

HIPERREALITAS JOKOWI PADA VIDEO *OPENING CEREMONY* ASIAN GAMES 2018

Olivia Christine Pangaribuan, Eriyanto

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Departemen Komunikasi Universitas Indonesia, Depok.
olivia.jfk1963@gmail.com

Diajukan: 11-05-2019; Direview: 14-05-2019; Diterima: 23-06-2019;

Abstract

The emergence of Jokowi who took action like a professional motorbike racer in the opening video of the 2018 Asian Games ceremony was viral to other countries. Jokowi's action was thought to be right done by Jokowi, without the help of stuntman. The community was made to believe what Jokowi was doing. This is what according to Baudrillard is a hyperreality, a condition, where falsehood mingles with authenticity. Through his action, Jokowi wants to do an image of himself who will welcome the 2019 presidential election as a populist figure, not rigid and close to millennial. This study was examined using a qualitative approach with multimodality method based on social semiotics M. A. K Halliday. As a result, Jokowi used the media to support the Government to appear in the opening ceremony video containing hyperreality to increase its electability in the presidential elections from 2019 to 2424.

Keywords: *hyperreality, multimodality, political actor, Jokowi.*

Abstrak

Munculnya Jokowi yang melakukan aksi layaknya pebalap motor profesional dalam video *opening ceremony* Asian Games 2018 sempat viral hingga ke negara lain. Aksi Jokowi tersebut sempat dikira benar dilakukan oleh Jokowi, tanpa adanya bantuan stuntman. Masyarakat dibuat percaya dengan apa yang dilakukan Jokowi. Inilah yang menurut Baudrillard merupakan sebuah hiperrealitas, satu kondisi, dimana kepalsuan berbaur dengan keaslian. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana hiperrealitas yang terdapat dalam video *opening ceremony* Asian Games 2018 ditampilkan. Penelitian ini diteliti dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode multimodality berbasis semiotika sosial M. A. K Halliday. Hasilnya, Jokowi memanfaatkan media yang mendukung Pemerintah untuk tampil dalam video *opening ceremony* yang mengandung hiperrealitas untuk meningkatkan elektabilitasnya dalam pemilu presiden 2019-2024.

Kata Kunci: *hiperrealitas, multimodality, aktor politik, jokowi.*

PENDAHULUAN

Video Jokowi yang tayang dalam *opening ceremony* Asian Games sempat menjadi perbincangan hangat, bahkan menjadi viral, bukan hanya di Indonesia, tetapi juga di negara lain. Asian Games 2018 adalah Asian Games kedua yang diselenggarakan di Indonesia, setelah sebelumnya pernah diselenggarakan pada era Soekarno, tahun 1962 yang lalu. Setelah 56 tahun berlalu, akhirnya Asian Games kembali diselenggarakan di Indonesia, dengan Jakarta dan

Palembang diberikan kepercayaan menjadi tuan rumahnya.

Jokowi menceritakan ide awal dilibatkannya dirinya dalam *opening ceremony* Asian Games 2018. Ia bercerita awalnya diajak oleh *Creative Director* Asian Games 2018, Wishnutama. Wishnutama bertemu dengan Jokowi dan mengajukan tiga ide munculnya Jokowi di *opening ceremony* Asian Games. Wishnutama mengajukan ide yang biasa saja hingga yang ekstrem. Ternyata, Jokowi memilih ide yang ekstrem, yang akhirnya sukses menjadi perbincangan masyarakat dunia.

Video *opening ceremony* Asian Games 2018 dimulai saat Jokowi akan berangkat dari kediamannya di Istana Bogor, Jawa Barat, untuk menuju Stadion GBK, Jakarta dengan dikawal oleh para paspampres. Namun ternyata, Jokowi terjebak macet di salah satu jalan di Jakarta. Karena banyaknya suporter Indonesia antusias ingin menonton *opening ceremony* Asian Games di Stadion GBK. Jokowi kemudian memutuskan untuk menggunakan motor gede milik salah satu paspampres yang mengawalnya. Dengan menggunakan jas berwarna hitam, Jokowi berusaha mencari jalan dan melakukan berbagai aksi layaknya pebalap motor profesional, seperti *burn out* lalu terbang melintasi truk untuk melewati kemacetan. Ia juga sempat melakukan *rolling stoppie* saat berpapasan dengan Bajaj, saat mencari jalan pintas dan melintasi gang-gang kecil.

Jokowi kemudian melanjutkan perjalanannya dan melewati sekolah, dimana ia melihat seorang guru yang akan menyeberang dengan murid-muridnya. Jokowi yang saat itu dikawal oleh dua orang paspampresnya, memutuskan untuk berhenti dan membantu menyeberangi guru dan muridnya tersebut. Ia bahkan semoat membuka helmnya dan menyapa salah satu murid yang menyeberang.

Video dilanjutkan dengan masuknya seseorang yang membawa motor gede, yang diyakini sebagai Presiden Joko Widodo, ke dalam Stadion GBK. Para penonton yang hadir di Stadion GBK kemudian berteriak histeris dan menilai itu adalah Presiden Joko Widodo. Pengendara motor itu memberikan salam dengan ciri khas Presiden Joko Widodo, yakni melambaikan tangannya. Ia kemudian menggas motor gedanya dan masuk ke salah satu lorong di Stadion GBK. Lalu, ia memasuki *backstage* dan turun dari motor, menaiki lift hingga sampai ke tribun VVIP untuk menyaksikan *opening* Asian Games bersama para undangan dari negara sahabat.

Presiden Jokowi juga sempat menjadi trending di Twitter dan Naver Korea. Netizen Korea menjuluki Jokowi sebagai *swag president* alias presiden keren. Bahkan, netizen Korea menyanyikan Presiden Jokowi dengan *boyband-boyband* Korea dalam video klip mereka yang juga sama-sama menaiki sepeda motor.

Aksi Jokowi ini mirip dengan *video opening ceremony* Olimpiade London 2012, dimana

Ratu Elizabeth II dijemput di Buckingham Palace oleh Daniel Craig, yang berperan sebagai James Bond. Ratu Elizabeth kemudian menaiki helikopter kerajaan dan melintasi London Bridge. Sesampainya di atas stadion, Ratu Elizabeth bersama dengan Daniel Craig melakukan aksi terjun payung. Ia kemudian muncul bersama Pangeran Philip di Stadion, disambut meriah oleh para penonton yang hadir di stadion.

Video Ratu Elizabeth tersebut mirip dengan video Jokowi di *opening ceremony* Asian Games. Video ini terlihat *real*, seperti bukan fantasi dan fiksi. Terlihat bahwa Presiden Joko Widodo lah yang benar-benar mengendarai motor besar tersebut dan melakukan berbagai aksi layaknya pembalap motor profesional. Masyarakat dibuat percaya saat itu bahwa Presiden Joko Widodo lah yang mengendarai motor menuju Stadion Gelora Bung Karno. Padahal, menurut protokoler, hal ini jelas tidak mungkin dilakukan oleh seorang presiden mengingat faktor keamanannya. Inilah yang menurut Baudrillard merupakan satu konsep yang dinamakan *hyperreality* atau hiperrealitas.

