

Pertempuran Tanda Para Pemimpin Menjelang Pemilihan Umum 2024 di Indonesia

Dr. J. A. Wempi
Dr. Chrisdina

Jelang Pemilihan Umum 2024

Masyarakat Indonesia sedang menjalani masa kampanye menjelang pemilihan umum presiden dan wakil presiden diselenggarakan pada tanggal 14 Februari 2024. Dinamika politik sudah mulai bergejolak sejak tahun lalu ketika secara mengejutkan Partai Nasional Demokrat (NasDem) terang-terangan menyatakan memisahkan diri dari partai koalisi yang selama ini didampinginya, yaitu Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P). Hal tersebut ditandai dengan dideklarasikannya Anies Baswedan sebagai bakal calon presiden oleh Ketua Umum Partai NasDem, Surya Paloh, pada 3 Oktober 2022 (Dirgantara & Rastika, 2022). Pencalonan Anies Baswedan ini kemudian didukung juga oleh beberapa partai seperti Partai Demokrat dan Partai Keadilan Sejahtera. Gelora politik kembali memanas ketika secara tiba-tiba Anies Baswedan mengumumkan Muhaimin Iskandar yang berasal dari Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) sebagai Bakal Calon Wakil Presiden pada tanggal 30 Agustus 2023 (Guritno & Asril, 2023)

Ada tiga kejadian yang mencolok terkait hal di atas. Pertama, PKB secara tiba-tiba menarik diri dari Koalisi Indonesia Maju (KIM) yang mendukung Prabowo Subianto sebagai calon presiden, kemudian bergabung dengan Partai NasDem yang mengusung Koalisi Perubahan untuk Persatuan (KPP). Kedua, Partai Demokrat keluar dari KPP sebagai buntut dari keputusan tersebut. Ketiga, Partai Demokrat bergabung dengan KIM. Politik praktis pemilihan umum kembali menggeliat setelah Prabowo Subianto yang merupakan Ketua Umum Partai Gerindra menunjuk Gibran Rakabuming Raka sebagai bakal calon wakil presiden pada tanggal 22 Oktober 2023 (Priyasmoro, 2023). Penunjukkan itu menuai reaksi keras dari PDI-P karena Gibran dianggap tidak menjalankan amanat Ketua Umum partai untuk mendukung Ganjar Pranowo sebagai calon presiden dari partai tersebut. Hal tersebut merupakan permasalahan serius karena Walikota Solo tersebut merupakan kader dari PDI Perjuangan sekaligus anak dari Presiden Joko Widodo yang juga berasal dari partai yang sama.

Rentetan kejadian di atas merupakan akar dari munculnya multipolarisasi persepsi di kalangan masyarakat Indonesia.

Multipolarisasi persepsi tersebut saat ini tidak serupa dengan bipolarisasi masyarakat antara kelompok pada *Cebong* dan *Kampret* pada tahun 2019. Kala itu masyarakat ternagi dalam dua kutub kekuatan politik besar, yaitu pendukung Joko Widodo sebagai petahana dan pendukung Prabowo Subianto sebagai penantang. Sedangkan kali ini, multipolarisasi persepsi mengarah pada dukungan pada ketiga pasangan calon presiden dan wakil presiden dan tegangannya tidak sekeras di periode pemilihan presiden sebelumnya.

Menariknya, hingga minggu pertama masa kampanye yang dimulai pada tanggal 28 November 2023, belum ada satu pun calon presiden dan wakil presiden yang secara eksplisit memaparkan gagasan tentang program kerja yang diusung. Yang berkembang di masyarakat justru pertempuran tanda yang disampaikan oleh masing-masing pasangan calon presiden dan wakil presiden yang dikelola oleh masing-masing tim kampanye dan media massa atau yang ditangkap dan berkembang di kalangan masyarakat.

Pasangan Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar menyebut diri sebagai pasangan AMIN, yang merupakan akronim dari nama mereka. Penamaan diri tersebut merupakan *self concept* yang ditawarkan kepada konstituen partai pendukung dan masyarakat pemilih Indonesia. Dalam sekejap *self concept* itu menjelma menjadi identitas yang digunakan dalam berbagai perhelatan politik. Para pendukung menerima dan menggunakan kata “AMIN” sebagai bagian dari komunikasi politik dalam setiap penyambutan atas retorika yang disampaikan oleh pasangan calon presiden dan wakil presiden tersebut.

