya. Namun, jika dilihat dari konteks video tersebut, kepalan tangan itu berarti semangat dari penyanyi itu dalam memaparkan prestasi dari Airlangga. Kepalan tangan tersebut dapat dimaknai bahwasanya penyanyi tersebut semangat dalam mengkampanyekan Airlangga. Seperti halnya gerakan tangan mengepal, suara lantang juga memiliki banyak makna tergantung situasi dituturkan. Suara lantang bisa dimaknai lain, bahkan bisa bermakna emosi (Psp & Iye, t.t.). Namun, dari konteks video tersebut, suara yang lantang dan bersemangat juga dapat dimaknai bahwa laki-laki itu semangat untuk mendukung Airlangga. Ini juga dapat dilihat dari lirik dan juga narasi yang dibawakan. Hal tersebut dapat dimaknai bahwasanya laki-laki tersebut dengan semangat menggebu mendukung Golkar dan Airlangga. Dapat terlihat ada upaya dari laki-laki itu dalam mendukung Airlangga.¹⁰

Mitos yang dibangun memiliki makna yang berusaha disampaikan oleh pembuat video akan lebih mudah tersampaikan dan dipahami oleh audience. Musik mempermudah seseorang dalam menghafalkan kosakata karena diringi dengan nada yang bisa membuat hati senang (Kompasiana.com, 2017). Dengan demikian pesan yang berusaha disampaikan akan lebih mudah diterima oleh masyarakat.

¹⁰ Rahmah, Mamluatur. (2017). *Belajar Menghafal dengan Metode Mendengarkan Musik*. KOMPASIANA.<https://www.kompasiana.com/lulukarrahmah/59c158f7b1eb104d281381c2/belajar-menghafal-dengan-metode-mendengarkan-musik>

a. Vidio 2 (@fatih_id) Juara 2 – view 389



Video berdurasi 58 detik bentuknya seseorang laki-laki yang melakukan orasi disertai dengan gambar pendukung dari berbagai sumber.

Makna denotasi dalam video itu yakni, Di awal, pembuat vidio mengawalinya dengan memberikan data bukti. Mengarahkan audience ke arah fenomena resesi di berbagai belahan dunia. Pembuat vidio juga menunjukkan Indonesia menjadi salah satu negara yang tidak mengalami resesi. Dalam menunjukkan fenomena resesi di berbagai negara, pembuat vidio menunjukkan data dari SBC News (mengenai 25 negara yang terancam bangkrut). Kemudian untuk membuktikan bahwa Indonesia tidak akan mengalami resesi dan perekonomiannya stabil dengan menunjukkan berita dari Medcom.id (selamat dari resesi IMF puji pertumbuhan ekonomi Indonesia).

Sebelumnya pembuat vidio mengarahkan fenomena tersebut dan juga keberhasilan Indonesia dalam mempertahankan ekonomi sehingga tidak mengalami resesi, diamenegaskan kembali bahwa yang disampaikan merupakan data akurat, yakni dengan kalimat “saya harus jujur terhadap data.” Kemudian narasi diarahkan ke Airlangga. Kembali pembuat vidio menegaskan apa yang disampaikan merupakan fakta melalui kalimat “ijinkan saya menjelaskan fakta berikut.” Kemudian pembuat vidio memberikan pemaparan mengenai kebijakan-kebijakan Airlangga. “diawal pandemi beliau membuat keputusan yang sangat brilian (kebijakan brilliant) seperti kartu prakerja, relaksasi pajak, subsidi untuk kur, hingga bantuan umkm & nelayan.” Lanjut pembuat vidio menyebut

