Jurnal Intelektual Administrasi Publik dan Ilmu Komunikasi ISSN : 2338 - 7521
Vol.7 No.1

ANALISIS ISI IKLAN LAYANAN MASYARAKAT PEMILU 2019 PADA YOUTUBE KPU RI DALAM UPAYA MENINGKATKAN PARTISIPASI PEMILIH

Ardi Setyowitanto[1], Ita Nurlita[2], Rini Ganefwati[3]

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Bhayangkara Surabaya
Jl. Ahmad Yani No.114, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia
Email: [1]Ardisetyowitanto@gmail.com, [2)]ratna@ubhara.ac.id

Abstract

The 2019 Election was the first general elections to be held in Indonesian history. KPU as the organizer of the General Election conducted socialization aimed at increasing voter participation. This is done in many ways, one of which is by creating and displaying Public Service Ads which uploaded on theKPURI Youtube account. This study aims to determine the tendency of the contents of messages that persuade people to use their voting rights. The method used is a qualitative descriptive study, in which the researcher analyzes and calculates thecontents of the message contained in 11 Public Service Advertisements videos relating to the 2019Election.

The results of this study found 53 messages in the 2019 Election Public Service Adverts series. Thetheme contained in the 2019 Election Public Service Adverts is the theme of invitation to be active in theelectoral process, especially those related to permanent voter lists, invitations to recognize election participants and attend to the polls, the theme of family-based election education and socialization of disability rights in elections, the theme of the stages of the election and also an animated video with the theme of electing leaders when election day arrives.

Keywords *: Public Service Announcements, Elections, Message Content Analysis.*

1. PENDAHULUAN

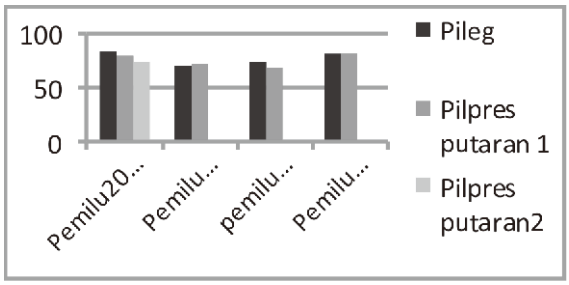
Indonesia merupakan Negara dengan azas demokrasi, mempunyai kesempatan yang sama untuk ikut serta dalam proses pengambilan keputusan yang dapat mempengaruhi hajat hidup mereka. Dalam pelaksanaannya, proses demokrasi dilakukan dengan menggelar Pemilihan umum guna memilih Kepala Negara yang nantinya berperan untuk menjalankan pemerintahan serta mengambil keputusan untuk seluruh masyarakat. Pemilihan umum juga akan memilih wakil rakyat (DPR, DPRD, DPD) yang berperan menampung dan menyampaikan aspirasi masyarakat, serta mengawasi jalannya pemerintahan yang sedang berlangsung.

Komisi Pemilihan Umum merupakan Lembaga Penyelenggara Pemilu yang bersifat nasional, tetap, dan mandiri dalam melaksanakan Pemilu. Selanjutnya dalam pasal 12 Undang-undang Nomor 7 Tahun 2017 diatur macam-macam tugas KPU yang salah satunya adalah menyosialisasikan penyelenggaraan Pemilu dan/atau yang berkaitan dengan tugas dan wewenang KPU kepada masyarakat.

Dalam menjalankan tugas sosialisasi KPU melakukan banyak cara, salah satunya dengan membuat dan menayangkan video Iklan Layanan Masyarakat. Dalam bukunya Pujiyanto dijelaskan Iklan Layanan Masyarakat adalah iklan yang digunakan untuk menyampaikan informasi, mengajak atau mendidik khalayak di mana tujuan akhirnya bukan keuntungan ekonomi, melainkan keuntungan sosial. Keuntungan sosial itu meliputi munculnya penambahan pengetahuan, kesadaran sikap dan perubahan perilaku terhadap masalah yang di iklankan yang mana kesemua keuntungan itu sangat penting bagi kualitas hidup masyarakat itu sendiri (Pujiyanto, 2013:8). Salah satu fungsi ILM yang dibuat oleh KPU adalah mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam Pemilu dan menggunakan hak pilihnya.

Partisipasi pemilih sangatlah penting dalam

berjalannya Pemilu, baik itu Pemilihan Kepala Negara dan Kepala Daerah maupun Pemilihan Anggota Legislatif. Hal ini dikarenakan partisipasi merupakan salah satu indikator keberhasilan Pemilihan umum. Penyelenggaran Pemilu secara bersamaan untuk pertama kalinya pada tahun 2019 diserta upaya sosialisasi yang dilakukan oleh KPU RI berhasil menaikkan jumlah partisipasi masyarakat. Hal ini sesuai dengan berita yang dimuat oleh Media Online Bisnis Indonesia yang telah dirangkum dalam sebuah gambar 1.1 berikut.



(https://kabar24.bisnis.com/read/20190614/15/933808/tingkat-partisipasi-pemilu-2019-naik-positif-atau-negatif)

Meningkatnya partisipasi pemilih merupakan salah satu keberhasilan KPU dalam menjalankan tugasnya, hal ini membuat peneliti tertarik untuk meneliti Analisis Isi Iklan Layanan Masyarakat Pemilu 2019 di Akun Youtube KPU RI dalam upaya meningkatkan jumlah partisipasi pemilih.

Rumusan Masalah

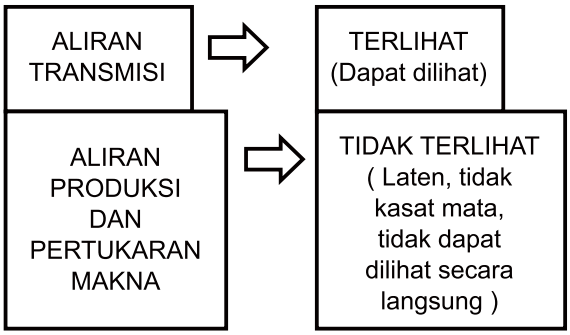
Berdasarkan apa yang telah diuraikan dalam latar belakang masalah, maka permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut :

Apa makna isi Iklan Layanan Masyarakat Pemilu 2019 di Akun Youtube KPU RI dalam upaya meningkatkan jumlah partisipasi pemilih?