Berbeda dengan pasangan calon presiden Anies, Muhaimin, pasangan Prabowo dan Gibran mengusung pola komunikasi yang terkesan santai. Karena aksi joget yang dilakukan Prabowo di kegiatan pengundian nomer urut calon peserta pemilu yang diadakan pada tanggal 14 November 2023 maka istilah “Goyang Gemoy” jadi melekat pada sosok calon presiden tersebut. Politik damai dan santai juga merupakan tanda yang sering dikumandangkan oleh pasangan Prabowo dan Gibran. Di sisi lain, istilah politik dinasti sering dilekatkan pada sosok Gibran sebagai calon wakil presiden Prabowo oleh pengamat dan media masa.

Berbeda dengan kedua pasangan yang telah dijelaskan, tanda yang disampaikan oleh pasangan Ganjar Pranowo dan Mahmud MD berubah-ubah sesuai dengan situasi yang dihadapi. Seperti yang telah disampaikan di media massa, Presiden Jojo Widodo yang sebelumnya mendukung Ganjar menjadi calon presiden, mengubah dukungannya kepada Prabowo, dan bahkan merestui anaknya, Gibran Rakabuming Raka, sebagai calon wakil presiden Prabowo. Perubahan sangat mendadak tersebut membuat gaya komunikasi politik Ganjar menjadi ikut berubah demi membuka peluang di ceruk suara baru yang tidak puas dengan pemerintahan Presiden Joko Widodo.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat ditemukan bahwa sampai dengan seminggu pertama masa kampanye, yang terjadi adalah pertempuran tanda dan belum sampai pada adu hebat program kerja. Tanda-tanda yang dipertukarkan bukan hanya pada tataran konsep *positioning*, tapi juga dalam bentuk atribut pendukung seperti pakaian serta cara berkomunikasi yang melibatkan gerak tubuh dan mimik muka. Masyarakat bukan cuma menerima tapi juga turut mempertukarkan tanda tersebut melalui media digital secara aktif. Berdasarkan masalah tersebut maka kajian ini bertujuan untuk memahami fenomena ini melalui pendekatan semiologi kepemimpinan.

Semiologi Kepemimpinan: Sebuah Pendekatan Teoretis

Semiologi adalah sebuah studi yang berfokus pada tanda. Telaah tentang tanda dikembangkan oleh banyak ilmuwan yang melihatnya dari berbagai sudut pandang. Ada yang melihat dari sudut pandang tanda sebagai stimulus *signifie*, ataupun respon logis *signifiant* seperti yang disampaikan oleh Saussure dan pengikutnya. Ada pula yang melanjutkan dan mengkritisi pemikiran tersebut, dan kemudian membawanya pada tahap pemaknaan kedua yang tidak hanya mengacu pada kaedah kebahasaan, namun pada pengetahuan dan pengalaman berdasarkan situasi sosial dan budaya yang kontekstual. Hal ini disebut oleh Barthes sebagai konotasi. Dan kemudian kedua

model penandaan tersebut disebut oleh Fiske sebagai *the first* dan *second order of signification*.

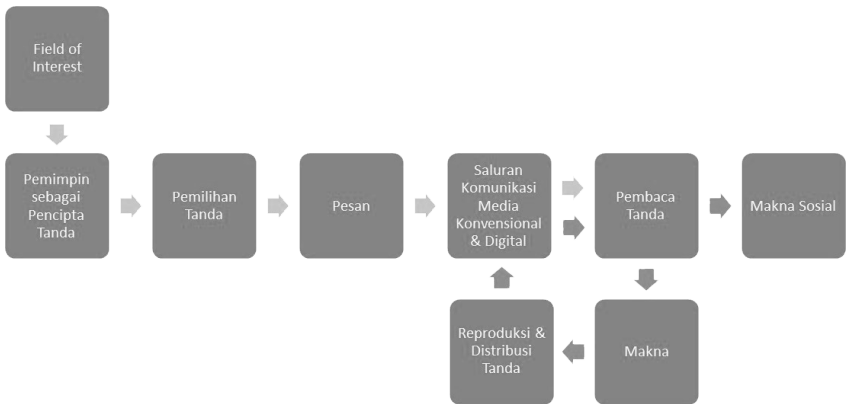
Barthes (1964) juga mengembangkan kajian konotasi ke ranah kritikal yang menyebutkan bahwa mitos adalah makna yang dibentuk oleh pihak dominan (*third order of signification*). Yang dimaksud sebagai pihak dominan oleh Barthes adalah penguasa politik dan kapitalis. Tapi pada kenyataannya, setiap individu dapat menjadi pihak dominan yang membentuk mitos karena pada dasarnya manusia adalah pencipta tanda. Hasrat untuk menjadi pihak dominan tersebut dipicu oleh dorongan ekonomi politik yang mendesaknya untuk menggunakan segala sumber daya kultural untuk membentuk makna sosial.