latar belakang Airlangga yang merupakan pebisnis dengan berbagai pengalaman, ini ditujukan untuk memberikan argumen bahwa dalam memberikan kebijakan menko ekonomi, Airlangga tidak serta merta tanpa adanya banyak pertimbangan, melainkan pengambilan kebijakan dari adanya pengalaman. Jika ditarik kedepan lagi, itu ditujukan untuk menunjukkan bahwa Airlangga mampu memulihkan ekonomi Indonesia, terlebih jika dia menjadi pemimpin. Data bukti diambil dari Berita Satu. Dalam cuplikan bukti yang diberikan, terlihat Airlangga melakukan konferensi pers, menggunakan masker dan baju batik dengan backdrop tulisan covid 19, itu menunjukkan bahwa dia sedang memberikan/ menyampaikan kebijakan-kebijakan pada saat pandemi. "beliau yang berlatar pebisnis juga pandai melobi perusahaan dan negara lain untuk berinvestasi di Indonesia." narasi itu merupakan argumen pembuat video yang menunjukkan kebijakan yang berhasil menarik minat investor untuk melakukan investasi di Indonesia. Argumen tersebut dikuatkan dengan data dari berita liputan 6 (investasi asing kuartal II 2022 capai Rp 163,2 triliun, terbesar Singapura). Kemudian dari adanya data tersebut, pembuat video memberikan argumen bahwa dengan adanya investasi maka akan banyak perusahaan-perusahaan yang tercipta, dengan demikian juga akan terbentuk banyak lapangan pekerjaan, "cara ini tentu menciptakan ratusan ribu lapangan pekerjaan dan mendorong pemulihan ekonomi kita." Kemudian ditutup dengan "menurut saya itu perlu diapresiasi, menurut kamu bagaimana **Makna konotasi** dari video tersebut yakni, dari beberapa argumennya dalam usahanya membuktikan bahwa yang dibicarakannya merupakan sesuatu hal yang nyata merupakan upaya mencari alasan yang dapat diterima oleh audience untuk membenarkan apa yang dikatakannya (*upaya seseorang untuk membenarkan dirinya - Google Scholar, t.t.*). Usahanya itu dia lakukan untuk membuktikan apa yang dibicarakan sesuai dengan data yang ada. Sama halnya dengan video pemenang juara satu, dari narasi yang diberikan dengan berbagai data yang dibubuhkan dapat dimaknai bahwasanya orator berusaha membangun citra Airlangga, itu bertujuan untuk

mengkampanyekan Airlangga. Usaha meyakinkan masyarakat dengan memberikan prestasi dari Airlangga itu merupakan bentuk dari kampanye yang dilakukan oleh orator (Pascasarjana Ilmu Politik - Universitas Diponegor & Fatimah, 2018).

Mitos dari video itu yakni bahwasanya upaya pembuktian yang berusaha diperlihatkan justru bisa menimbulkan makna apa yang disampaikan tidak benar. Karena berusaha ditekankan bawah apa yang disampaikan adalah suatu fakta. Orang akan semakin tidak percaya jika ada penekanan terhadap pembuktian yang diberikan. Kalimat yang memperlihatkan “bahwa apa yang dikatakan adalah benar” justru bisa merubah pemikiran orang. Karena apa yang disampaikan justru terkesan menutupi sesuatu. Hal ini sesuai dengan kejadian yang menimpa Dandhy Dwi Laksono seorang sineas dokumenter yang dilaporkan karena dianggap memberikan tuduhan palsu karena menyebarkan informasi kekerasan di era Megawati. Dalam kasus tersebut, efek yang ditimbulkan untuk meredam pemberitaan itu, malah lebih mencuat karena yang kontra terhadap pelaporan tersebut justru malah berbarengan mengirimkan informasi kekerasan yang terjadi pada era megawati tersebut (Abdulsalam-Tirto.id, 2017). Begitupun sebaliknya, jika disuruh maka akan lebih untuk tidak melakukannya. Begitu pula dengan kasus tersebut, justru dengan adanya kalimat “saya harus jujur terhadap data.” dan “ijinkan saya menjelaskan fakta berikut.” Akan membuat orang untuk lebih tidak percaya.

b. Vidio 40 (@kresna_entertainment) Juara 3



Video berdurasi 1 menit bentuknya berupa video ilustrasi dengan didukung narasi melalui VO, di dalamnya menampilkan beberapa pamflet/ selebaran mengenai Airlangga.

Makna denotasi dalam video tersebut yakni Diawali dengan mengenalkan daerah Jember. Yaitu dengan menampilkan gambar salah satu indeks Jember yaitu pasar Tanjung. Diawali dengan menunjukkan gambar tandon air pasar dan plang nama pasar Tanjung. Kemudian masuk narasi perkenalan Airlangga. “hai sobat milenial kenalan yuk dengan menko perekonomian kita bapak airlangga hartarto,” pembuat video mengambil kata milenial karena video ini ditujukan kepada anak muda (milenial), ini didasari karena yang menggunakan Ig kebanyakan adalah anak muda. “beruntung banget indonesia tidak terjadi resesi ekonomi akibat pandemi covid 19,” saat kata “resesi” pembuat video menampilkan gambar cabai untuk menunjukkan bahan pokok yang selalu mengalami fluktuatif.¹¹