2. KAJIAN PUSTAKA

Analisis Isi

Metode *content analysis* di kalangan ilmuan sosial, khususnya peneliti media amat populer keberadaanya. Karena merupakan suatu metode yang amat efisein untuk menginvestigasi isi media baik yang tercetak maupun media dalam bentuk broadcast (Suyanto, 2005 :125).Peta analisis isi menurut Fiske (1990 dalam Eriyanto 2011: 2) ada dua bentuk aliran



Sumber Dikutip dari Eriyanto (2011:4)

Iklan Layanan Masyarakat

Dalam Katalog berjudul Kreatif dalam Iklan Layanan Masyarakat yang diterbitkan Oleh Kementrian Kesehatan, Widyatama mengatakan bahwa Iklan Layanan Masyarakat adalah iklan yang digunakan untuk menyampaikan informasi, mempersuasi atau mendidik khalayak dimana tujuan akhir bukan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, melainkan keuntungan sosial. Keuntungan sosial yang dimaksud adalah munculnya penambahan pengetahuan, kesadaran sikap dan perubahan perilaku masyarakat terhadap masalah yang diiklankan, serta mendapatkan citra baik di masyarakat (Widyatama, 2007: 104)

Dalam UU No.32 tahun 2002 tentang penyiaran bab I pasal 1 (7) disebutkan bahwa ILM adalah siaran iklan nonkomersial yang disiarkan melalui penyiaran radio atau televisi dengan tujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan gagasan, cita-cita, anjuran, dan/atau pesan-pesan lainnya kepada masyarakat untuk mempengaruhi khalayak agar berbuat dan/atau bertingkah laku sesuai dengan pesan iklan tersebut. (UU RI No 32, 2002)

Tugas Iklan Layanan Masyarakat

Menurut Pujiyanto ILM memiliki tugas sebagai berikut :

1. Untuk menimbulkan kesadaran

masyarakat,
2. Memberi pemahaman informasi agar masyarakat yang belum menyukai atau tidak menyukai dapat dirayu untuk mempelajarinya,
3. Langkah keyakinan atau sikap, yaitu bagaimana agar masyarakat memiliki niat untuk membaca atau melihat,
4. Tahap tindakan, kadang masyarakat sudah terbiasa dengan pesan yang diinformasikan pada media tertentu, lain halnya ILM yang tampilannya beda, hingga akhirnya mengadakan tindakan atau langkah baru untuk mengikuti apa yang diinformasikan (Pujiyanto, 2013: 93-94).

Partisipasi Pemilih

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan ”partisipasi” berarti : hal turut berperan serta dalam suatu kegiatan, keikutsertaan, peran serta. (KBBI)

Dalam Pedoman pendidikan pemilih yang diterbitkan oleh KPU RI, Partisipasi adalah keterlibatan pemilih pada keseluruhan periode siklus pemerintahan, yaitu pada periode pemilihan dan periode di luar pemilihan.

Sementara itu pengertian pemilih dalam Undang-Undang No 7 Tahun 2017 adalah Warga Negara Indonesia yang sudah genap berumur 17 (tujuh belas) tahun atau lebih, sudah kawin, atau sudah pemah kawin. (UU RI No 7, 2017).

Lebih detail, dalam website Kpu.go.id dijelaskan syarat menjadi pemilih dalam pemilihan umum adalah :
1. Warga Negara Indonesia
2. Berusia 17 tahun pada saat hari pemilihan atau sudah pernah kawin
3. Tidak sedang terganggu jiwa atau ingatan
4. Tidak sedang dicabut hak pilihnya berdasarkan putusan pengadilan yang sudah memiliki kekuatan hukum yang tetap
5. Bukan anggota TNI/Polri

Jadi dapat disimpulkan bahwa partisipasi pemilih merupakan keikutsertaan masyarakat yang telah memenuhi syarat dalam sistem pemerintahan. Yang mana partisipasi pemilih sangat berkaitan dengan proses pemilu sebagai sarana perwujudan perlibatan rakyat dalam proses memilih Anggota Legislatif, Presiden dan Wakil Presiden.

Indikator Partisipasi

Dalam Jurnal Ilmiah Partisipasi masyarakat dalam peningkatan kualitas permukiman dikawasan pusat kota Palu, Muhammad Ramlan mengemukakan bahwa indikator partisipasi menurut Cohen dan Uphoff, dapat dilihat dari hal-hal berikut:
1. Partisipasi dalam pengambilan keputusan ; seseorang terlibat dalam perumusan suatu keputusan, memberi usul atau saran , kritik dan hadir dalam setiap pertemuan dan diskusi berhubungan dengan program
2. Partisipasi dalam pelaksanaan ; yakni seseorang memberi sumbangan dalam bentuk tenaga, bahan, uang, dan terlibat secara aktif memberi semangat sehingga terjadi intensitas tindakan-tindakan konstruktif
3. Partisipasi dalam memperoleh keuntungan; yakni seseorang turut menikmati sarana dan prasarana yang ada secara menyeluruh.
4. Partisipasi dalam memperoleh keuntungan ; yakni seseorang turut menikmati sarana dan prasarana yang ada secara menyeluruh.

Youtube

Youtube adalah sebuah situs *web video sharing* (berbagi video) yang populer dimana para pengguna dapat membuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Didirikan pada bulan Februari 2005 oleh 3 orang mantan karyawan PayPal, yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. Umumnya video-video di YouTube adalah video klip film, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri. (Tjanatjantia. Widika, 2013).

Membuat Akun resmi pada media sosial sudah banyak dilakukan komunitas maupun instansi pemerintahan, tidak terkecuali KPU RI bergabung pada Youtube Pada 1 Agustus 2013.

Hal ini sesuai dengan fungsi Media sosial untuk pemerintahan sesuai dengan Literasi digital yang dikeluarkan oleh Direktorat Jendral Informasi dan Komunikasi Publik Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia yaitu, Media sosial untuk pemerintahan merupakan salah satu inovasi tata kelola pemerintahan yang memaksimalkan teknologi. Pemanfaatan media sosial ini juga dapat menjadi salah satu jalan keluar

permasalahan-permasalahan yang ada di masyarakat.