Halliday menyebutkan bahwa tanda adalah aspek fundamental dalam semiotika yang bersifat tidak tetap. Hal itu disebutnya sebagai sumber semiotik, yang berarti tindakan atau artefak yang digunakan dan tercipta dalam peristiwa komunikasi (*fourth order of signification*). Penggunaan istilah tersebut oleh Van Leeuwen ditujukan untuk menjelaskan bahwa tanda tidak hanya merujuk pada bahasa dan pengalaman individu, tapi juga pada peristiwa sosial. Dengan demikian, makna tidak hanya terjadi begitu saja, namun juga dicipta. Kemudian, dikatakan juga bahwa diskursus adalah kunci untuk mempelajari bagaimana sumber daya semiotika digunakan untuk membangun representasi dari apa yang sedang terjadi di dunia (Januarti & Wempi, 2019).

Seperti yang diutarakan oleh Wempi dan Chrisdina (2023), semiologi kepemimpinan berfokus pada bagaimana pemimpin sebagai pencipta tanda membentuk mitos dengan mengacu pada kesan apa yang ingin ditangkap oleh masyarakat. Secara sederhana proses pembentukan mitos dapat dijelaskan dengan bagaimana pencipta tanda memilih tanda-tanda yang disampaikan melalui media kepada pembaca tanda, dalam hal ini adalah masyarakat. Namun demikian, proses tersebut tidak hanya berhenti pada proses (Barthes, 1964). Dalam kajian Semiologi Kepemimpinan, penggunaan sumber daya semiotik oleh pemimpin untuk mempertukarkan tanda melalui proses produksi-konsumsi-reproduksi di masyarakat luas merupakan hal yang

sangat penting bagi terbentuknya makna sosial.

Proses produksi-konsumsi-reproduksi menjadi sorotan dalam telaah tersebut karena berkaitan dengan adanya media digital yang memungkinkan anggota masyarakat dari berbagai kalangan bisa menjadi komunikan, tapi pada saat bersamaan juga bisa menjadi komunikator yang melakukan reproduksi tanda. Dengan demikian kegiatan viralisasi tanda yang dilakukan oleh pemimpin dan organisasi yang terikat dengan dirinya bisa terjadi dalam kurun waktu yang sangat cepat, dan tersebar melalui jaringan yang luas.



Bagan 1. Pembentukan makna sosial

Pemimpin Adalah Pencipta Tanda

Dalam Pemilihan Presiden 2024, ada enam orang pencipta tanda penting yang terbagi dalam tiga kubu politik di Indonesia, yaitu; pasangan Anies-Muhaimin, Prabowo-Gibran, dan Ganjar-Mahfud. Sebagai pencipta tanda, seorang individu memiliki kebebasan dalam memilih tanda yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Namun kesemuanya terikat pada *field of interest* partai-partai pengusung yang tergabung dalam koalisi. Dengan demikian, mereka tidak bisa dilepaskan dari keberadaan tim suksesnya masing-masing.

Berdasarkan pemberitaan yang disampaikan Radio Republik

Indonesia, pasangan Anies-Muhaimin mengusung konsep perubahan dengan jargon “Indonesia Adil Makmur untuk Semua.” Hal tersebut ditandai dengan adanya layanan publik yang terjangkau dan berkualitas, mulai dari kesehatan, pendidikan, perumahan, pangan, transportasi, energi, dan informasi. Selain itu, fokus programnya juga ada pada pelestarian alam dan lingkungan. Jadi ada delapan misi yang digaungkan oleh pasangan presiden tersebut, atau yang mereka sebut sebagai “8 Jalan Perubahan” (Lingga, 2023)

Bila dilihat uraian di atas, maka ada beberapa tanda yang secara signifikan terkait program kerja yang digunakan, yaitu; Perubahan, Indonesia Adil Makmur untuk Semua, dan 8 Jalan Perubahan. Ada tanda lain yang merupakan *self concept*, yang kerap digunakan dalam komunikasi politik pasangan tersebut, yaitu kata AMIN yang merupakan akronim dari Anies-Muhaimin. Dalam berbagai komunikasi terbuka seperti pidato dan dialog, kata AMIN sering digunakan sebagai tanda yang menyatukan antara pasangan calon presiden-wakil presiden itu dan konstituennya. AMIN diasosiasikan dengan kata amin, yang berarti “terimalah” atau “kabulkanlah.” Karena kata amin sering digunakan sebagai kata penutup dari doa bagi agama-agama Abrahamik maka kata tersebut menjadi penghubung bagi pencipta tanda dan pembaca tanda yang merupakan kelompok pemilih religius.