Dengan adanya narasi tersebut pembuat video ingin menyampaikan bahwa ekonomi stabil. Ini ditafsirkan melalui narasi positif yang di kolaborasi dengan gambar bahan pokok cabai. Kemudian ditambah dengan ditampilkannya poster/ selebaran gambar Airlangga dengan narasi “Kerja untuk Indonesia, Perekonomian Indonesia Kuat.” Ini ditampilkan untuk mengkonstruksi bahwa Airlangga menjadi pemimpin yang bekerja untuk Indonesia, dengan dibuktikan adanya perekonomian yang kuat. Itu sekaligus untuk menguatkan narasi dan gambar cabai sebelumnya. Kemudian ditampilkan juga seorang perempuan dengan kerudung dan rompi kuning yang dapat diartikan sebagai gambaran partai Golkar melalui warna khasnya yaitu kuning, adanya perempuan cantik yang ditampilkan merupakan upaya untuk menarik audience.

Kemudian pada narasi berikutnya ditegaskan kembali mengenai hasil dari ekonomi yang stabil merupakan peran dari adanya kebijakan Airlangga, melalui kalimat “tentunya ini merupakan peran serta menko

¹¹ Melani, Agustina. (2023). *Hasil Survei Elektabilitas Capres Pilpres 2024 Ganjar Pranowo, Anies Baswedan, Prabowo Subianto, Erick Thohir Terupdate Hari Ini*. liputan6.com. <https://www.liputan6.com/news/read/5196559/hasil-survei-elektabilitas-capres-pilpres-2024-ganjar-pranowo-anies-baswedan-prabowo-subianto-erick-thohir-terupdate-hari->

perekonomian bapak Airlangga Hartarto,” tentunya ini merupakan peran serta Menko Perekonomian Bapak Airlangga Hartarto, bersama Kabinet Indonesia Maju.” Kemudian ada laki-laki menggunakan kaos polo warna kuning yang *in frame* ngobrol dengan perempuan kemudian menunjuk pamflet tadi yang disampingnya ada penjual dan penjual itu ikut melihat ke arah pamflet. Kemudian ibu itu kembali menghadap kamera (arah laki-laki dan perempuan tadi) kemudian mengembangkan senyumnya dengan mengacungkan jempol. Itu dibarengi dengan narasi “buktinya transaksi jual beli baik pedagang dan pembeli sama-sama hepi.”¹² keseluruhan dalam rangkaian itu, mulai dari laki-laki yang menunjuk pamflet, ibu yang tersenyum dengan mengacungkan jempol, lalu dibarengi dengan narasi itu, pembuat video berusaha menunjukkan bahwa kebijakan Airlangga berhasil memajukan ekonomi, dibuktikan melalui adanya raut wajah kegembiraan dari gambaran pedagang cilik, yang berarti ekonomi bagi kaum cilik membawa kesejahteraan. Gambaran wong cilik diambil dari pedagang pasar tradisional. Kesejahteraan diambil dari senyuman pedagang yang mengacungkan jempol. Kemudian ditampilkan cewek buka google, dengan *keyword* Airlangga Hartarto, muncul beberapa berita kartu prakerja, yaitu dari Republika dengan judul: gelombang 37 kartu prakerja dibuka, Airlangga: manfaatkan sebaik-baiknya. Hal ini dibarengi dengan narasi “Ada salah satu program yang mendapatkan apresiasi dari Presiden Indonesia Bapak Joko Widodo, yaitu kartu prakerja,” pembuat video ingin memberikan contoh kebijakan yang mana juga disetujui oleh Jokowi. Dia membuktikan dengan menampilkan data dari berita online Republika.

Selanjutnya kembali muncul selebaran Airlangga, ini menunjukkan bahwa video ini merupakan kontruksi untuk proses kampanye Airlangga. Kemudian narasi “yang mana program ini sangat membantu kami ketika kami kehilangan pekerjaan akibat covid 19” untuk menggambarkan anak muda yang mendapatkan dampak positif dari adanya kebijakan tersebut.

¹² Fatimah, S. (2018). Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu. *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 1(1).