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard, hiperrealitas adalah sebuah konsep dalam dunia posmodernisme dimana ukuran-ukuran realitas yang ada tidak dapat dipegang lagi. Sebuah dunia realitas yang dalam konstruksinya tidak bisa dilepaskan dari produksi dan permainan bebas tanda-tanda yang melampaui (*hyper-sign*). Dunia hiperrealitas, dengan demikian, dapat dipandang sebagai sebuah dunia perekrayaan realitas lewat permainan tanda-tanda. Permainan tersebut sedemikian rupa sehingga tanda-tanda tersebut kehilangan kontak dengan realitas yang direpresentasikannya.

Hiperrealitas menciptakan satu kondisi, yang didalamnya kepalsuan berbaur dengan keaslian; masa lalu berbaur dengan masa kini; fakta bersimpang siur dengan rekayasa; tanda melebur dengan realitas; dusta bersenyawa dengan kebenaran (Baudrillard, 1990:11).

Melalui teknik produksi, suatu objek dapat diproduksi dan direproduksi dalam jumlah tak terhingga dan dalam cara yang jauh lebih kompleks (Piliang, 2010:130). Televisi cenderung mengubah liputan hukum dan politik menjadi bentuk hiburan untuk konsumsi massal (Balkin, 2009:397).

Peristiwa komunikasi yang kini semakin

berkembang melalui platform digital, termasuk dalam hal ini adalah video yang diputar di televisi dan juga dibagikan melalui kanal Youtube, dianggap sesuai bila diteliti dengan menggunakan metode multimodality. Video Jokowi saat berkendara menggunakan sepeda motor menuju GBK dan melakukan aksi-aksi layaknya seorang pebalap motor profesional dalam *opening ceremony* Asian Games 2018 mengandung hiperrealitas seperti konsep yang dicetuskan oleh Jean Baudrillard. Berdasarkan hal tersebut, masalah utama yang akan menjadi fokus penelitian ini adalah bagaimana hiperrealitas ditampilkan dalam video Jokowi dalam *opening ceremony* Asian Games 2018.

Penelitian sejenis pernah dilakukan oleh Anton Wisnu Nugroho dalam tesisnya yang berjudul 'Hiperrealitas Baudrillard untuk Mempengaruhi Massa Kampanye Pemilu' pada tahun 2014. Penelitian ini menggunakan teori Baudrillard dan hendak membongkar pencitraan Partai Demokrat pada Pemilu 2009 dan 2014. Hasilnya, upaya pencitraan yang dilakukan oleh Partai Demokrat melalui representasi, simulasi, manipulasi dan hiperrealitas kurang dirawat dan dihidupi, sehingga Partai Demokrat menang pada Pemilu 2009 dan kalah pada pemilu 2014.

Peneliti menganggap penting mengangkat hiperrealitas Jokowi dalam video *opening ceremony* Asian Games 2018 untuk melihat bagaimana seorang calon presiden *incumbent* menggunakan media untuk membantunya 'berkampanye', menaikkan elektabilitasnya dan meningkatkan suara, terutama suara *swing voters*.

LITERATUR DAN METODOLOGI

Era Postmodern

Best dan Kellner (1991:2) mengemukakan, postmodern adalah sejarah baru yang dianggap telah menggantikan era modern. Dengan demikian, teori sosial postmodern juga merupakan cara berpikir baru yang memerlukan teknik berpikir yang sama sekali baru pula. Masyarakat postmodern dibangun oleh perkembangan komunikasi yang tanpa batas, yang 'melampaui' (*hyper-communication*) alam komunikasi itu sendiri (Piliang, 2001:167). Postmodernisme merupakan refleksi kritis atas pengaruh globalisasi, khususnya pengaruh modernisme sebagai pemikiran dan modernitas

sebagai realitas sosial yang melahirkan globalisasi.

Perhatian utama Baudrillard dalam kajian kebudayaan postmodern didasarkan pada beberapa asumsi hubungan antara manusia dengan media, yang pada awalnya dicetuskan oleh Marshall McLuhan. Baudrillard mengatakan bahwa media massa menyimbolkan zaman baru di mana bentuk produksi dan konsumsi lama telah memberi jalan bagi semesta komunikasi yang baru. Dalam masyarakat konsumen, nilai ada di dalam gagasan, atau di dalam tanda-tanda objek. Nilai adalah makna yang diberikan suatu objek pada eksistensi, yang dipasok dari luar, dikondisikan secara kultural, dikodifikasikan, dan diproyeksikan oleh media (Thiry-Cherques, 2010:2-3). Membicarakan 'media' berarti melibatkan kata 'massa', dan memang media massa memiliki fungsi penting dalam perjalanan kebudayaan postmodern. Media telah menginvasi ruang publik dan privat, dan mengaburkan batas-batasnya.

Komunikasi postmodern juga ditandai oleh semangat dekonstruksi, yaitu pencairan atau pembongkaran berbagai kode dan konvensi yang membangun sebuah komunitas bahasa, khususnya kode dan konvensi bahasa, dan membiarkannya di dalam kondisi ketidakpastian. Semangat dekonstruksi dan permainan bebas bahasa telah menggiring wacana komunikasi postmodern ke arah sikap yang merayakan tanda ketimbang makna, penanda (*signifier*) ketimbang petanda (*signified*), citra (*image*) ketimbang kebenaran, simulacrum ketimbang realitas. Semangat permainan bebas tanda juga telah menggiring komunikasi modern ke arah kecenderungan merayakan sesuatu yang bersifat remeh temeh dan ringan, sesuatu yang tidak penting dan tidak *urgent*. Apa pun kini diperbincangkan, didialogkan, di-*talkshow*-kan, dipertontonkan sebagai bagian dari wacana komunikasi (Piliang, 2001:166).

Hiperrealitas

Dunia hiperrealitas adalah dunia yang disarati oleh silih bergantinya reproduksi obyek-obyek yang simulacrum, obyek-obyek yang murni 'penampakan', yang tercabut dari realitas sosial masa lalunya, atau sama sekali tak mempunyai realitas sosial sebagai referensinya. Di dalam dunia seperti ini, subyek sebagai konsumen digiring ke dalam 'pengalaman ruang' hiper riil— pengalaman

silih bergantinya ‘penampakan’ di dalam ruang, berbaur dan meleburnya realitas dengan fantasi, fiksi, halusinasi dan nostalgia, sehingga perbedaan antara satu sama lainnya sulit ditemukan, dalam hal ini hiperrealitas dalam pandangan Baudrillard lebih menekankan baik nostalgia maupun fiksi ilmiah (*science fiction*) (Martadi, 2003:83).

Jean Baudrillard mengatakan, bahwa Disneyland ‘lebih riil’ daripada Amerika dalam dunia social (Fangnan, 2017:1). Jean Baudrillard memakai istilah hiperrealitas untuk menjelaskan satu kondisi realitas, dimana berbagai bentuk periklanan dan distorsi makna di dalam komunikasi, yang menciptakan semacam ‘hiperrealitas’ komunikasi (Piliang, 2001:167).