Pasangan Prabowo Gibran memilih tanda yang berbeda. Konsep politik yang diusung adalah “Melanjutkan” program kerja yang telah dijalankan oleh Pemerintahan Presiden Joko Widodo. Program tersebut disusun dalam visi, 8 misi (*Asta Cita*), 8 Program Hasil Terbaik Cepat (PHTC), 17 Program Prioritas serta Program Kerja. Program tersebut menyoroti pokok-pokok gagasan dalam memperkokoh ideologi Pancasila, pemantapan sistem pertahanan keamanan, peningkatan lapangan kerja, kualitas sumber daya manusia, hilirisasi dan industrialisasi, ekonomi kerakyatan, reformasi hukum-HAM-birokrasi, dan lingkungan serta alam (Saputra, 2023).

Namun demikian, tanda yang paling menarik perhatian dari pasangan Prabowo-Gibran adalah “Goyang Gemoy” dan “Disenyumin Saja” yang viralkan oleh pasangan tersebut. Goyang Gemoy yang dilakukan oleh Bapak Gemoy menjadi *hook* yang menyita perhatian khalayak,

khususnya generasi milenial dan Z yang merupakan kelompok pemilih yang sangat besar jumlahnya. Gemoy dijadikan sebagai tanda setelah Prabowo berjoget di acara pengundian nomor urut peserta PEMILU. Sedangkan “Politik *Santui*” adalah tanda yang dipilih untuk menunjukkan *positioning* sebagai peserta pemilihan umum yang hanya mengikuti prosedur, menjalankan kampanye damai, dan bersikap santai dalam menerima serangan dari kubu lain, terutama yang terima oleh Gibran yang merupakan anak Presiden Joko Widodo. Seperti yang diberitakan oleh berbagai media massa, ada banyak tanda yang beredar di tengah dinamika politik yang dilekatkan kepada sosok Gibran, contohnya adalah politik dinasti, pintar *playing victim*, atau menghindari debat (Haryadi, 2023). Tanda yang digunakan oleh Gibran untuk menghadapi berbagai serangan tadi adalah penggunaan kata “*Disenyumin Saja.*”

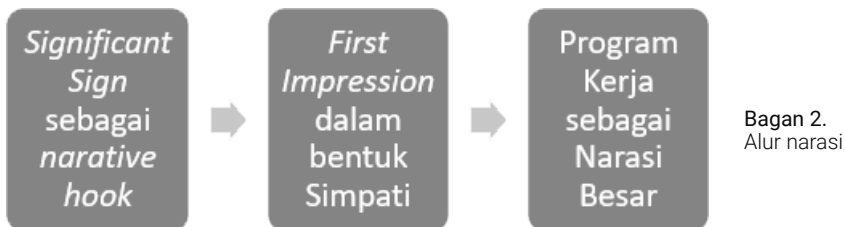
Pasangan yang paling banyak melakukan perubahan gaya komunikasi politik adalah Ganjar-Mahfud. Hal tersebut terjadi karena perubahan arah dukungan Presiden Joko Widodo yang mendadak dari semula Ganjar menjadi kepada Prabowo. Perubahan yang terjadi bukan hanya di level permukaan, tapi justru pada *positioning*. Awalnya pasangan ini mengusung tema melanjutkan program kerja Presiden Joko Widodo, namun berubah menjadi mengkritik kinerja pemerintah, dan kemudian kembali lagi pada *positioning* awal untuk melanjutkan program kerja Presiden Joko Widodo.