Berikutnya ditampilkan gambar seorang laki-laki yang sedang latihan/ menggunakan pelatihan prakerja melalui laptop. Dengan narasi” kami diberikan pelatihan dan modal usaha untuk membuka lapangan pekerjaan baru”.¹³ Peneliti menafsirkan apa yang ditampilkan tersebut sembari menunjukkan penggunaan prakerja, sekaligus mempromosikan hasil kebijakan Airlangga yang direalisasi dalam pelatihan online, gambaran ini memiliki tujuan untuk mengkonstruksi keberhasilan program tersebut. Kemudian di akhir ada narasi ucapan terimakasih dan panjatan doa untuk Airlangga dapat diartikan bahwa adanya pengakuan masyarakat atas ungkapan senang, dan rasa terimakasih rakyat kepada airlangga, “keren banget kan bapak menko airlangga. Semoga sukses dan selalu dalam lindungan tuhan. Terimakasih bapak menko airlangga,” kemudia diakhiri dengan selebaran di akhir.

Makna konotasi dari video tersebut yakni, penampilan brosur yang dilakukan secara berulang itu merupakan salah satu kampanye tersirat yang diberikan oleh pembuat video. Usaha menunjukkan brosur yang berisi tentang Airlangga itu merupakan salah satu bentuk dari kampanye (Pascasarjana Ilmu Politik - Universitas Diponegor & Fatimah, 2018). Poster dalam video tersebut juga digunakan sebagai media komunikasi mengenai Airlangga melalui visual yang ditampilkan. Poster sendiri berfungsi sebagai sarana penyampai komunikasi yang efektif karena ditampilkan melalui visual yang bisa menarik masyarakat (Susanti & Raharja, 2017). Seperti ke 2 video sebelumnya, dapat diartikan juga bahwasanya dari apa yang ditampilkan dari video tersebut bertujuan untuk memberikan dukungan terhadap Airlangga. Pembuat video melakukan kampanye terseirat dari unsur-unsur yang ditampilkan dari video tersebut.

Mitos dari video tersebut yaitu gambaran pasar tradisional, pedagang, dan juga barang- barang yang dijual di pasar tradisional dapat diartikan sebagai orang kecil, atau orang dengan kelas kekayaan menengah ke bawah. Diartikan sebagai orang yang menengah kebawah karena memiliki sifat yang cukup sensitif terhadap harga, selain itu citra dari pasar

¹³ Sitepu, Vinsensius. (2005). *PANDUAN MENGENAL DESAIN GRAFIS*. PT. Elex Media.

tradisional selama ini cenderung kumuh dengan lokasi yang kurang tertata dengan rapih (Candrawati, 2018).¹⁴ Pasar tradisional cenderung lebih terjangkau dan dapat diakses oleh masyarakat dari berbagai lapisan ekonomi. Harga barang di pasar tradisional sering kali lebih terjangkau dibandingkan dengan toko atau pusat perbelanjaan modern. Oleh karena itu, pasar tradisional sering menjadi tempat tujuan utama bagi masyarakat dengan pendapatan rendah atau menengah.

Pembahasan

Untuk melihat hiperrealitas dari postingan tersebut, peneliti membedah hasil penelitian tersebut menggunakan indikator hiperrealitas yang mana terdiri dari 4 fase. Yaitu (1) simulakra sebagai refleksi atas realitas, (2) simulakra sebagai penyesatan atas realitas, (3) simulakra imaji yang menutupi ketidadaan realitas, dan (4) simulakra sebagai representasi yang tidak memiliki kaitan apapun dengan realitas.¹⁵

Simulakra Pertama: Representasi yang mencoba merefleksikan realitas yang ada di luar sana. Ini merujuk pada salinan langsung dari realitas. Simulakra Kedua: Representasi yang tidak lagi berdasarkan pada realitas yang nyata, melainkan pada citra, tanda, dan simbol yang dibentuk oleh media dan budaya populer. Dalam fase kedua, tanda-tanda yang disimulasikan tidak lagi mencoba meniru atau merefleksikan realitas yang ada, tetapi mereka menjadi mandiri dan memiliki keberadaan mereka sendiri yang terpisah dari realitas. Mereka menjadi tanda-tanda palsu yang tidak lagi merujuk pada sesuatu di dunia nyata. Simulakra Ketiga: Representasi yang menggantikan realitas secara keseluruhan dan menciptakan dunia yang terpisah dari realitas. Simulasi tidak lagi memiliki referensi atau acuan ke realitas yang ada. Simulakra Keempat: Fase ini melibatkan penolakan terhadap pemisahan antara simulasi dan realitas, di mana batas antara keduanya menjadi kabur. Simulasi dan realitas tidak lagi dapat dibedakan secara jelas, dan kita terperangkap dalam dunia yang terus berubah antara tanda-tanda, representasi,