Manfaat Media Sosia Untuk Lembaga Pemerintahan

Dalam Literasi digital yang dikeluarkan oleh Direktorat Jendral Informasi dan Komunikasi Publik Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia dijelaskan manfaat sosial media untuk Pemerintahan yaitu:

1. Mendorong efisiensi pemerintahan. Peluang penggunaan media sosial dapat meningkatkan efisiensi dan juga penghematan biaya. Penggunaan media sosial di lingkungan pemerintahan juga dapat menjangkau khalayak yang lebih luas lagi. Selain itu, media sosial juga menggunakan teknologi Artificial Inteligent (Kecerdasan Buatan) dan berbagai perangkat tambahan yang dapat membantu proses analisa data. Hal ini dapat berdampak pada waktu yang lebih singkat dan juga penggunaan sumber daya yang lebih sedikit.
2. Memulihkan kepercayaan masyarakat yang turun. Masyarakat modern adalah masyarakat yang kritis terhadap informasi. Di era keterbukaan seperti saat ini, masyarakat lebih mempercayai informasi dari media sosial, whatsapp group dan media informasi lainnya. Maraknya berita bohong yang beredar di media juga menimbulkan rasa tidak percaya. Media sosial dapat menjadi solusi karena dapat menjangkau khalayak secara lebih personal dan komunikatif.
3. Menghadapi perkembangan jaman. Dengan adanya perubahan dan transformasi digital, lembaga pemerintah menghadapi serangkaian tantangan tertentu termasuk pemotongan anggaran, menuanya staf dan aparatur sipil yang dimiliki, dan birokrasi yang dapat menghalangi kemajuan. Tantangan ini harus diatasi sejak awal dengan mempersiapkan perencanaan dan tindakan antisipasi sejak awal, sehingga pemerintah tidak gagap dalam mengatasi masalah yang akan muncul di kemudian hari.
4. Sarana komunikasi di saat krisis dan bencana alam. Salah satu kecenderungan masyarakat ketika terjadi bencana atau suatu krisis adalah mereka mencarinya di media sosial. Publik sangat bergantung pada media sosial terutama ketika peristiwa yang menyangkut kondisi hidup dan mati mereka untuk mencari bantuan. Misalnya dalam bencana alam yang menimpa suatu daerah, informasi dapat tersebar dengan mudah (viral) ketika diunggah di sosial media. Bagi pejabat pemerintah, media sosial harus memainkan peran yang jelas dalam strategi komunikasi krisis mereka.

3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, dimana data yang dikumpulkan umumnya bersifat kualitatif dan disajikan secara deskriptif

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian analisis isi .

Analisis isi yang dilakukan pada bidang komunikasi cenderung menggunakan metode ini untuk mengetahui secara sistematis isi dari media (surat kabar, radio, film, televisi) iklan dan materi public relation. Menurut Fiske (1990) secara umum, ada dua bentuk aliran (paradigma) yaitu aliran transmisi dan aliran produksi dan pertukaran makna dalam studi isi (Eriyanto, 2011:2).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Isi Pesan dalam Iklan Layanan Masyarakat

Dalam penelitian ini, peneliti tentang pesan yang terdapat pada Iklan Layanan Masyarakat Pemilu 2019 yang di unggah pada akun Youtube KPU RI. Adapun yang menjadi indikator dalam penelitian ini adalah tugas iklan layanan masyarakat sebagai berikut:

1. Untuk menimbulkan kesadaran masyarakat,
2. Memberi pemahaman informasi agar masyarakat yang belum menyukai atau tidak menyukai dapat dirayu untuk mempelajarinya,
3. Langkah keyakinan atau sikap, yaitu bagaimana agar masyarakat memiliki niat untuk membaca atau melihat,
4. Tahap tindakan, kadang masyarakat sudah

terbiasa dengan pesan yang diinformasikan pada media tertentu, lain halnya ILM yang tampilannya beda, hingga akhirnya mengadakan tindakan atau langkah baru untuk mengikuti apa yang diinformasikan (Pujiyanto, *opcit*: 93-94).

Pada Akun Youtube KPU RI terdapat *Playlist* yang berjudul Video Sosialisasi Pemilu 2019, yang mana dalam *Playlist* tersebut terdapat 14 video. Dalam penelitian ini, peneliti hanya akan menganalisis 11 video yang berkaitan dengan Pemilu 2019.

Iklan Layanan Masyarakat Pemilu 2019 dipilih karena ILM tersebut dipublikasi secara berkala semenjak November 2017 dan terakhir di perbarui pada April 2019. Hal ini menunjukan keseriusan KPU RI menjalankan tugas Sosialisasi Pemilu 2019 dalam upaya meningkatkan partisipasi pemilih.

Pembagian kategori analisis ini diperinci kembali menjadi per *scene*, dimana setiap adegan dan narasi akan di data agar dapat membantu proses pengumpulan data yang kemudian dilanjutkan dengan analisa data yang dilakukan dengan proses analisis isi yang tampak (*manifest)* dan tidak tampak *(latent)*. Neuendorf (2002: 23) dan Krippendorff (2006: 20) menyatakan bahwa analisis isi dapat digunakan untuk melihat semua karakteristik dari isi baik yang tampak *(manifest)* maupun yang tidak tampak *(latent)* (Eriyanto, 2011: 23).

Analisis Isi ILM " Sosialisasi dan Pendidikan Pemilih Berbasis Keluarga"

Durasi : 01.57 menit
Tanggal *upload* : 29 November 2017
Deskripsi : Pada ILM pertama yang berisi tentang kekayaan dan keberagaman Indonesia, memasuki inti dalam video terdapat narasi rakyat merupakan pemilik kedaulatan tertinggi yang diwujudkan melalui Pemilu. Kemudian dijelaskan pentingnya pendidikan pemilih berbasis keluarga.

Berikut merupakan *scene* yang terdapat pesan yang mengandung unsur indikator yang telah disebutkan, dalam ILM Sosialisasi dan Pendidikan Pemilih Berbasis Keluarga.