Dramatisasi yang dilakukan melalui alur yang penuh aksi dramatis, secara umum dikendalikan oleh rumah produksi yang membuatnya bukan lagi oleh pelaku utama yang mempunyai cerita. Akhirnya menjadi mustahil membedakan yang nyata dari yang sekedar tontonan. Dalam kehidupan nyata masyarakat pemirsa reality show, kejadian-kejadian nyata semakin mengambil ciri hipereal. Tidak ada lagi yang real, yang ada hanyalah hiperrealitas. Dampak yang dihasilkan dari *hyperreality* adalah adanya kepercayaan masyarakat terhadap kenyataan yang sebenarnya bukan kenyataan.

Simulasi sebagai model produksi penampakan dalam masyarakat konsumen, menurut Baudrillard (dalam Piliang, 2010:132), tidak lagi berkaitan dengan duplikasi *ada* (being) atau substansi dari sesuatu yang diduplikasi, melainkan penciptaan melalui model-model sesuatu yang nyata yang tanpa asal-usul atau realitas (hiperrealitas). Referensi dari duplikasi bukan lagi sekedar realitas, melainkan apa yang tidak nyata, yaitu fantasi. Oleh karena fantasi dapat disimulasi menjadi (seolah-olah) nyata, maka perbedaan antara realitas dan fantasi sebenarnya sudah tidak ada.

Dalam era postmodern, prinsip simulasi menjadi pahlawan, dimana reproduksi (dengan teknologi informasi, komunikasi dan industri pengetahuan) menggantikan prinsip produksi, sementara permainan tanda dan citra mendominasi hampir seluruh proses komunikasi manusia.

Kecenderungan politik citra mengarah pada apa yang disebut Jean Baudrillard dalam tulisannya *The Precession of Simulacra* di bukunya yang

berjudul *Simulacra and Simulations* (Carney, 1999:101), sebagai simulasi realitas. Pada dasarnya simulasi realitas ini merupakan sebuah tindakan yang memiliki tujuan membentuk persepsi yang cenderung palsu (seolah-olah mewakili kenyataan).

Ruang pemaknaan di mana tanda-tanda saling terkait dianggap tidak harus memiliki tautan logis. Hubungan antara citra diri kandidat dengan kenyataan hidup pemilihnya bisa jadi tidak saling terhubung. Namun karena keduanya kerap dihadirkan dalam satu realitas simbolik media, lambat laun tercipta asosiasi antara keduanya. Sehingga dunia kesan menjadi representasi pilihan dari para pemilih. Inilah yang ditulis Piliang (2006:49), manusia terjebak dalam bujuk rayu dan ketersesatan tanpa tujuan. Pencitraan menjadi segala-galanya bagi pemilih. Sehingga, tanda menciptakan mitosnya sendiri serta mengambil alih makna secara atuh. Khayalan-khayalan semu sekali pun menjadi terlihat sangat nyata.

Di era simulacra, citra politisi bisa sebagai representasi realitas, menutupi realitas dan sekaligus menggantikan realitas. Komunikasi elit partai seperti serangkaian produksi dan kehidupan sosial yang ‘dijajah’ oleh komoditas ekonomi dan kekuasaan.

Metodologi

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Meleong (2013:16), mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah.

Penelitian ini menggunakan metode analisis multimodality, istilah yang digunakan untuk merujuk pada cara orang berkomunikasi menggunakan *modes* yang berbeda pada saat bersamaan (Kress dan van Leeuwen dalam Thuy, 2017:165), yang dapat didefinisikan sebagai “penggunaan beberapa *semiotic modes* dalam desain produk, atau peristiwa semiotik secara bersamaan, dan dengan cara tertentu mode-mode ini digabungkan untuk memperkuat, melengkapi, atau berada dalam susunan tertentu”.

Van Leeuwen (dalam Yang, 2016:1596) menyatakan bahwa “multimodality berarti kombinasi mode semiotik yang berbeda - misalnya, bahasa dan musik - dalam artifak atau acara komunikatif”. Definisi yang lebih spesifik adalah bahwa “wacana multimodal melibatkan interaksi berbagai sumber daya semiotik seperti bahasa, gerakan, pakaian, arsitektur, pencahayaan kedekatan, gerakan, pandangan, sudut kamera, dan sebagainya” (O’Halloran, Tan, Smith & Podlasov, 2011:110).

Menurut Kress dan Van Leeuwen (dalam Mahardika, 2016:46-47), sebuah tanda (elemen visual serta layout) yang terdapat dalam komunikasi visual memiliki sebuah tata bahasa, yang disebut sebagai tata bahasa visual (*visual grammar*). Dalam mencari sebuah makna sebuah desain visual, hal ini dapat diperoleh melalui makna representasional (*representational meaning*), makna interaktif (*interactive meaning*), serta makna komposisi (*composition meaning*).

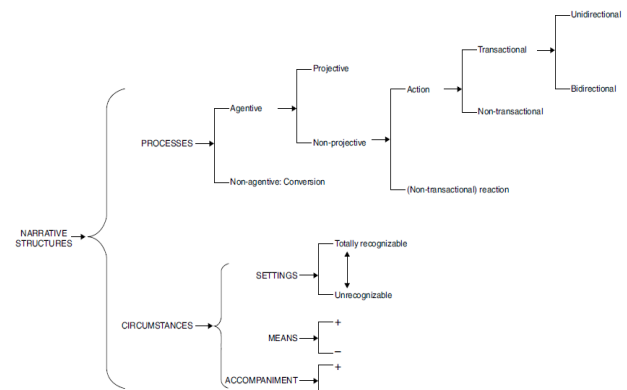
Teori Halliday tentang semiotika sosial dan tata bahasa fungsional sistemik memberikan titik awal untuk analisis multimodal semiotik sosial. Kress dan van Leeuwen menunjukkan bagaimana fungsi ideasional, interpersonal dan tekstual direalisasikan secara visual, melalui konsep-konsep seperti komposisi (nilai informasi, arti-penting), modalitas (vektor) dan pembingkai. Pendekatan semiotik sosial, khususnya teori fungsional sistemik Michael Halliday, menekankan pentingnya makna interpersonal (yaitu diberlakukannya hubungan sosial) sebagai pintu gerbang ke dasar pengalaman pembuatan makna. Namun, dalam mempelajari gambar visual, semiotik sosial cenderung untuk berkonsentrasi pada sumber daya interpersonal seperti sudut kamera, modalitas, dan pandangan, yang menegosiasikan hubungan penampil gambar, daripada realisasi visual dari makna emotif dalam tindakan komunikatif (Feng & Halloran, 2012:2067).

Menggunakan teori Halliday, gambar/imej mewakili dunia di sekitar kita secara ideasional dan gambar/imej menjadikan hubungan sosial secara interpersonal. Secara tekstual, gambar/imej juga menghadirkan keseluruhan, yaitu keseluruhan secara internal dan koheren dalam relasinya dengan lingkungannya. Dalam kaitannya dengan

visual, Kress dan van Leeuwen menamakan tiga metafungsi ini sebagai: *representational (ideational)*, *interactional* (interpersonal), dan *composition (textual)*.

Penelitian ini bersifat deskriptif yaitu penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat sekarang (Sujana dan Ibrahim, 1989). Penelitian deskriptif memusatkan perhatian kepada pemecahan masalah-masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian dilaksanakan. Penelitian ini akan menggambarkan bagaimana hiperrealitas yang terdapat dalam video *opening ceremony* Asian Games 2018 ditampilkan. Adapun video ini terdiri dari potongan gambar, suara dan teks.