Pasangan Ganjar-Mahfud menggunakan *tagline* “Gerak Cepat Indonesia Unggul.” Program yang diusung adalah pembangunan manusia, riset dan inovasi, industrialisasi, ekonomi inklusif, ekonomi baru, lingkungan pertumbuhan ekonomi, pelayanan publik dalam kepastian hukum dan pemberantasan korupsi, dan posisi Indonesia di kancah internasional. Gerak Cepat Indonesia Unggul dikaitkan dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia cepat dan stabil (Mediana, 2023). Ganjar-Mahfud menggunakan “Salam tiga jari” seperti symbol perlawanan di film *Hunger Games*. Selain itu tanda lain yang melekat pada Ganjar adalah “Nilai 5 untuk penegakan hukum di Indonesia” di era Joko Widodo (Saptohutomo, 2023). Ganjar sebenarnya sudah memiliki tanda yang digunakan sejak lama, seperti politik kuliner atau komunikasi rakyat akar rumput. Sementara itu, tanda yang melekat

pada sosok Mahfud adalah akademisi dan penegak hukum. Namun demikian, tanda-tanda tersebut sempat hilang karena keduanya gencar melakukan kritik pada pemerintahan Presiden Jokowi.

Gimik dan Gagasan Sebagai *Significant Sign*

Saussure memperkenalkan konsep *significant sign* sebagai tanda yang penting yang mendapat perhatian audiens. Konsep ini merupakan konsep penting bila ditinjau dari telaah metodologis semiotika. Penjelasan sederhananya adalah bahwa di antara sekian banyak tanda yang digunakan dalam sebuah narasi (seperti kata, kalimat, bait, paragraph, angka, huruf, tanda baca, dan lain sebagainya), perlu diidentifikasi mana tanda yang merupakan *significant sign* karena tanda-tanda tersebut merupakan acuan dalam menemukan makna. Di lain sisi, bagi pencipta tanda keberadaan *significant sign* penting untuk membentuk simpati dan mengemas narasi. Dan dalam karya literasi, ada dua *significant sign* yang biasanya sangat diperhatikan bagi pencipta tanda, yaitu judul dan *narrative hook*.



Idealnya gagasan masing-masing pasangan calon presiden dan wakil presiden adalah produk komunikasi terpenting yang seharusnya menjadi konsumsi calon pemilih. (Zaman, 2023). Namun demikian, sampai dengan seminggu pertama masa kampanye, masyarakat lebih banyak membicarakan gimik. Pertanyaan penting yang perlu dicermati adalah mengapa gimik lebih mendapat perhatian menjelang PEMILU 2024 ketimbang gagasan? Ada beberapa penjelasan yang bisa dipaparkan terkait dengan aspek psikologi pembaca tanda.

Dalam konteks semiotika yang diterangkan oleh Saussure dan dikembangkan oleh Barthes, yang pertama kali diidentifikasi oleh

pembaca tanda adalah *significant sign*. Tanda tersebut bisa berupa apa saja bergantung pada bagaimana pencipta tanda menempatkan dan memperlakukannya. Dalam bagan 1 disampaikan bahwa tanda yang dipilih disampaikan melalui saluran komunikasi. Artinya untuk menjadi signifikan, tanda tersebut perlu diperlakukan secara khusus.

Dalam kasus Anies-Muhaimin, *significant sign* yang ditangkap oleh Masyarakat adalah “Perubahan” dan AMIN. Sejak awal kedua tanda tersebut menyertai pasangan calon presiden dan wakil presiden tersebut. Lalu apakah tanda tersebut dapat dikatakan sebagai gimik? Gimik adalah istilah populer yang berkembang di masyarakat yang memiliki arti sesuatu (alat atau trik) yang digunakan untuk menarik perhatian. Hal tersebut memiliki kesamaan dengan apa yang menjadi tujuan dari *narrative hook*. Dalam seni literasi, *narrative hook* merupakan bagian penting yang digunakan untuk mendapatkan perhatian pembaca. Biasanya *narrative hook* ditempatkan di awal agar pembaca berminat untuk meneruskan membaca karya tersebut. Dapat dikatakan bahwa sebagai *significant sign*, *narrative hook* merupakan pintu masuk bagi pembaca untuk mengarungi narasi besar. Anies-Muhaimin menyebutkan bahwa mereka menyampaikan gagasan, bukan gimik.

Pasangan calon presiden dan wakil presiden yang dinilai paling banyak menggunakan gimik adalah Prabowo-Gibran. Mulai dari gimik yang memang diciptakan oleh mereka dan tim pemenang, atau yang dilekatkan oleh rival dan media massa, atau juga yang memang berkembang di masyarakat. Di antara sekian banyak gimik yang digunakan sebagai *significant sign*, “Goyang Gemoy” dan “Disenyumin Saja” adalah yang paling menarik perhatian. Tanda-tanda tersebut digunakan dan dipertukarkan di kalangan masyarakat, terutama generasi milenial dan Gen Z yang merupakan pemilih dengan jumlah yang mencapai 56% dari total calon pemilih di PEMILU 2024 (Setiawati, 2023).