Tabel 4.1
Adegan unsur pesan dalam ILM Pertama

Visual	Pesan tampak *(Manifest)*	Pesan Tidak Tampak *(Latent)*
	Terdengar narasi bahwa di Negeri Pancasila rakyat adalah pemilik kedaulatan yang diwujudkan melalui pemilu	KPU ingin mengingatkan bahwa melalui Proses pemilu rakyat bisa mewujudkan kedaulatannya dan ikut menentukan masa depan Indonesia
	Tampak di tunjukan melalui visual dan narasi tentang nilai-nilai luhur dalam keluarga yang diharapkan mampu menjaga nilai-nilai dalam Pemilu.	Melalui visual dan narasi dalam scene tersebut, secara tidak langsung KPU RI ingin membangun masyarakat yang lebih peduli dan berpartisipasi dalam proses Pemilu melalui pendekatan keluarga.
	Tampak ditunjukan melalui visual dan narasi tentang bijak dalam memilih pemimpin dan wakil rakyat yang mampu menjaga masyarakat.	Melalui visual dan narasi dalam scene tersebut, KPU RI mengajak masyarakat untuk mencari tau pemimpin dan wakil rakyat sebelum mereka memilih.

	Tampak dalam visual dan narasi yang disampaikan bahwa Pemilu merupakan ajang untuk memperko koh Negara.	Melalui visual dan narasi yang disampaikan dalam scene tersebut KPU ingin menyadarkan masyarakat terhadap pentingnya Pemilu untuk
	Tampak dalam visual dan narasi yang disampaikan bahwa partisipasi pemilu merupakan Hak semua warga Negara tanpa melihat Agama, Suku maupun Ras dan golongan. Iklan Layanan Masyarakat ini diakhiri dengan seruan untuk menggunakan hak pilih.	Melalui visual dan narasi yang disampaikan dalam scene tersebut KPU ingin menyampaikan bahwa warga neraga yang telah memenuhi syarat berhak mengikuti Pemilu tanpa melihat Agama, Suku, Maupun Ras dan golongan
	Dalam akhir video nampak disampaikan slogan Pemilu 2019 yaitu ”pemilih berdaulat, Negara kuat”	Setelah mengajak semua orang untuk menggunakan hak pilih, KPU mempertegas persuasifnya melalui pesan nasionalisme melalui slogan pemilu 2019

KPU membuka Iklan Layanan Masyarakat dengan membahas keberagaman dan kekayaan alam yang terdapat di Indonesia.

Dalam Scene 2 terdapat pesan berupa narasi yang mengingatkan bahwa rakyat merupakan pemilik kedaulatan yang diwujudkan melalui Pemilu. Hal ini sesuai dengan Tugas Iklan Layanan Masyarakat yaitu menimbulkan kesadaran masyarakat.

Dalam Scene 4 juga terdapat pesan berupa Pendekatan keluarga, hal ini sesuai dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu menimbulkan kesadaran masyarakat.

Dalam scene 5 juga terdapat pesan berupa ajakan untuk bijak memilih pemimpin hal ini sesuai dengan tugas Iklan layanan masyarakat yaitu menimbulkan rasa keyakinan atau sikap.

Dalam scene 6 juga muncul pesan berupa narasi tujuan Pemilu untuk memperkokoh Negara, hal ini sesuai dengan tugas Iklan layanan masyarakat yaitu menimbulkan kesadaran masyarakat.

Dalam scene 7 juga muncul pesan berupa narasi pemilu merupakan hak semua orang, hal ini sesuai dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu menimbulkan kesadaran masyarakat.

Dalam scene 8 juga muncul pesan berupa slogan Pemilu 2019 yang berisi pesan nasionalisme yaitu “Pemilih Berdaulat, Negara Kuat”. Hal ini sesuai dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu menimbulkan langkah keyakinan.

Analisis Isi ILM ” Gerakan Sadar Pemilu”

Durasi : 00.15 detik
Tanggal *Upload* : 13 Desember 2017
Deskripsi : Pada ILM kedua terdapat video animasi yang berdurasi 00.15 yang berisi tentang pentingnya nilai-nilai dalam keluarga untuk Pemilu yang berdaulat.

Berikut merupakan *scene* yang terdapat pesan yang mengandung unsur indikator yang telah disebutkan, dalam ILM Gerakan sadar Pemilu

Tabel 4.2
Adegan unsur pesan dalam ILM Kedua

Visual	Pesan tampak *(Manifest)*	Pesan Tidak Tampak *(Latent)*
	Tampak dalam animasi yang ditayangkan terdapat pentingnya nilai-nilai dalam keluarga demi mewujudkan Pemilu yang berdaulat.	Melalui visual dan narasi dalam scene tersebut, secara tidak langsung KPU RI ingin mempengaruhi masyarakat agar lebih peduli dan berpartisipasi dalam proses Pemilu melalui pendekatan keluarga.
	Dalam visual yang ditampilkan terdapat himbauan untuk memastikan pemilih sudat terdaftar pada DPT, mencermati calon pemimpin yang akan dipilih, serta himbauan untuk menggunakan hak suara.	Melalui visual dan narasi dalam *scene* tersebut KPU ingin pemilih lebih peduli terhadap proses dan mekanisme Pemilu. Dari pengecekan DPT sampai proses pemungutan suara.
	Tampak ajakan kepada masyarakat untuk menyukses-kan pemilu melalui Gerakan sadar pemilu.	Dalam scene ini KPU ingin masyarakat lebih peduli dengan pemilu melalui melakukan gerakan sadar pemilu.
	Nampak kembali muncul slogan pemilu 2019 yaitu ”Pemilih Berdaulat Negara Kuat”. Video ini diakhiri dengan narasi ajakan untuk mengguna-kan hak pilih.	Munculnya kembali slogan diharapkan membuat orang yang melihat ingat akan slogan Pemilu 2019. Narasi di akhir video seolah-olah membuat orang yang memilih adalah orang yang memiliki nasionalisme yang tinggi.

Iklan Layanan masyarakat yang masih berkonsen dengan narasi kekeluargaan tapi dikemas dengan pendekatan yang berbeda. Video sosialisai yang terbilang unik karena menampilkan visual berupa animasi singkat dengan pesan yang jelas.