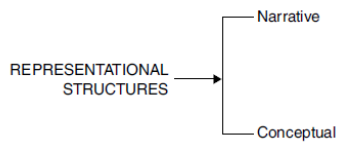
Metafungsi Representasi



Gambar 1.
Metafungsi Representasi atau ideasional
(Caple, 2016:61)

Dalam diskusi Kress dan van Leeuwen dalam Caple (2006:59) mengenai struktur representasional dalam sistem transitivitas visual di dalam metafungsi representasi atau sumber daya visual untuk mewakili interaksi dan hubungan konseptual antara orang, tempat, dan hal-hal dalam visual, Kress dan van Leeuwen mengenal adanya dua proses utama, yaitu proses konseptual dan naratif. Dalam membaca gambar 1, struktur visual dapat berupa narasi ‘yang menyajikan aksi dan peristiwa yang sedang berlangsung, proses perubahan, pengaturan tata ruang sementara ‘atau’ konseptual ‘mewakili *participants* dalam hal mereka lebih umum dan lebih atau kurang esensi yang stabil dan abadi, dalam hal kelas, atau struktur atau makna’. Gambar konseptual biasanya diwujudkan oleh

struktur taksonomi, sedangkan *narrative structures* cenderung mencakup *participants* yang diwakili sedang ‘melakukan sesuatu’ (Caple, 2016:59). Proses agen diwujudkan oleh aktor dan vektor (dibentuk oleh elemen yang digambarkan atau panah), di mana aktor, atau peserta aktif, dalam proses tindakan adalah ‘participants dari mana vektor berasal atau yang menyatu dengan vektor.



Gambar 2.
Jenis Utama Struktur Representasi Visual
(Caple, 2016:60)

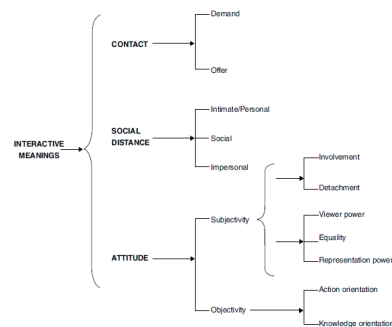
Dalam proses narasi dalam visual, Kress dan van Leeuwen menyatakan ada dua jenis proses utama yaitu proses *actional* dan *reactional*. Proses *actional* adalah proses dimana beberapa jenis tindakan fisik berhubungan dengan *participants* yang diwakili. Mereka bisa bersifat non-transaksional, di mana hanya ada satu *participants* dan karenanya tidak ada tindakan yang diarahkan kepada siapa pun atau apa pun, dan transaksional, di mana ada dua atau lebih banyak *participants* dan ada sesuatu yang dipertukarkan. Dalam situasi ini ada seorang aktor, tujuan dan penerima manfaat.

Proses reaksi adalah proses dimana peserta yang diwakili berada dicirikan oleh suatu reaksi, yang diwujudkan oleh arah pandangan seseorang peserta, *reacter*. Karena reaksi terhadap sesuatu tentu merupakan sifat dari makhluk hidup, maka *reacter* haruslah manusia, atau hewan yang menyerupai manusia (dengan terlihat mata dan kemampuan untuk menghasilkan ekspresi wajah). Arah atau fokus reaksi (tatapan atau tatapan) ini mengikuti vektor ke peserta atau keseluruhan penerima proses, disebut fenomena, dan sifat khusus dari reaksi ini dikodekan dalam cara bahwa *reacter* melihat fenomena.

Kress dan van Leeuwen juga mengakui bahwa ada yang *participants* sekunder dalam banyak gambar, yang diidentifikasi sebagai *circumstances*. *Circumstances* didefinisikan sebagai “*participants* yang bisa ditinggalkan tanpa mempengaruhi proposisi dasar, diwujudkan dengan pola narasi, meskipun penghapusan mereka tentu saja akan

memerlukan hilangnya informasi”. Mengikuti apa yang dikemukakan oleh Halliday (1994:150), Kress dan van Leeuwen mengenali adanya tiga bentuk *circumstances*, yaitu *locative circumstances*, *circumstances of accompaniment*, dan *circumstances of means*.

Metafungsi Interaction



Gambar 3.
Metafungsi Interaksional atau interpersonal
(Caple, 2016:149)

Dalam diskusi terkait makna interaktif dalam tata bahasa visual, Kress dan van Leeuwen (dalam Caple 2016:69) mengakui bahwa bentuk-bentuk visual komunikasi juga memanfaatkan sumber daya yang membentuk dan memelihara interaksi antara produser dan *viewer* visual. Seperti halnya antara pembicara / penulis dan pendengar/ pembaca, metafungsi interpersonal dalam kaitannya dengan komunikasi visual juga berkaitan dengan representasi hubungan sosial, dalam hal ini antara visual dan *viewer*. Makna interaksional dalam gambar menyangkut beberapa jenis hubungan interpersonal. Bisa saja sebuah hubungan yang dibangun dalam suatu gambar (mis. antara *participants* yang diwakili digambarkan dalam gambar) atau bisa saja hubungan yang dibangun melalui gambar (misalnya antara produsen gambar, yang dalam hal ini bisa saja sebuah organisasi berita sebagai institusi, dan penonton atau mereka yang melihat gambar) atau mungkin hubungan yang dibangun antara *participants* yang diwakili dalam gambar dan penampil gambar (mis. koneksi pribadi yang dapat dibangun oleh pembaca/pemirsa tertentu di antara dirinya dan konten gambar, tergantung pada pengalaman mereka sendiri, nilai dan kepercayaan).

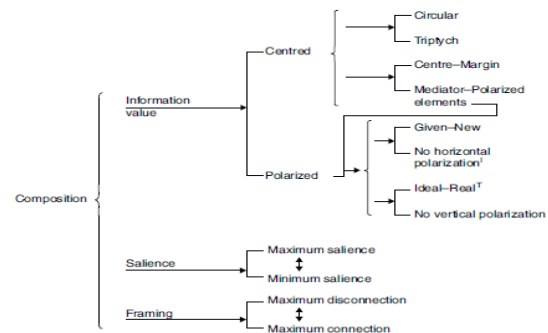
Makna interaktif dalam gambar ditetapkan melalui ketiga dimensi, yaitu *Contact*, *Social Distance*, dan *Attitude* secara simultan. Pada dimensi *Contact*, terjadi antara pemirsa dan *participants* yang diwakili melalui tatapan mata (kadang-kadang termasuk gerakan). Kontak mata langsung dipandang sebagai bentuk visual dari alamat langsung dan mengakui pemirsa. Memang itu menuntut pemirsa masuk ke dalam hubungan imajiner dengan yang diwakili *participants* yang melihat langsung ke lensa kamera, dan diberi label 'Menuntut' dalam istilah Kress dan van Leeuwen. Di sisi lain, gambar yang tidak membangun kontak mata langsung antara pemirsa dan *participants* yang diwakili diberi label 'offer'. Dalam gambar seperti itu, peserta yang diwakili ditawarkan sebagai sebuah objek kontemplasi.