Sementara itu, pasangan Ganjar-Mahfud menyebutkan bahwa mereka juga tidak menggunakan gimik, tapi gagasan. Gagasan tentang program kerja bila terpilih menjadi presiden dan wakil presiden ditempatkan sebagai *significant sign* untuk memikat perhatian publik

calon pemilih. Selain gagasan sebagai *significant sign* yang disematkan, ada beberapa tanda signifikan lain yang dikaitkan oleh masyarakat, media, pengamat, dan rival politik terkait dengan sepak terjang Ganjar dan Mahfud. Salah satu yang paling menonjol adalah “Nilai 5” atas penegakan hukum di Indonesia di masa pemerintahan Joko Widodo. Sebagian kalangan menyebut bahwa hal tersebut menjadi titik tolak penilaian masyarakat bahwa Ganjar-Mahfud memang sudah berbeda kubu dengan Presiden Joko Widodo. Ini menggarisbawahi fenomena bahwa tanda bukan hanya berbentuk narasi, tapi juga perilaku dan sikap. Sikap kritis pasangan ini juga dijadikan sebagai tanda signifikan oleh kelompok pemilih dan media massa (Putra, 2023).

Media Digital Sebagai Rana Tanda

Baik gimik maupun gagasan, keduanya merupakan tanda signifikan yang digunakan untuk mendapatkan perhatian atau simpati pembaca tanda. Bila dilihat dari alur narasi yang ada di Bagan 2, setelah pembaca tertarik, barulah mereka masuk ke dalam narasi besar yang ditawarkan. Dalam hal ini yang disebut sebagai narasi besar tentunya adalah program kerja. Lalu manakah di antara kedua bentuk *significant sign* tadi yang lebih diminati oleh calon pemilih sebagai pembaca tanda?

Walaupun gimik dan gagasan merupakan *significant sign*, namun keduanya memiliki perbedaan yang cukup jelas. Gagasan menyentuh pada wilayah substansif, sedangkan gimik bisa jadi tidak berhubungan dengan substansi. Dalam telaah ini, yang dimaksud dengan substansi adalah program kerja. Idealnya gagasan memiliki fungsi yang lebih mirip dengan *narrative hook*, yang secara substansial digunakan untuk menarik pembaca pada narasi besar. Jadi secara logika, gagasan seharusnya merupakan *significant sign* yang lebih baik. Namun kenyataannya, sampai pada saat telaah ini dilakukan kecenderungan peningkatan angka elektabilitas justru dialami pasangan Prabowo-Gibran menurut berbagai lembaga survei. Lalu apakah fenomena ini bisa disebut sebagai antitesis dari logika di atas?

Untuk mengkaji hal tersebut perlu diperhatikan bagaimana mitos

dibentuk. Dijelaskan pada Bagan 1 bahwa setelah tanda dipilih, tahap selanjutnya adalah bagaimana tanda tersebut dikemas menjadi sebuah pesan, lalu pesan tersebut disampaikan melalui saluran komunikasi massa konvensional dan digital. Dari berbagai hasil survey, misalnya yang dirilis oleh Indikator, pasangan Prabowo Gibran memperoleh suara terbanyak dari Gen Z dan Milenial. Dan mereka kalah tipis dari pasangan Ganjar-Mahfud di kalangan pemilih yang berasal dari Generasi X dan berada di urutan terbawah di kalangan *Baby Boomer*. Tapi perlu diingat juga bahwa jumlah pemilih terbanyak adalah berasal dari Gen Z dan Milenial (Ahdiat, 2023) yang memilih dan mengemas tanda sesuai dengan kebutuhan informasi dan kebiasaan literasi generasi yang dijadikan target audiens.

Calon pemilih di PEMILU 2024 merupakan fenomena menarik. Generasi Milenial dan Gen Z adalah generasi yang hidup di zaman komunikasi digital. Mereka memiliki karakter literasi yang berbeda dengan generasi sebelumnya yang relatif lebih cermat dalam membaca narasi maupun tanda. Generasi Milenial dan Gen Z cenderung merupakan *headline news reader* yang hanya menangkap tanda-tanda yang ada dipermukaan seperti judul, *subheadline*, narasi pendek, atau pun gambar/foto. Terbentuknya *literacy behavior* tersebut tidak terlalu mengherankan karena informasi yang disediakan oleh media digital memang kebanyakan seperti itu. Generasi Z menyukai hal-hal yang menarik dan mudah dicerna otak manusia dalam penggunaan internet (Garcia, 2022).