Dalam scene 1 terdapat pesan persuasif berupa pendekatan keluarga, hal ini sesuai dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu menimbulkan kesadaran masyarakat.

Dalam scene 2 juga terdapat pesan persuasif berupa himbauan memastikan diri terdaftar di DPT, menggunakan hak pilih, serta ajakan untuk mencermati pemimpin. Hal ini sesuai dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu menimbulkan kesadaran masyarakat.

Dalam scene 3 juga terdapat pesan persuasif berupa ajakan untuk mensukseskan pemilu. hal ini sesuasi dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu menimbulkan tindakan untuk mengikuti apa yang di informasikan.

Dalam scene 4 juga terdapat pesan persuasive berupa slogan Pemilu 2019 yang berisi pesan nasionalisme yaitu “Pemilih Berdaulat, Negara Kuat”. Hal ini sesuai dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu menimbulkan langkah keyakinan.

Analisis Isi ILM ”Tahapan Pemilu 2019”

Durasi : 00.15 detik
Tanggal *Upload* : 13 Desember 2017
Deskripsi : Pada ILM ketiga terdapat video animasi yang berdurasi 00.15 yang berisi

tentang tahapan Pemilu 2019 serta kommitmen KPU untuk melayani peserta dan pemilih pada Pemilu 2019.

Berikut merupakan analisa per*scene* yang terdapat pesan yang mengandung unsur indikator yang telah disebutkan, dalam LM Tahapan Pemilu 2019

Tabel 4.3
Adegan unsur pesan dalam ILM Ketiga

Visual	Pesan tampak *(Manifest)*	Pesan Tidak Tampak *(Latent)*
	Melalui visual yang ditampilkan tampak disebutkan tahapan-tahapan Pemilu 2019.	Mensosialisasikan tahapan pemilu dari awal hingga akhir, diharapkan mampu membuat masyarakat lebih peduli dan mengerti tentang tahapan pemilu 2019.
	KPU menyampaikan komitmenn ya untuk melayani peserta Pemilu 2019, yaitu Partai Politik Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden serta calon anggota DPD	Melalui scene ini, KPU ingin menyampaikan kepada pemilih bahwa Pemilu 2019 berbeda dengan Pemilu sebelumnya. Yaitu terjadinya Pemilu bersama Eksekutif dan Legislatif secara langsung.
	KPU menyampaikan komitmennya untuk melayani pemilu 2019. Didalam visual animasi juga ditampilkan berbagai macam pemilih dari orang sakit, orang tua hingga anak muda. Di akhir video ini juga diakhiri dengan narasi yang sama dengan video sebelumnya. Yaitu ajakan untuk menggunakan hak pilih.	Melalu scene ini KPU ingin menyampaikan bahwa siap melayani siapapun warga Negara yang memiliki hak untuk memilih. Narasi yang sama diakhir video diharapkan membuat orang terus ingat dan mau menggunakan hak pilihnya.

Video ILM yang berfokus pada sosialisasi tahapan Pemilu 2019. Dikemas dengan cukup unik karena menggunakan animasi. Videonya juga singkat membuat informasi yang disampaikan tidak bertele-tele.

Dalam scene 1 terdapat pesan persuasif berupa informasi mengenai tahapan Pemilu 2019. Hal ini terdapat pada tugas Iklan layanan masyarakat yaitu memberi pemahaman dan informasi.

Dalam scene 2 terdapat pesan persuasif berupa komitmen KPU melayani peserta Pemilu. Hal ini sesuai dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu memberi pemahaman dan informasi.

Dalam scene 3 terdapat pesan persuasif berupa komitmen KPU melayani pemilih Pemilu. Hal ini sesuai dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu memberi pemahaman dan informasi.

Analisis Isi ILM ”Sudah Terdaftar Jadi Pemilih Pemilu 2019”

Durasi : 00.51 detik
Tanggal *Upload* : 11 Oktober 2018
Deskripsi : Pada ILM keempat terdapat video animasi yang berdurasi 00.51 yang berisi tentang himbusn kepada pemilih untuk melindungi hak pilihnya dalam pemilu 2019. Berikut merupakan analisa per*scene* yang terdapat pesan yang mengandung unsur indikator yang telah disebutkan, dalam ILM Sudah Terdaftar Jadi Pemilih Pemilu 2019.

Tabel 4.4
Adegan unsur pesan dalam ILM Keempat

Visual	Pesan tampak *(Manifest)*	Pesan Tidak Tampak *(Latent)*
	Nampak visual berupa pertanyaan tentang sudahkah terdaftar dalam pemilh 2019. Lalu dilanjutkan dengan himbauan untuk melakukan pengecekan melalui website yang telah ditayangkan di visual selanjutnya. Kemudian dilanjutkan dengan himbauan bagi yang belum terdaftar dalam pemilih pemilu untuk mendaftar di Kantor desa tempat tinggal pemilih.	Dalam scene ini KPU mendorong masyarakat untuk melindungi hak pilihnya dengan cara melakukan pengecekan dalam website yang telah disediakan. Dengan banyaknya masyarakat yang ikut melakukan pengecekan hak pilihnya, maka diharapkan akan menambah antusias dalam menggunakan hak pilih.
	Nampak ajakan untuk menyukses-kan Pemilu 2019 dan diakhiri dengan munculnya mascot pemilu 2019	Setelah scene ajakan untuk memeriksa hak pilih, KPU mempertegas ajakannya kepada masyarakat untuk menyukseskan Pemilu 2019 dengan menggunakan hak pilihnya.
	Diakhir video nampak ditampilkan lagi slogan pemilu. Disertai pemakaian pada backsound Jingle pemilu 2019 pada video ini.	Setelah mempertegas ajakannya melalui kalimat ”ayo memilih” KPU kembali mengingatkan masyarakat terhadap slogan pemilu 2019 yang mengandung pesan nasionalisme didalamnya.

Dalam video ILM Nampak jelas pesan persuasif yang ingin disampaikan, KPU ingin mengajak calon pemilih agar memeriksa apakah sudah terdaftar dalam pemilih tetap melalui website yang telah disediakan. Selain itu terdapat himbauan bagi calon pemilih yang belum terdaftar untuk mendaftarkan diri pada kantor desa atau kelurahan.