Dimensi ketiga untuk sistem interaktif Kress dan van Leeuwen artinya adalah *attitude* (sikap), yang Kress dan van Leeuwen sarankan, diberlakukan melalui perspektif (atau sudut kamera). Saat masuk sistem sikap, pilihan dibuat antara objektivitas dan subjektivitas. Sudut vertikal kamera ke *participants* yang diwakili adalah cara lain di mana makna interaksional diberlakukan dalam gambar. Kress dan van Leeuwen merujuk hal ini sebagai hubungan kekuasaan. Mereka menyarankan jika fotografer memotret *participants* yang diwakili dari sudut rendah (memandang ke atas subjek) maka dikatakan bahwa mereka menempatkan *participants* yang diwakili dalam posisi yang lebih kuat dalam kaitannya dengan penonton. Jika sudut kamera berada pada sudut tinggi, di mana fotografer melihat ke bawah pada subjek, maka ini menciptakan hubungan kekuatan yang berlawanan dan pemirsa dikatakan menjadi lebih kuat dari *participants* yang diwakili. Memotret subjek dari level horizontal dikatakan membangun hubungan yang setara antara pemirsa dan yang diwakili *participants*. (Caple, 2016:71).

Metafungsi *Compositional*

Menurut Kress dan van Leeuwen (dalam Caple, 2016:80), komposisi berhubungan dengan makna interaktif dan representasional dari suatu gambar melalui tiga sistem simultan: *information value*, *salience* dan *framing*. Sistem *salience* dan *framing*, direpresentasikan sebagai tiruan (ditunjukkan oleh panah berkepala dua), yang berarti bahwa mereka

diukur dengan derajat dari maksimal ke minimal. Secara komposisi, *salience* berkaitan dengan tingkat 'di mana suatu unsur menarik perhatian pada dirinya sendiri, yang dalam sebuah foto dapat dicapai melalui variasi ukuran *participants* yang diwakilinya (dalam kaitannya dengan elemen lain dalam gambar), warna, ketajaman / kedalaman bidang, latar depan / latar belakang dan tumpang tindih dengan elemen lain.



Gambar 4.
Metafungsi Komposisi atau tekstual
(Caple, 2016:80)

TEMUAN DAN DISKUSI

Video dibagi menjadi 5 *sequences*, 16 *scenes* dan 39 *shots*. *Sequence* pertama saat Jokowi berada di Istana Bogor dan bersiap berangkat menuju Jakarta, *sequence* kedua saat Jokowi bertemu dengan rombongan *supporter* timnas Indonesia yang akan menonton *live opening ceremony* Asian Games 2019 dan akhirnya ia memutuskan untuk naik motor paspampresnya dan melakukan aksi layaknya pebalap motor profesional. *Sequence* ketiga saat Jokowi memasuki gang-gang kecil dengan motor dan berpapasan dengan bajaj, *sequence* keempat saat ia bertemu dengan rombongan guru dan anak sekolah yang akan menyeberang jalan, dan *sequence* terakhir saat ia tiba di Stadion GBK dan kembali melakukan aksi layaknya pebalap diduga mengandung hiperrealitas.

Shot yang diduga mengandung hiperrealitas akan diteliti dengan analisis multimodality, dilihat dari 3 metafungsi, yaitu metafungsi *representation*, *interaction* dan *compositional*.

Sequence 2: Jokowi di dalam perjalanan menuju Stadion GBK

Sequence ini menceritakan Jokowi saat menuju Stadion GBK. Awalnya ia menggunakan mobil kepresidenan, lengkap dengan pengawalan ketat sesuai keprotokoleran. Namun, saat sudah tiba di Jakarta, mobil yang ditumpangi Jokowi terjebak macet, yang ternyata penyebabnya adalah para *supporter* Timnas Indonesia yang antusias akan menonton opening ceremony Asian Games 2018.

Dari dalam mobil, Jokowi sempat bertanya kepada ajudannya, kemacetan apa yang mereka hadapi. Mengetahui itu adalah kemacetan yang disebabkan oleh penonton opening ceremony Asian Games 2018, Jokowi berkata pada ajudannya untuk membiarkan saja, dalam artian tidak perlu ada *vorijder* yang membuka jalan. Saat ia melihat ke arah jendela mobilnya, tanpa sengaja ia melihat paspampres yang menggunakan motor Yamaha FZ1. Kemudian, ia keluar dari mobilnya dan segera memberi kode pada paspampresnya untuk meminjam motor, lengkap dengan helmnya, agar ia bisa segera sampai di Stadion GBK. Kemudian, Jokowi melakukan aksi layaknya pebalap motor profesional.

Shot 15

Jokowi melakukan aksi terbang dengan menggunakan motor gede (moge) salah satu paspampresnya, yaitu motor Yamaha FZ1. Jokowi terbang melewati truk yang melintas di depan mobil kepresidenan.



Gambar 5. Jokowi melakukan aksi terbang dengan motor (Sumber: Youtube)

Analisis Visual dan Audio Shot 15

Dalam gambar 5, terlihat aktor melakukan aksi terbang menggunakan motor. Karena aktor hanya terlihat sendiri di dalam frame, maka aktor melakukan aksi non *transactional* dengan mengabaikan tatapan mata, karena aktor membelakangi kamera.

Dalam *shot* ini, tidak ada kontak mata yang terjadi antara *represented participant* dengan *viewer*, karena *shot* diambil dari *low angle*, dengan bidikan *very long shot*. Dimana posisi *represented participant* dianggap memiliki posisi yang lebih *powerful* dibandingkan *viewer*-nya. Dalam *shot* ini, *represented participant* berada di tengah *frame*, dengan elemen lain yang berada di sekitarnya (*circular*). Tingkat saliens *shot* ini juga rendah. Sementara musik hanya sebagai pelengkap saja

Sequence 3: Joko Widodo melewati gang kecil dan berpapasan dengan bajaj

Sequence ini menceritakan saat Joko Widodo menaiki motor gedonya, mencari jalan pintas, melewati gang kecil dan berpapasan dengan bajaj. Karena ia mengendarai motor dengan kecepatan tinggi, maka ketika berpapasan dengan bajaj, ia kembali melakukan aksi *stoppie* atau teknik mengangkat roda belakang, layaknya seorang pebalap profesional. *Stoppie* adalah salah satu teknik dasar *freestyle* motor dengan mengangkat bagian belakang ban motor. Ketika berpapasan dengan bajaj, Joko Widodo-lah yang pertamakali melambaikan tangannya, yang ditujukan kepada abang bajaj yang ia temui, menyatakan permohonan maafnya lewat *gesture* karena terlalu kencang membawa motor. Lambaian tangan Joko Widodo tersebut dibalas oleh abang bajaj yang juga melambaikan tangannya sambil tersenyum, menyatakan bahwa ia tidak ada masalah dengan Joko Widodo yang mengebut. Kemudian, Joko Widodo kembali melanjutkan perjalanannya.

Shot 18

Karena terlalu cepat mengendarai motornya, Jokowi melakukan *stoppie* saat berpapasan dengan bajaj.