Kembali pada pertanyaan di atas maka dapat dipahami mengapa gimik seperti “Goyang Gemoy,” “Santui,” dan “Disenyum Saja” lebih bisa diterima sebagai tanda yang menarik, mudah dicerna, dan ringan dibahas. Hal tersebut menjadi menonjol karena pemberitaan yang disajikan oleh media digital adalah informasi yang sesuai dengan yang diinginkan oleh generasi tersebut. Konten “Gemoy” menjadi *trending topic* di berbagai platform komunikasi.

Bila dilihat dari viralnya tanda-tanda tersebut, dapat ditemukan bahwa gimik sebagai tanda signifikan telah diproduksi, didistribusikan, dipertukaran, dikonsumsi, dan direproduksi oleh berbagai kalangan, baik sebagai pembaca tanda maupun sebagai pencipta tanda baru di

dunia nyata maupun maya. Media digital yang memiliki sifat digital, interaktivitas, hiperteks, virtual, jaringan, dan simulasi (Lister et al., 2009) membuat tanda-tanda signifikan tersebut menjadi lebih bebas beredar, dimaknai, dan direpresentasikan kembali. Dengan kata lain tanda tersebut menjadi viral.

Media digital menjadi rana tanda atau medan pertempuran tanda di mana setiap individu atau kelompok bisa membaca dan menginterpretasi tanda untuk kemudian diproduksi ulang dengan memasukan tanda lain sebagai bentuk modifikasi pesan sesuai dengan kepentingan mereka. “Goyang Gemoy” bukan cuma didistribusikan di berbagai platform, tapi juga dimodifikasi dalam bentuk percakapan, narasi, *meme*, animasi, kecerdasan buatan (*artificial intelligence-AI*), dan lain-lain. Teknologi digital memudahkan manusia untuk melakukan rekayasa dan manipulasi audio-visual. Pesan dibumbui dengan gimik-gimik tambahan yang sesuai dengan komunitas yang dijadikan khalayak oleh orang-orang yang hidup dalam komunitas tersebut. “Goyang Gemoy” menjadi sesuai dengan tema “Kampanye *Santui*” yang diusung Prabowo-Gibran dan kemudian diolah dengan menggunakan modal kultural individu masyarakat yang berinteraksi karena tertarik pada tanda tersebut.

Simpulan

Dalam konteks pemilihan pemimpin yang bersifat kontestasi di PEMILU 2024, strategi pemenangan sangat bergantung pada bagaimana pemimpin dan tim pemenangannya, sebagai pencipta tanda, mampu memilih tanda dan mengemasnya menjadi sebuah *narrative hook* yang secara instan dapat menciptakan ketertarikan dan simpati publik. Pertempuran tanda di sini bukan cuma bertujuan untuk mempersuasi masyarakat dalam memilih, tapi juga membuat mereka turut berpartisipasi dalam memodifikasi dan mendistribusi tanda. Dengan kata lain, pembaca tanda tidak lagi diposisikan sebagai individu pasif sebagaimana yang disampaikan Barthes dalam mitos yang disebut sebagai pihak yang didominasi, tapi sebagai pembaca tanda yang aktif dalam memanfaatkan sumber semiotik untuk berpartisipasi membentuk makna sosial.

Referensi

- Ahdiat, A. (2023, Desember 8). *Survei Indikator: Mayoritas Gen Z dan Milenial pilih Prabowo-Gibran*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/12/08/survei-indikator-mayoritas-gen-z-dan-milenial-pilih-prabowo-gibran>
- Barthes, R. (1964). *Elements of semiology*. Hill and Wang.
- Dirgantara, A., & Rastika, I. (2022, Oktober 3). *Nasdem resmi deklarasikan Anies Baswedan jadi capres 2024*. <https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/nasional/read/2022/10/03/10440681/nasdem-resmi-deklarasikan-anies-baswedan-jadi-capres-2024>
- Garcia, E. (2022, November 2). *Minat dan baca pada Generasi Z pada hari-hari ini*. <https://www.google.com/amp/s/www.kompasiana.com/amp/enosgarcia7241/6361b8f1f4fbe460766ed152/minat-dan-baca-pada-generasi-z-pada-hari-hari-ini>
- Gatra, S. (2023, November 14). *"Gemoy, santuy" hingga guyon rasa "endorse" capres*. <https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/nasional/read/2023/11/14/06075941/gemoy-santuy-hingga-guyon-rasa-endorse-capres>
- Guritno, T., & Asril, S. (2023, Agustus 31). *Anies setuju Muhaimin jadi cawapres, Demokrat: Rentetan pengkhianatan!* https://nasional.kompas.com/read/2023/08/31/19080321/anies-setuju-muhaimin-jadi-cawapres-demokrat-rentetan-pengkhianatan?_gl=1*tuawnd*_by1IZmlnbF9iSXRMaEdGcGRiT3pjMVhuVWRF-MmEyd0l1Qy1GTWxBV3FKSVQ.*_ga_77DJNQ0227*MTcwM-jl10DIzNy42LjEuMTcwMjl2MDkwOC4wLjAuMA
- Haryadi, M. (2023, November 10). *3 serangan terbaru PDIP kepada Gibran: Karakter playing victim hingga keabsahannya sebagai cawapres*. <https://m.tribunnews.com/mata-lokal-memilih/2023/11/10/3-serangan-terbaru-pdip-kepada-gibran-karakter-playing-victim-hingga-keabsahannya-sebagai-cawapres>
- Januarti., & Wempi, J. A. 2019. Makna tenun ikat Dayak Sintang ditinjau