Dalam scene 2 terdapat pesan persuasif berupa himbauan untuk mengecek DPT melalui website dan himbauan bagi calon pemilih yang belum terdaftar untuk mendaftarkan diri pada kantor desa atau kelurahan. Hal ini sesuai dengan tugas Iklan layanan masyarakat yaitu memberikan informasi dan pemahaman.

Dalam scene 3 terdapat pesan persuasif untuk mensukseskan pemilu hal ini sesuasi dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu menimbulkan tindakan untuk mengikuti apa yang di informasikan.

Dalam scene 4 juga terdapat pesan persuasive berupa slogan Pemilu 2019 yang berisi pesan nasionalisme yaitu "Pemilih Berdaulat, Negara Kuat". Hal ini sesuai dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu menimbulkan langkah keyakinan.

Analisis Isi ILM "Sosialisasi Cek DPT Lewat Sidalih3 dan App Playstore"

Durasi : 01.21 menit
Tanggal *Upload* : 11 Oktober 2018
Deskripsi : Pada ILM kelima berisi tentang himbauan kepada pemilih untuk melindungi hak pilihnya dalam pemilu 2019 dan mensosialisasikan aplikasi yang dibuat oleh KPU.

Berikut merupakan analisa per*scene* yang terdapat pesan yang mengandung unsur indikator yang telah disebutkan, dalam Sosialisasi Cek DPT Lewat Sidalih3 dan App Playstore sebagai berikut.

Tabel 4.5
Adegan unsur pesan dalam ILM Kelima

Visual	Pesan tampak *(Manifest)*	Pesan Tidak Tampak *(Latent)*
	Dalam *Scene* 3, *Scene* 4, *scene* 5 nampak ajakan untuk mengecek nama sebagai pemilih pemilu 2019 pada kantor kelurahan/ website sidalih3 atau melalui aplikasi KPU RI Pemilu 2019	Dalam scene ini KPU memperlihatkan kemudahan pengecekan hak pilih dari yang menual ke Kelurahan, melalui website ataupun Aplikasi. Dengan banyaknya kemudahan masyarakat diharapkan semakin antusias mengecek namanya sebagai pemilih dalam pemilu 2019.
	Setelah ajakan untuk mengecek hak pilih, nampak narasi tersebut disambung himbauan untuk menggunakan hak pilih dengan narasi "ayo gunakan hak pilih kalian" dengan visual tangan memasukan surat suara pada kotak suara.	Dengan banyaknya kemudahan yang ditawarkan KPU untuk pengecekan sebagai pemilih diharapkan masyarakat semakin peduli terhadap proses pemilu yang berujung dengan penggunaan hak pilih pada pemilu 2019
	Diakhir video nampak animasi tangan dengan tinta di jari kelingking, beserta munculnya lagi slogan pemilu 2019.	Visual jari kelingking dengan tinta ungu tanda khas pemilih yang telah menggunakan hak pilihnya. Bersamaan dengan munculnya kembali slogan pemilu seolah-olah memberi pesan bahwa orang yang memilih akan membuat Negara menjadi kuat

Sama seperti sebelumnya video ini berfokus dengan ajakan kepada pemilih untuk mengecek namanya dalam daftar pemilih tetap pada Pemilu 2019. Bedanya dengan video sebelumnya, kali ini KPU menggunakan animasi petugas yang mengingatkan pemilih. Di video ini juga diperkenalkan cara-cara untuk mengecek daftar pemilih melalui website dan Aplikasi KPU. Dalam video ini juga disertai cara-cara penggunaan aplikasi tersebut.

Dalam scene 3,4,5 terdapat kesamaan pesan persuasif yaitu ajakan untuk mengecek DPT melalui kelurahan, website sidalih3, atau aplikasi KPU RI Pemilu 2019. Hal ini sesuai dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu memberikan pemahaman informasi.

Dalam scene 6 juga terdapat pesan persuasif berupa ajakan untuk menggunakan hak pilih, hal ini sesuai dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu menimbulkan kesadaran masyarakat.

Dalam scene 7 juga terdapat pesan persuasif berupa slogan Pemilu 2019 yang berisi pesan nasionalisme yaitu "Pemilih Berdaulat, Negara Kuat". Hal ini sesuai dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu menimbulkan langkah keyakinan.

Analisis Isi ILM "Sosialisasi Pemilih Penyandang Disabilitas"

Durasi : 00.51 detik
Tanggal *Upload* : 13 Oktober 2018
Deskripsi : Pada ILM keenam berisi tentang penjelasan tentang hak-hak pemilih disabilitas dalam pemilu yang diatur oleh undang-undang.

Berikut merupakan analisa per*scene* yang terdapat pesan yang mengandung unsur indikator yang telah disebutkan, dalam ILM Sosialisasi Pemilih Penyandang Disabilitas

Tabel 4.6
Adegan unsur pesan dalam ILM Keenam

Visual	Pesan tampak *(Manifest)*	Pesan Tidak Tampak *(Latent)*
	Nampak visual berupa informasi tentang hak-hak penyandang disabilitas dalam pemilu.	Dengan disampaikan informasi tersebut diharapkan mampu menambah pengetahuan bagi masyarakat luas khusunya bagi petugas dan calon pemilih penyandang disabilitas.
	Nampak visual penyandang disabilitas yang menggunakan hak pilihnya, serta narasi KPU yang berkomitmen untuk menyediakan sarana prasarana untuk pemilu bagi penyandang disabilitas	Komitmen KPU untuk menyediakan sarana dan prasarana bagi penyandang disabilitas diharapkan mampu meningkatkan partisipasi penyandang disabilitas.
	Terlihat pemilih dan petugas pemilihan umum yang berdaulat. Disertai narasi yang mengajak untuk menjadikan Negara kuat melalui pemilu.	KPU ingin memperlihatkan bahwa proses pemilu sangat mengembirakan untuk semua pihak. Dengan narasi menjadikan Negara kuat melalui pemilu diharapkan mampu membuat banyak orang berpartisipasi
	Nampak munculnya kembali maskot pemilu 2019 disertai narasi ajakan untuk menyuksesk an pemilu 2019.	Munculnya kembali maskot pemilu 2019 dalam ILM diharapkan mampu membuat masyarakat makin mengenal dan mengikuti himbauannya untuk menggunakan hak pilih

	Dalam akhir video nampak muncul slogan pemilu 2019 ”Pemilih Berdaulat Negara Kuat”	Dengan munculnya kembali slogan pemilu seolah-oalah memberi pesan bahwa melalui Pemilu kita akan membuat Negara menjadi kuat

Berbeda dengan ILM yang sebelumnya, video ini menjelaskan tentang penyandang disabilitas dalam Pemilu. dikemas dengan sangat sederhana namun pesan-pesan yang disampaikan cukup jelas. Video ini mengandung banyak informasi baik itu untuk penyandang disabiltas maupun panitia pemungutan suara.