Gambar 6. Jokowi melakukan aksi *stoppie* saat berpapasan dengan bajaj. (Sumber: Youtube)

Analisis Visual dan Audio Shot 18

Dalam *gambar 6*, Jokowi adalah satu-satunya aktor yang ada, sehingga *shot* ini merupakan *process actional* yang bersifat *non transactional*. *Viewer* tidak dapat melihat tatap mata aktor karena tertutup oleh helm, sehingga tidak terjadi tatap mata antara aktor dengan *viewer*.

Tatap mata tidak dapat ditentukan karena wajah aktor tertutup oleh helm. Oleh karenanya, *shot* ini dianggap memiliki label kontak *offer*. Bidikan diambil dengan teknik *very long shot*, Jarak sosial pada frame ini adalah *mid-shot*, dengan bidikan kamera depan (*frontal angle*) dan aktor dibidik dalam level horizontal, yang berarti ingin memperlihatkan bahwa antara *represented participant* dan *viewers* memiliki hubungan kekuasaan yang sama,

Dilihat dari *information value*, posisi aktor dalam *frame* berada di bagian *horizontally-based left right structure* atau biasa disebut sebagai *given*, menunjukkan bahwa aktor tersebut yang adalah Jokowi adalah seorang yang sudah dikenali oleh publik. Warna dalam *shot* ini cukup jelas, namun ketajamannya tidak terlalu jelas. Sementara audio yang terdengar hanyalah *background music*.

Shot 19

Setelah melakukan *stoppie* di *shot* sebelumnya, Jokowi akhirnya mengendarai motornya dalam kecepatan normal. Ia dan abang bajaj bahkan terlihat saling melambaikan tangan.



Gambar 7. Jokowi melambaikan tangan pada supir bajaj (Sumber: Youtube)

Dalam *gambar 7*, ada dua orang yang berada dalam *frame*. Aktor, yaitu Jokowi dan *goal* yaitu abang bajaj. Keduanya melakukan aksi melambaikan tangan dan saling menatap mata, yang berarti bahwa ada proses aksi *bidirectional transactional* yang terjadi di antara keduanya (meskipun aktor menggunakan helm, namun ia

memandang ke arah *goal*).

Terjadi tatap mata antara aktor dan *goal*. Bahkan keduanya saling melakukan aksi melambaikan tangan. Bidikan diambil dari sudut yang agak miring/ *oblique angle* dan *close shot*, karena memperlihatkan hanya kepala hingga bahu abang bajaj. *Shot* juga diambil dari level horizontal, yang menunjukkan adanya hubungan yang setara antara *viewer* dengan *represented participant*.

Bila dilihat dari *information value*, posisi aktor berada di sebelah kiri. Warna dalam *shot* ini kurang beragam dan ketajamannya pun tidak terlalu tajam. Audio yang terdengar dalam *shot* ini adalah *background music*.

Sequence III: Joko Widodo turun dari motor dan membantu guru dan anak sekolah menyeberang

Sequence III ini bercerita saat Joko Widodo dan paspampres yang mengawalinya dengan motor melewati salah satu sekolah dasar di dalam perjalanannya menuju Stadion GBK. Saat melewati SD tersebut, ia melihat ada seorang guru yang akan menyeberang jalan bersama dengan puluhan murid-muridnya. Kemudian, ia melakukan pengereman mendadak dan turun dari motornya. Ia membantu guru dan murid-muridnya menyeberang jalan. Di akhir scene, diperlihatkan adegan Joko Widodo membuka kaca helmnya, yang sontak membuat kaget salah satu anak sekolah yang sedang menyeberang jalan sambil makan es krim. Ketika mulut anak sekolah itu menganga saking kagetnya ia melihat presiden, Joko Widodo berkata, "Apa?" sambil tersenyum ke anak tersebut.

Shot 24

Di *shot 24* ini, Jokowi akhirnya turun dari motornya setelah memberhentikan motornya. Di belakangnya tampak dua orang paspampres yang mengawalinya dengan menggunakan motor. Ia membantu guru dan murid-muridnya yang berseragam pramuka untuk menyeberang. Jokowi membantu mereka menyeberang dengan memberikan kode dengan tangannya.

Dalam *shot* ini (*gambar 8*), Jokowi terlihat turun dari motor, memarkirkan motornya di pinggir jalan dan kemudian menyeberangkan anak-anak sekolah berseragam pramuka. Dalam *shot* ini, Jokowi dianggap sebagai aktor dan guru serta anak-anak

berseragam Pramuka yang akan menyeberang jalan sebagai goal. Shot ini bisa dikatakan sebagai proses *action transactional*.



Gambar 8. Jokowi turun dari motornya dan membantu guru dan murid menyeberang jalan
(Sumber: Youtube)

Gambar diambil dengan bidikan kamera depan (*frontal angle*) dan very long shot, yang berarti bahwa gambar diambil dari jauh, sehingga bisa terlihat kondisi di sekitaran aktor dan goal. Shot ini juga diambil dengan horizontal *angle*.

Warna dalam shot ini sudah cukup terlihat mulai berwarna, setelah di shot-shot sebelumnya warna video mayoritas diwarnai oleh warna hitam. Posisi aktor berada di tengah dan goal berada di pinggir kiri.

Shot 26

Jokowi membuka kaca helmnya dan berkata, “Apa?” ke salah seorang murid yang berjalan di barisan paling belakang.



Gambar 9. Jokowi menyapa salah satu murid sekolah yang menyeberang jalan
(Sumber: Youtube)

Analisis Visual, Verbal dan Audio Shot 26

Dalam shot ini (gambar 9), hanya terlihat Jokowi sebagai aktor yang baru saja turun dari motornya dan membuka kaca helmnya ketika melihat seorang anak kecil berseragam pramuka yang sedang menyeberang jalan sambil makan

es krim. Bisa dikatakan bahwa disini Jokowi bertindak *actional*, karena ia hanya sendiri dalam shot ini dan ia melakukan aksi membuka kaca helmnya sambil tersenyum memandang ke suatu arah (*goal*), sehingga *shot* ini merupakan *shot unidirectional*.

Shot ini diambil dari sisi samping/ miring/ oblique, dan termasuk bidikan *close up shot*, karena hanya memperlihatkan bagian wajah hingga setengah bahu Jokowi. Shot ini diambil dari depan (*frontal angle*).

Dalam *shot* ini, aktor berada di bagian kanan *frame* dan mendominasi *frame*. Warna dan ketajaman shot sangat tinggi. Jokowi menyapa anak pramuka tersebut. Ia mengatakan, “Apa?”

Sequence IV: Joko Widodo tiba di Stadion GBK

Sequence IV menceritakan saat Jokowi memasuki Stadion GBK yang sudah dipenuhi oleh penonton yang akan menonton opening ceremony Asian Games. Ia memasuki Stadion GBK dengan masih dengan motornya dan kembali melakukan aksi kebut-kebutan, kemudian berhenti sejenak untuk menyapa penonton di stadion dengan melambai-lambaikan tangannya. Setelah itu, ia beranjak ke belakang panggung dan kembali lagi melakukan aksi layaknya pebalap motor profesional. Ia melakukan pengereman mendadak saat akan belok, yang diikuti dengan kebut-kebutan. Lalu, ia turun dari motornya dan naik lift menuju seat VVIP dengan dikawal oleh Paspampres.