- dari teori semiotika sosial Theo Van Leeuwen. *Bricolage Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 1(5), 73-90. <https://journal.ubm.ac.id/index.php/bricolage/article/view/1743>
- Lingga, R. (2023, November 11). *Indonesia adil makmur: Ini misi capres-cawapres AMIN*. https://www.rri.co.id/pemilu/440227/indonesia-adil-makmur-ini-misi-capres-cawapres-amin?utm_source=news_slide&utm_medium=internal_link&utm_campaign=general_campaign
- Lister, M., Dovey, M., Giddings, S., Grant, I., & Kieran K. (2009). *New media: A critical introduction*. Routledge.
- Mediana. (2023, October 27). *Ganjar-Mahfud MD usung program yang fokus ke manusia dan inovasi*. <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2023/10/27/capres-ganjar-pranowo-cawapres-mahfud-md-usung-program-yang-fokus-ke-manusia-dan-inovasi>
- Priasmoro, M. R. (2023, Oktober 22). *Prabowo Subianto resmi tunjuk Gibran Rakabuming Raka sebagai cawapresnya*. <https://www.google.com/amp/s/www.liputan6.com/amp/5430154/prabowo-subianto-resmi-tunjuk-gibran-rakabuming-raka-sebagai-cawapresnya>
- Putra, H. R. (2023, November 22). *Ganjar Pranowo dinilai kritik pemerintahan Jokowi untuk cari ceruk suara kelompok menengah*. <https://www.google.com/amp/s/nasional.tempo.co/amp/1799955/ganjar-pranowo-dinilai-kritik-pemerintahan-jokowi-untuk-cari-ceruk-suara-kelompok-menengah>
- Saptohutomo, A. P. (2023, November 27). *Gaya kampanye Ganjar-Mahfud disarankan mesti dipoles lagi supaya populer*. <https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/nasional/read/2023/11/27/05150011/gaya-kampanye-ganjar-mahfud-disarankan-mesti-dipoles-lagi-supaya-populer>
- Saputra, D. (2023, October 29). *8 program kerja "Asta Cita" Prabowo-Gibran: Hilirisasi Jokowi lanjut*. <https://www.google.com/amp/s/m.bisnis.com/amp/read/20231029/15/1708920/8-program-kerja-asta-cita-prabowo-gibran-hilirisasi-jokowi-lanjut>

- Setiawati, S. (2023, December 5). *Gen Z-Milenial wajib bangga! Anda jadi penentu next presiden*. <https://www.cnbcindonesia.com/research/20231204154618-128-494398/gen-z-milenial-wajib-bangga-anda-jadi-penentu-next-presiden>
- Wempi, J. A., & Chrisdina. (2023). Semiologi kepemimpinan. Dalam R. Sukandar & T. T. Akbari (Eds.). *Bunga Rampai Kajian Kepemimpinan Kontemporer: Pendekatan Aplikatif Lintas Bidang* (pp 1-14). LSPR Publishing.
- Zaman, M. I. (2023, November 17). *Suara Gen Z untuk capres-cawapres 2024: Fokus gagasan, bukan sibuk pencitraan*. <https://www.google.com/amp/s/www.nu.or.id/amp/nasional/suara-gen-z-untuk-capres-cawapres-2024-fokus-gagasan-bukan-sibuk-pencitraan-7Qcig>