Dalam scene 1 terdapat pesan persuasif berupa informasi mengenai hak penyandang disabilitas dalam pemilu. Hal ini sesuai dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu memberikan informasi kepada masyarakat.

Dalam scene 2 juga terdapat pesan persuasif berupa komitmen KPU menyediakan sarana prasarana bagi penyandang disabilitas. Hal ini sesuai dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu menimbulkan langkah keyakinan kepada masyarakat.

Dalam scene 3 juga terdapat pesan persuasif berupa ajakan untuk menjadikan Negara kuat melalui pemilu. hal ini sesuai dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu menimbulkan kesadaran pada masyarkat.

Dalam scene 4 juga terdapat pesan persuasif berupa ajakan untuk mensukseskan pemilu. hal ini sesuai dengan hal ini sesuasi dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu menimbulkan tindakan untuk mengikuti apa yang di informasikan.

Dalam scene 5 juga terdapat pesan persuasive berupa slogan Pemilu 2019 yang berisi pesan nasionalisme yaitu “Pemilih Berdaulat, Negara Kuat”. Hal ini sesuai dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu menimbulkan langkah keyakinan.

Analisis Isi ILM ”Besok !!! 17 Oktober 2018 Cek DPT Serentak”

Durasi : 00.30 detik
Tanggal *Upload* : 16 Oktober 2018
Deskripsi : Pada ILM ke tujuh berisi tentang ajakan untuk melindungi hak pilih dengan cara mengecek ke kelurahan ataupun melalui website dan aplikasi.

Berikut merupakan analisa per*scene* yang terdapat pesan yang mengandung unsur indikator yang telah disebutkan, dalam ILM Besok !!! 17 Oktober 2018 Cek DPT Serentak sebagai berikut.

Tabel 4.7
Adegan unsur pesan dalam ILM Ketujuh

Visual	Pesan tampak *(Manifest)*	Pesan Tidak Tampak *(Latent)*
	Nampak ajakan untuk mengikuti gerakan Lindungi Hak Pilihmu	KPU mengajak masyarakat untuk lebih peduli dengan proses Pemilu melalui gerakan tersebut. Dengan banyaknya orang yang peduli terhadap proses pemilu diharapkan mampu menambah partisipasi pemilih.
	Dalam *Scene* 2,*Scene* 3, dan *Scene* 4 nampak informasi mengenai berbagai cara untuk mengecek daftar pemilih tetap Pemilu 2019.	Berbagai kemudahan untuk mengecek Daftar Pemilih Tetap diharapkan mampu membuat masyarakat tertarik untuk mengikuti

	Dari melihat langsung ke kelurahan, melalui website, hingga dari Aplikasi KPU RI	gerakan Lindungi Hak Pilihmu.
	Diakhir video kembali terlihat maskot serta slogan pemilu 2019	Dengan munculnya kembali maskot dan slogan pemilu diharapkan mampu membuat masyarakat mengingat dan mengkuti pesan persuasifnya.

Seperti halnya ILM yang keempat dan kelima, video ini berisi tentang ajakan kepada masyarakat untuk mengikuti gerakan melindungi hak pilih. Namun berbeda dengan pendahulunya, video ini terlihat lebih simple dan tidak bertele-tele. Penggunaan animasi yang sesuai dengan porsinya membuat video ini terasa pas disbanding dua video ajakan untuk melindungi hak pilih.

Dalam scene 1 terdapat pesan persuasif yaitu ajakan untuk melindungi hak pilih. Hal ini sesuai dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu menimbulkan kesadaran masyarakat.

Dalam scene 2, 3, 4 terdapat pesan persuasif berupa informasi cara mengecek DPT melalui berbagai cara yaitu datang ke kelurahan, melalui website, hingga aplikasi KPU RI Pemilu 2019. Hal ini berkaitan dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu memberikan pemahaman informasi

Dalam scene ke 5 juga terdapat pesan persuasif berupa munculnya slogan dan maskot pemilu 2019. yang berisi pesan nasionalisme yaitu "Pemilih Berdaulat, Negara Kuat". Hal ini sesuai dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu menimbulkan langkah keyakinan.

Analisis Isi ILM "PEMILU SERENTAK, RABU 17 APRIL 2019, AYO KE TPS !!!!"

Durasi : 00.30 detik
Tanggal Upload : 2 Desember 2018
Deskripsi : Pada ILM ke delapan berisi tentang informasi pelaksanaan pemilu serentak 2019.

Berikut merupakan analisa per*scene* yang terdapat pesan yang mengandung unsur indikator yang telah disebutkan, dalam ILM PEMILU SERENTAK, RABU 17 APRIL 2019, AYO KE TPS !!!! sebagai berikut.

Tabel 4.8
Adegan unsur pesan dalam ILM Kedelapan

Visual	Pesan tampak *(Manifest)*	Pesan Tidak Tampak *(Latent)*
	Nampak informasi mengenai sejarah baru dalam Pemilu, yaitu pelaksanaan dua jenis pemilu dalam satu waktu	Penyampaian pemilu serentak diharapkan mampu membuat masyarakat tidak bingung ketika melakukan proses pemilihan di TPS. Karena Pemilu serentak merupakan pertama kalinyadilaku-kan.
	Nampak ajakan untuk ke TPS pada hari Rabu 17 April 2019	Setelah menyampaikan perihal pemilu serentak. Kalimat ajakan berfungsi untuk meyakinkan masyarakat agar terlibat dalam sejarah baru Pemilu dengan menggunakan hak pilihnya pada tangal 17 April 2019

	Diakhir video kembali terlihat maskot serta slogan pemilu 2019	Dengan munculnya kembali maskot dan slogan pemilu diharapkan mampu membuat masyarakat mengingat dan mengkuti pesan persuasifnya

Setelah memberikan informasi mengenai pengecekan Daftar Pemilih Tetap pada video sebelumnya, kali ini KPU melalui ILMnya memberikan informasi perihal Pemilu serentak, yang mana untuk pertama kalinya dilakukan dalam sejarah Indonesia.