¹⁴ Susanti, K., & Raharja, D. M. (2017). Strategi Komunikasi pada Poster Film Cin(T)A sebagai Daya Tarik. *Jurnal Desain*, 4(02), Article 02. <https://doi.org/10.30998/jurnaldesain.v4i02.1151>

¹⁵ Widiyanti, Emi & Herwandito, Seto. (2018). *(Tinjauan Update Status Kuliner di Kalangan Anak Muda Kota Solo)*. Cakrawala: Jurnal Penelitian Sosial

dan realitas yang terdistorsi.

1. Postingan Pengumuman Lomba

Dalam postingan tersebut, @golkarjatim, berusaha memunculkan kondisi dimana masyarakat menjadi tertarik untuk memberikan pengakuan atas Airlangga. Melalui perlombaan pembuatan video yang bertemakan “satu menit tentang Airlangga” @golkarjatim berusaha mencari peserta melalui postingan pamflet perlombaan tersebut. Dengan ditunjukkan dewan juri yang terlihat merupakan orang penting, menjadi suatu pemikat tersendiri bagi masyarakat, Selain itu dengan memberikan hadiah yang besar bagi pemenang juga menjadi faktor yang dapat menarik minat masyarakat.¹⁶ Melihat fenomena tersebut, dapat dilihat masyarakat yang jadi tertarik untuk memberikan pengakuan atas nilai-nilai positif Airlangga. Karena masyarakat akan berpikir, upaya untuk memenangkan lomba tersebut adalah dengan memberikan video yang sesuai dengan keinginan penyelenggara lomba yakni yang jelas mengenai kepositifan dari penyelenggara dan juga hal-hal yang berkaitan dengannya. Upaya @golkarjatim yang berusaha membuat masyarakat untuk memunculkan suatu pengakuan yang sebelumnya tidak ada menjadi ada itulah yang menurut peneliti dikategorikan ke dalam fase simulakra ke 2, simulakra sebagai penyesatan atas realitas. Dapat dilihat bahwa @golkarjatim berusaha memunculkan sesuatu yang sebelumnya tidak ada, yaitu berupa pengakuan dari masyarakat atas prestasi dari Airlangga, menjadi ada. Berupa video yang dikirimkan peserta untuk diikuti lomba. Hal ini yang menyesatkan masyarakat karena apa yang sebelumnya tidak ada menjadi ada.

2. Pemenang Lomba

a. Video 98 (@gerardoes) Juara 1 - view 649

Jika diperhatikan, dalam video tersebut cukup menjelaskan melalui gambaran seperti kepalan tangan, ekspresi dan gerakan, serta suara yang lantang dan terlihat semangat menunjukkan antusiasme dari laki-laki yang ada di dalam video tersebut. Upaya itu memperlihatkan semangatnya dalam

¹⁶ Zaman, R. K., & Misnan, M. (2021). Infrastruktur Politik Menuju Pilpres 2024 Dalam Konstruksi Media Sosial. *PETANDA: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Humaniora*, 4(1), 41–53. <https://doi.org/10.32509/petanda.v4i1.155>



mendukung serta mengkampanyekan Airlangga melalui video yang dibuatnya. Melalui bentuk narasi yang dia olah menjadi musik juga merupakan upayanya agar masyarakat dengan mudah menghafalkannya, yang mana itu bisa mempermudah penyerapan makna yang disampaikan, dengan demikian pesan yang berusaha disampaikan akan lebih mudah untuk diterima audience. Semua upaya yang diberikan itu dapat dimaknai bahwasanya laki-laki tersebut menunjukkan semangatnya dalam mendukung serta membangun citra dari Airlangga. Data yang diberikan oleh pembuat video tidak dijelaskan dari berbagai sisi, yang berarti apa yang ditampilkan sekaligus untuk mengaburkan fakta lainnya yang tidak ditampilkan dalam video tersebut. Sehingga, dapat dimaknai dari kejadian tersebut ada usaha yang di tampilkan pembuat video merupakan simulasi fase ke 3.