Shot 32:

Jokowi kembali melakukan aksi layaknya pesepeda motor profesional di belakang panggung. Ia mengemudikan motornya dengan kecepatan tinggi dan mendadak melakukan pengereman saat akan berbelok.

Analisis Visual dan Audio Shot 32

Aktor pada *shot* (gambar 10) ini hanya Jokowi sendiri yang kembali mengebut mengendarai sepeda motornya dengan tatapan mata ke depan, sehingga shot ini merupakan shot action *non transactional*.

Shot diambil dengan bidikan *very long shot*, yang memungkinkan *viewer* tidak hanya melihat aktor saja, tetapi juga kondisi di sekitar aktor. Angle bidikan diambil dari *oblique angle*.



Gambar 10. Jokowi kembali melakukan aksi layaknya pebalap motor di GBK
(Sumber: Youtube)

Aktor berada di sebelah kiri frame, warna hanya didominasi warna gelap yaitu hitam dan warna tembok yaitu putih. Sementara ketajaman gambar kurang jelas karena diambil dengan saat aktor berkendara dengan kecepatan tinggi. Audio hanyalah *background music*.

Diskusi

Bila dilihat dari sisi seorang aktor politik yang saat berlangsung Asian Games, tak lama lagi akan menghadapi Pemilu, hal yang dilakukan Jokowi bisa saja merupakan sebuah kampanye yang tidak disadari. Apa yang ia lakukan merupakan suatu cara, sehingga ia mendapatkan hati di tengah khalayak luas. Sosok pemimpin yang merakyat bisa dilihat dari bagaimana ia tak keberatan untuk mengendarai sepeda motor dan lepas dari para paspampres yang mengawalinya. Sekilas, sosok yang mengendarai motor dan melakukan aksi terbang tersebut benar adalah Jokowi. Namun, beberapa hari setelah video Jokowi mengendarai motor saat berlangsungnya opening ceremony Asian Games tersebut, ternyata baru diketahui bahwa ada seorang *stuntman* asal Thailand yang mahir menggunakan sepeda motor. Namun, saat berlangsungnya *opening ceremony* Asian Games, tak sedikit orang yang benar-benar menyangka bahwa sosok yang menggunakan motor tersebut adalah benar Jokowi. Terlepas dari sosok tersebut menggunakan helm, sehingga tidak terlihat apakah orang tersebut benar adalah Jokowi atau tidak.

Aksi yang dilakukan Jokowi ini sesuai dengan konsep hiperrealitas Baudrillard, yaitu tidak mampu membedakan antara kenyataan dan fantasi. Hiperrealitas telah menjauhkan *viewer* dari kehidupan yang nyata, yang dapat mengakibatkan

kematian realitas.

Jika dilihat, tidak mungkin seorang kepala negara mengendarai motor tanpa dikawal oleh paspampres. Rangkaian iring-iringan kepala negara sudah jelas. Kepala negara akan ditempatkan di barisan agak belakang, setelah motor polisi militer (PM), mobil *voorijder* dan lainnya.

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2018 tentang Keprotokoleran, dalam pasal 1 ayat 24, disebutkan bahwa Pasukan Pengamanan Presiden yang selanjutnya disebut Paspampres adalah pasukan yang bertugas melaksanakan pengamanan fisik langsung jarak dekat setiap saat kepada Presiden dan Wakil presiden, Mantan Presiden dan Mantan Wakil Presiden beserta keluarganya serta Tamu Negara setingkat Kepala Negara/ Kepala Pemerintahan. Sementara di video opening ceremony Asian Games, tidak terlihat ada paspampres yang ikut mengawal Jokowi saat ia memutuskan akan naik motor. Paspampres hanya terlihat menaiki motor hendak mengawal, tetapi saat Jokowi melakukan aksi terbang dengan motornya, mereka tidak terlihat lagi. Jokowi benar-benar terlihat melakukan aksi tersebut sendirian.

Melalui rutinitas media yang selalu melakukan simulasi, maka muncul realitas yang mendeterminasi kesadaran sosial atau yang disebut sebagai *hyperreality*.

Hiperrealitas media memicu media untuk menjadi agen yang mempertontonkan nilai-nilai estetis semu yang jauh dari realitas (*nature reality*). Istilah hiperrealitas media digunakan oleh Jean Baudrillard untuk menjelaskan terjadinya perekrayasaan (distorsi) dalam media (Piliang, 2004:141). Media yang menampilkan estetika hiperrealitas akan mengemas informasi menjadi tontonan (*spectacle*), dimana semakin dramatis sebuah realitas ditampilkan, maka media dianggap berhasil mengimprovisasikan realitas. Apapun yang terjadi di dunia ini menjangkau setiap sudut oleh media. Di zaman postmodern ini, mengikat kebenaran terlalu sulit. Kebenaran ada di tangan media; apa pun yang mereka coba untuk edarkan apat disebarkan dengan mudah (Susee & Ajit, 2018:3).

Sekretaris Jenderal Partai Nasdem Johnny G Plate mengomentari aksi Jokowi pada *opening ceremony* Asian Games 2018, "Pak Jokowi itu

kita banget, Pak Jokowi itu Indonesia banget dan memang cocok dia jadi pemimpin negara, tidak saja pendekatan formal. Beberapa presiden pendekatannya sangat formal, berwibawa di mana itu bagus, tapi satu ini ada bedanya. Satu ini merakyat, dekat dengan rakyat.”

Peran media dalam *nation branding*, seperti teori dalam post strukturalis Jean Baudrillard, menyatakan bahwa media berperan dalam penciptaan, sirkulasi dan konsumsi, tanda-tanda komoditas (Kaneva, 2018:633).

SIMPULAN

Sebagai seorang Presiden yang akan maju lagi sebagai calon presiden Republik Indonesia periode 2019-2024, apa yang dilakukan Jokowi dalam video *opening ceremony* Asian Games 2018 merupakan pencitraan dirinya. Munculnya Jokowi dalam video berdurasi lebih dari 6 menit tersebut banyak menarik hati masyarakat Indonesia, bahkan hingga akhirnya video tersebut viral bukan hanya di negara sendiri, tetapi juga hingga ke negara lain. Sosok kepala negara yang seharusnya dilindungi oleh paspampres dan menjadi simbol negara bersedia terlibat dalam satu perhelatan akbar olahraga, bahkan rela melakukan aksi ekstrem (yang dilakukan oleh stuntman) yang minim pengawasan, merupakan cara bagaimana media yang mendukung pemerintah ‘membantu’ Jokowi mendapatkan perhatian dari masyarakat.

Media memiliki peran yang sangat besar dalam mendukung seseorang yang sedang berkuasa. Media, menurut McNair (2004:74) juga bisa dikatakan sebagai aktor politik. Media bekerja sebagai alat komunikasi politik. Dalam hal ini, media digunakan oleh pemerintah yang sedang berkuasa sebagai alat politik. Kampanye modern ini memanfaatkan secara maksimal semua media massa nasional dan bahkan menjadikan televisi menjadi forum utama kampanye untuk melengkapi kerja dari media lain (Damayanti & Hamzah, 2017:282). Di era digital saat ini, Jokowi memanfaatkan betul momen-momen dimana konsumen memainkan peran penting dalam mengumpulkan, mendukung, menganalisis dan mendisiminasikan konten (Tapsell, 2015:35).