b. Vidio 2 (@fatih_id) Juara 2 – view 389

Argumen yang dibawakan untuk menegaskan bahwa apa yang disampaikan merupakan sesuatu yang berseumber dari data kongkret, namun tidak dengan membubuhkan data secara keseluruhan menunjukkan adanya proses simulasi dalam video tersebut. Upaya yang dilakukan dalam membangun citra Airlangga itu menurut peneliti masuk ke dalam fase ke 3. Yang mana dari fakta yang dibubuhkan oleh pembuat video berusaha untuk menutupi fakta lainnya. Karena adanya fakta lain tidak ditampilkan dan dibawakan dalam video tersebut.

c. Vidio 40 (@kresna_entertainment) Juara 3

Gambaran mengenai kondisi pasar yang di beberapa titik terdapat pooster kampanye menjadi sesuatu yang terlihat seperti dibuat-buat. Terlebih dari tingkah laku yang digambarkan dalam video tersebut atas tokoh yang terlihat berusaha menunjukkan poster tersebut menjadi penguat bahwa apa yang ditunjukkan merupakan suatu *settingan* yang belum tentu adanya. Gambaran masyarakat di pasar yang digambarkan mendukung airlangga juga tidak bisa menggambarkan secara keseluruhan masyarakat yang bekerja di pasar mendukung dan memilikih Airlangga. Melihat dari kejadian itu, di mana adanya gambaran masyarakat yang mendukung Airlangga tidak bisa meenjadi patokan bahwa seluruh masyarakat juga

melakukan ahal yang sama itulah yang oleh peneliti dikategorikan fase simulacra ke 3, simulakra imaji yang menutupi ketidadaan realitas. Karena dari video tersebut dapat dimaknai apa yang digambarkan merupakan representasi yang menggantikan realitas secara keseluruhan dan menciptakan dunia yang terpisah dari realitas. Hal ini sama dengan Simulasi tidak lagi memiliki referensi atau acuan ke realitas yang ada. Terlihat dari pengeneralan masyarakat pasar yang mendukung Airlangga. Kemudian juga upaya masyarakat yang berusaha menunjukkan poster dukungan Airlangga menjadi sesuatu hal yang tidak selalu ada di masyarakat.

Berdasarkan video-video yang diamati, semuanya memuat proses simulasi fase ke 3, simulasi imaji yang menutupi ketidadaan realitas. Upaya tersebut terlihat dari para peserta yang berusaha menutupi fakta lainnya. Selain itu juga karena berusaha menggambarkan keseluruhan aspek melalui satu sudut pandang saja. Proses simulasi yang paling terlihat dari poster lomba yang diposting @golkarjatim, karena akun tersebut berusaha untuk memunculkan sesuatu yang tidak ada menjadi ada. Yakni pengakuan masyarakat yang dimunculkan dari perlombaan video bertema “satu menit tentang Airlangga”. Maka dari itu peneliti mengategorikan postingan tersebut dalam fase simulacra yang ke 2, simulakra sebagai penyesatan atas realitas. Karena dengan adanya upaya itu, muncul pengakuan-pengakuan masyarakat yang dibuat secara sengaja. Yang awalnya tidak ada menjadi ada sehingga membuat orang tidak bisa membedakan apakah itu benar atau tidak.

Sudut Pandang Islam

Tidak dapat dikatakan bahwa setiap simulacrum adalah kebohongan dalam arti konvensional. Kebohongan biasanya merujuk pada tindakan sengaja menyesatkan atau menyajikan sesuatu yang tidak sesuai dengan fakta. Namun, dalam konteks simulacrum, kehilangan referensi ke realitas asli membuatnya menjadi sesuatu yang mungkin membingungkan atau memanipulatif. Simulacrum dapat beroperasi dalam berbagai tingkat, mulai dari representasi yang relatif mirip dengan objek asli hingga replika yang sepenuhnya konstruksi atau imajinasi. Mereka dapat hadir dalam bentuk gambar, simbol, tanda, atau bahkan realitas

simulasi. Dalam era media dan budaya kontemporer, di mana reproduksi dan representasi semakin dominan, konsep simulacrum menjadi semakin relevan. Jadi, sementara simulacrum tidak dapat disebut sebagai kebohongan secara langsung. Walau demikian, ada potensi suatu kebohongan bisa muncul. Terlebih jika itu dilakukan dengan niat untuk membangun realita palsu yang tidak sesuai dengan kenyataannya. Dalam Islam, tindakan bohong merupakan sesuatu yang dilarang. Allah SWT melarang manusia berbuat bohong, selain bisa merugikan bagi diri sendiri dan orang lain, orang yang berbohong akan mendapatkan dosa. Orang yang berbohong juga dikutuk oleh Allah dan termasuk dalam golongan orang yang masuk neraka.

Larangan terhadap bohong ditegaskan dalam Q.S An-Nahl Ayat 105, yang berbunyi

إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكَاذِبُ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْكَاذِبُونَ (١٠٥)

Artinya: *Sesungguhnya yang mengada-adakan kebohongan, hanyalah orang yang tidak beriman kepada ayat-ayat Allah, dan mereka itulah pembohong.*

Menurut potongan ayat 105 Q.S An-Nahl di atas dapat diketahui bahwasanya mengada-ada atau berbohong itu tidak diperbolehkan dalam Islam. Dapat diartikan simulacrum yang berpotensi menimbulkan kebohongan juga dilarang dalam agama Islam. Seperti yang telah dijelaskan di atas, bahwasanya orang yang berbuat bohong termasuk dalam golongan orang-orang yang bisa masuk neraka bila tidak bertaubat. Karena berbohong kadar dosanya tinggi. Seperti yang terkandung dalam hadist di bawah ini, bahwasanya ganjaran dari orang yang berbohong atau berdusta adalah disiksa dalam kubur.



KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa dari video-video yang diamati, semuanya memuat proses simulasi fase ke 3, simulasi imaji yang menutupi ketiadaan realitas. Sedangkan konten poster tersebut termasuk dalam fase ke 2, simulakra sebagai penyesatan atas realitas. Upaya tersebut terlihat dari para peserta yang berusaha menutupi fakta lainnya. Selain itu juga karena berusaha menggambarkan keseluruhan aspek melalui satu sudut pandang saja. Proses simulasi yang paling terlihat dari poster lomba yang diposting @golkarjatim, karena akun tersebut berusaha untuk memunculkan sesuatu yang sebelumnya tidak ada menjadi ada. Yakni pengakuan masyarakat yang dimunculkan dari perlombaan video bertema “Satu Menit Tentang Airlangga”. Adanya upaya yang berusaha dikonstruksi tersebut bisa membuat masyarakat percaya, karena yang menyampaikan argumen merupakan bagian dari mereka sendiri (masyarakat sendiri) bukan dari pihak pertama (Golkar/ Airlangga). Dengan potensi tersebut hiperrealitas dapat muncul dari kejadian tersebut, karena orang akan dibingungkan dengan opini yang muncul dari masyarakat dalam video perlombaan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Alberd, A. (2014). CITRA POSITIF DALAM FOTOGRAFI. *Jurnal Desain*, 1(03), Article 03. <https://doi.org/10.30998/jurnaldesain.v1i03.561>
- Azwar, M. (2014). Teori Simulakrum Jean Baudrillard dan Upaya Pustakawan Mengidentifikasi Informasi Realitas. *Khazanah al-Hikmah : Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, dan Kearsipan*, 2(1), 38. <https://doi.org/10.24252/v2i1a4>
- Barthes, Roland. (2017). Elemen-Elemen Seiologi. BASABASI.
- Muhardianto, Bayu. (2022). *Elektabilitas Airlangga Hartarto Masih Bikin –Ngelus Dada//, Pengamat Sebut Kader Golkar Perlu Aktif di Medsos*. *Warta Ekonomi*. Diambil 19 Oktober 2022, dari <https://wartaekonomi.co.id/read440043/elektabilitas-airlangga-hartarto-masih-bikin-ngelus-dada-pengamat-sebut-kader-golkar-perlu-aktif-di-medsos>