Event yang diselenggarakan oleh media adalah metode yang biasa dilakukan untuk memanipulasi

transparansi politik. Seorang aktor politik menggelar satu event yang dirancang khusus untuk diliput oleh media. Event media kadang juga menampilkan seorang politisi ketika bersama dengan keluarganya atau dalam satu momen yang tidak dijaga/ dikawal oleh pengawalnya. Seperti kehadiran Jokowi sebagai bintang tamu istimewa dalam *opening ceremony* Asian Games memang bisa dikatakan belum pernah dilakukan oleh kepala negara Indonesia sebelumnya. Sosok Jokowi yang memang sejak menjadi walikota Solo banyak menarik perhatian karena sifatnya yang merakyat dan sederhana, mampu meyakinkan masyarakat Indonesia bahwa sosoknya adalah sosok yang sederhana, merakyat, juga kekinian dan tidak kaku atau tidak terikat oleh aturan keprotokoleran. Sebagai seorang aktor politik yang akan kembali mencalonkan diri sebagai Presiden pada pemilu 2019, apa yang dilakukan Jokowi dalam memanfaatkan momen pesta olahraga terbesar se-Asia Tenggara adalah sebuah kesempatan yang baik dalam ‘mengkampanyekan’ diri sebagai sosok pemimpin yang merakyat, kekinian, dekat dengan milenial dan berbeda dari presiden-presiden Indonesia sebelumnya.

Keterlibatan Jokowi dalam video *opening ceremony* Asia Games 2018 yang menampilkan sejumlah aksi layaknya pebalap motor profesional tanpa dikawal oleh paspampresnya adalah satu cara seorang aktor politik, didukung oleh para pekerja media untuk menampilkan satu hiburan yang menarik perhatian masyarakat luas. Acara media sengaja dirancang untuk menjadi bentuk hiburan politik yang siap ditonton (Balkin, 2009:399)

Perkembangan teknologi memungkinkan produsen (media) untuk menciptakan hiperralitas bagi aktor politik untuk membantu meningkatkan elektabilitasnya. Rakyat harus secara kritis mencerna mana realitas dan mana realitas yang merupakan hasil simulasi yang dilakukan oleh media. Lewat penelitian ini, diharapkan masyarakat dapat memiliki kesadaran yang lebih kritis terhadap dunia perpolitikan menjelang pemilihan.

DAFTAR PUSTAKA

Baudrillard, Jean. *Fatal Strategies*, tr. by Philip Beitchman and W. G. J. Neisluchowski.

1990. New York: Semiotext(e)
- Baudrillard, Jean. 2017. London: *The Consumer Society*. Sage Publications.
- Best Steven & Douglas Kellner 1991. *The Postmodern Adventure: Science, Technology, and Cultural Studies at the Third Millennium*. New York: Guildford Press.
- Caple, Helen. 2003. *Photojournalism: A Social Semiotic Approach*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Halliday, M. A. K. 1994. *An Introduction to Functional Grammar*. London: Edward Arnold
- Herdiansyah, Haris. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika
- Kress, Gunther and Theo van Leeuwen. 2001. *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. Oxford UK: Oxford University Press
- Kress, Gunther and Theo van Leeuwen. 2005. *Introduction Social Semiotics*. Routledge: New York
- Kress, Gunther and Theo van Leeuwen. 2006. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. Routledge: New York
- McNair, Brian. 2003. *An Introduction To Political Communication*. London and New York: Routledge
- Meleong, Lexy J. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- O'Halloran, K. L., Tan, S., Smith, B. A. & Podlasov, A. (2011). Multimodal Analysis within an Interactive Software Environment: Critical Discourse Perspectives. *Critical Discourse Studies*, 2, 109-125.
- Piliang, Yasraf Amir. 1998. *Sebuah Dunia yang Dilipat: Realitas Kehidupan Menjelang Milenium Ketiga dan Matinya Postmodernisme*. Bandung: Mizan
- Piliang, Yasraf Amir. 2006. *Transpolitika: dinamika politik di dalam era virtualitas*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Piliang, Yasraf Amir. 2010. *Hipersemiotika Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra
- Sarup, Madan. 2003. *Poststukturalisme dan Postmodernisme, Sebuah Pengantar Kritis*. Yogyakarta: Penerbit Jendela
- Sudjana, Nana. & Ibrahim. 1989. *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*. Bandung: Sinar Baru
- Balkin, J. M. 2009. How Mass Media Simulate Political Transparency, *Journal for Cultural Research*, 3:4 (Hal. 393-413)
- Barathi, Susee & Ajit. 2018. Hyperreality as a Theme and Technique in The Film Truman Show. *Global Media Journal ; Hammond* Vol. 16, Iss. 30, (Hal.1-5)
- Carney, Sean Joseph Patrick. 2012. *Continent*. Issue 2.2/2012 (Hal. 99-135)
- Damayanti, Novita dan Radja Erland Hamzah. 2017. Strategi Kampanye Politik Pasangan Jokowi-JK Pada Pemilihan Presiden 2014. *Wacana Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*. Vol. 16, No. 2 (Hal. 279-290)
- Fangnan, MA. 2017. The Hyperreality Utopia: Analysis of the Landscape Architecture of Disneyland from A Semiotic Perspective. *Journal of landscape Research* 9(3): (Hal. 1-8)
- Feng, Dezheng dan Kay L. O'Halloran. 2012. Representing Emotive Meaning in Visual Images: A Social emiotic Approach. *Journal of Pragmatics* 44, (Hal 2067-2084)
- Kaneva, Nadia. 2018. Natio Branding, Neoliberal Development, and The Remaking of Nation State: Lessons from Post War Kosovo. *European Journal of Cultural Studies*. Volume: 21 issue: 5 (Hal: 631-648).
- Mahardika. 2016. Analisis Semiotika Sosial pada Iklan Cetak Axe Effect – Body Spray. *Demandia*, Vol. 01 No. 01 (Hal:45- 61)
- Martadi. 2003. *Reposisi Citra Melalui Logo : Studi Kasus Perubahan Logo PT. Pos Indonesia*, Nirmana Volume 4 (Hal. 80-95)
- Piliang, Yasraf Amir. 2001. Postmodernisme dan Ekstasi Komunikasi. *Mediator Jurnal Komunikasi*. Vol. 2, No. 2 (Hal. 165-176)
- Tapsell, Rose. 2015. *Indonesia's Media Oligarchy*

- and The “Jokowi Phenomenon”. Cornell University Southeast Asia Program Publications, Vol. 99 (hal. 29-50)
- Thiry-Cherques. 2010. Baudrillard: Work and Hyperreality. RAE - Eletrônica; São Paulo Vol. 9, Iss. 2, (Jul-Dec 2010) (Hal. 1-11)
- Thuy. Tran Thi Hieu. 2017. Reading Images – The Grammar of Visual Design. NU
- Journal of Foreign Studies, Vol.33, No.6 (2017) 164-168.
- Yang, yang. 2016. A Social Semiotic Approach to Multimodal Discourse of the Badge of Xi’an Jiaotong University. Theory and Practice in Language Studies, Vol. 6 No. 8 (Hal. 1596-1601).