- Andwika, Rizky. (2017). *Filosofi warna kuning dan lembaran baru Golkar ala Airlangga*.
- Merdeka.Com. <https://www.merdeka.com/politik/filosofi-warna-kuning-dan-lembaran-baru-golkar-ala-airlangga.html>
- Aryadillah & Fitriansyah, F. (2022). Jurnal Public Relations-JPR: *Strategi Kampanye Politik Anies Baswedan dalam Membangun Citra Politik Pada Pemilihan Presiden Tahun 2024*. 3, 6.
- C.N.N., Indonesia. (2022). *Laboratorium Suara Indonesia: Elektabilitas Airlangga Ungguli Ganjar*. nasional. Diambil 22 Oktober 2022, dari <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20220626203452-32-813742/laboratorium-suara-indonesia-elektabilitas-airlangga-ungguli-ganjar>
- Firmansyah, M Julnis. (2022). *Hasil Survei LSI: PDIP Diprediksi Jadi Partai Pemenang Pemilu 2024—Nasional Tempo.co*. Diambil 22 Oktober 2022, dari <https://nasional.tempo.co/read/1630354/hasil-survei-lsipdip-diprediksi-jadi-partai-pemenang-pemilu-2024>
- C. N. N. Indonesia. (2022). *Survei LSJ: PDIP, Gerindra Golkar Dominan, Demokrat- PKS Menyodok*. nasional. Diambil 22 Oktober 2022, dari <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20220927144212-32-853252/survei-lsj-pdip-gerindra-golkar-dominan-demokrat-pks-menyodok>
- KPU. (2019). *Info Publik Pemilu 2019*. Diambil 26 Februari 2023, dari <https://pemilu2019.kpu.go.id/#/dprdprov/hitung-suara/> Baudrillard, Jean. (1983). *Simulations*. Los Angeles: Semiotex[e],
- SIPR Daerah Istimewa Yogyakarta. (2018). *Kawasan kumuh—Tarupedia*. Diambil 25 Juni 2023, dari <http://www.sipr.jogjaprovo.go.id/sikoper/tarupedia/detail/kawasan-kumuh>
- Rahmah, Mamluatur. (2017). *Belajar Menghafal dengan Metode Mendengarkan Musik*.
- KOMPASIANA.
<https://www.kompasiana.com/lulukarrahmah/59c158f7b1eb104d281381c2/belajar-menghafal-dengan-metode-mendengarkan-musik>
- Prasetyo Putri, Pratiwi (2021). *5 Makna Kepalan Tangan ke Atas dalam Berbagai Momen*. Ladiestory.ID. Diambil 24 Juni 2023, dari <https://www.ladiestory.id/makna-kepalan-tangan-ke-atas-dalam-berbagai-momen-59367>



- Melani, Agustina. (2023). *Hasil Survei Elektabilitas Capres Pilpres 2024 Ganjar Pranowo*,
- Anies Baswedan, Prabowo Subianto, Erick Thohir Terupdate Hari Ini. liputan6.com. <https://www.liputan6.com/news/read/5196559/hasil-survei-elektabilitas-capres-pilpres-2024-ganjar-pranowo-anies-baswedan-prabowo-subianto-erick-thohir-terupdate-hari-ini>
- Fatimah, S. (2018). Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu.
- Resolusi: *Jurnal Sosial Politik*,1(1). <https://doi.org/10.32699/resolusi.v1i1.154> Iye, Risman. (2018). *TUTURAN EMOSI MAHASISWA KOTA BAU BAU*.
- Yuantisya , Mutia. (2022). *Hadiri Maulid Nabi Muhammad di Condet, Anies Baswedan: Ingin Mendapatkan Keberkahan*. Tempo. <https://metro.tempo.co/read/1648233/hadiri-maulid-nabi-muhammad-di-condet-anies-baswedan-ingin-mendapatkan-keberkahan>
- Sitepu, Vinsensius. (2005). *PANDUAN MENGENAL DESAIN GRAFIS*. PT. Elex Media.
- Susanti, K., & Raharja, D. M. (2017). Strategi Komunikasi pada Poster Film Cin(T)A sebagai Daya Tarik. *Jurnal Desain*, 4(02), Article 02. <https://doi.org/10.30998/jurnal desain.v4i02.1151>
- Bayu Wisesa, Yosafat Diva. (2022). *Survei IPS: PDIP Kemungkinan Besar Hattrick di Pemilu 2024*. IDN Times. Diambil 22 Oktober 2022, dari <https://www.idntimes.com/news/indonesia/yosafat-diva-bagus/survei-ips-pdip-kemungkinan-besar-hattrick-di-pemilu-upaya-seseorang-untuk-membenarkan-dirinya>—Google Scholar. (t.t.). Diambil 24 Juni 2023, dari https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=upaya+seseorang+untuk+membenarkan+dirinya&btnG=
- Widiyanti, Emi & Herwandito, Seto. (2018). *(Tinjauan Update Status Kuliner di Kalangan Anak Muda Kota Solo)*. Cakrawala: Jurnal Penelitian Sosial
- Zaman, R. K., & Misnan, M. (2021). Infrastruktur Politik Menuju Pilpres 2024 Dalam Konstruksi Media Sosial. *PETANDA: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Humaniora*, 4(1), 41–53. <https://doi.org/10.32509/petanda.v4i1.155>