Dalam scene 1 terdapat pesan persuasif berupa informasi mengenai sejarah baru dalam pemilu yaitu pelaksanaan dua jenis pemilu dalam satu waktu. Hal ini sesuai dengan fungsi iklan layanan masyarakat yaitu memberikan pemahaman informasi.

Dalam scene ke 3 juga terdapat pesan persuasif berupa ajakan ke TPS, hal ini berkaitan tugas iklan layanan masyarakat yaitu menimbulkan tindakan untuk mengikuti apa yang telah di informasikan.

Dalam scene ke 4 terdapat pesan persuasif berupa munculnya slogan dan maskot pemilu 2019. yang berisi pesan nasionalisme yaitu "Pemilih Berdaulat, Negara Kuat". Hal ini sesuai dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu menimbulkan langkah keyakinan.

Analisis Isi ILM "Yuk Kenali Peserta Pemilu Serentak 2019"

Durasi : 00.30 detik
Tanggal Upload : 10 Desember 2018
Deskripsi : Pada ILM kesembilan berisi tentang informasi peserta yang terdaftar pada pemilu serentak 2019

Berikut merupakan analisa per*scene* yang terdapat pesan yang mengandung unsur indikator yang telah disebutkan, dalam ILM Yuk Kenali Peserta Pemilu Serentak 2019.

Tabel 4.9
Adegan unsur pesan dalam ILM Kesembilan

Visual	Pesan tampak *(Manifest)*	Pesan Tidak Tampak *(Latent)*
	Nampak ajakan untuk mengenali, mencermati peserta pemilu. sebelum menentukan pilihan.	Masyarakat diharapkan menjadi pemilih yang cerdas dengan mengenali dan mencermati para peserta pemilu yang akan dipilihnya pada pemilu serentak 2019. Sehingga terpilih para pemimpin yang berkualitas.
	Nampak informasi mengenai nama dan foto calon Presiden dan Wakil Presiden. serta dilanjutkan dengan Partai Peserta Pemilu 2019	Dengan adanya Informasi mengenai Peserta pemilu serentak. Diharapkan menambah antusias masyarakat untuk mencari tau rekam jejak peserta Pemilu 2019.
	Nampak ajakan untuk ke TPS pada hari Rabu 17 April 2019	Setelah menyampaikan perihal Peserta Pemilu serentak 2019. Kalimat ajakan berfungsi untuk meyakinkan masyarakat agar terlibat dalam sejarah baru Pemilu dengan menggunakan hak pilihnya pada tangal 17 April 2019

	Diakhir video kembali terlihat maskot serta slogan pemilu 2019	Dengan munculnya kembali maskot dan slogan pemilu diharapkan mampu membuat masyarakat mengingat dan mengkuti pesan persuasifnya.

Setelah memberikan informasi perihal Pemilu serentak pada video ILM sebelumnya, untuk pertama kalinya KPU memberikan Informasi perihal Peserta Pemilu 2019 secara jelas.

Dalam scene 1 terdapat pesan persuasif berbentuk ajakan untuk mengenali, mencermati peserta pemilu. sebelum menentukan pilihan. Hal ini sesuai dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu menimbulkan rasa keyakinan atau sikap.

Dalam scene 2 terdapat pesan persuasif yaitu informasi mengenai peserta pemilu 2019, hal ini sesuai dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu memberi pemahaman informasi kepada masyarakat.

Dalam scene 3 terdapat pesan persuasif berupa ajakan untuk ke TPS pada hari pemungutan suara. Hal ini sesuai dengan tugas Iklan layanan masyarakat yaitu menimbulkan ajakan untuk mengikuti pesan yang diinformasikan

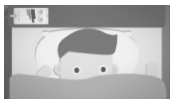
Dalam scene ke 4 terdapat pesan persuasif berupa munculnya slogan dan maskot pemilu 2019. yang berisi pesan nasionalisme yaitu "Pemilih Berdaulat, Negara Kuat". Hal ini sesuai dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu menimbulkan langkah keyakinan.

Analisis Isi ILM
"ANIMASI PEMILU 2019"

Durasi : 03.02 menit
Tanggal Upload : 30 Januari 2019
Deskripsi : Pada ILM kesepuluh berisi tentang video animasi ajakan untuk mensukseskan Pemilu 2019.

Berikut merupakan analisa per*scene* yang terdapat pesan yang mengandung unsur indikator yang telah disebutkan, dalam ILM ANIMASI PEMILU 2019

Tabel 4.10
Adegan unsur pesan dalam ILM Kesepuluh

Visual	Pesan tampak *(Manifest)*	Pesan Tidak Tampak *(Latent)*
	Nampak pemuda yang baru bangun tidur di pagi hari. Diatasnya terdapat telepon genggam yang menunjukan Hari dan tanggal pelaksanaan Pemilu 2019. Dalam wallpapernya juga terlihat Slogan Pemilu 2019.	Dalam scene tersebut seolah KPU menghimbau agar masyarakat mempersiapkan diri sedini mungkin untuk pergi ke TPS pada hari Pemilihan berlangsung.
	Nampak Pemuda yang bertemu dan menyapa temannya. Dalam lagu yang mengiringi scene tersebut juga terdengar lirik "Ayo ajak semua menuju ke TPS"	Dalam scene tersebut seolah KPU menghimbau agar pemilih untuk mengajak orng terdekatnya untuk menyalurkan hak pilihnya pada pemilu. dengan begitu diharapkan agar makin banyak orang yang berpartisipasi dalam pemilu 2019.

	Nampak beberapa orang dengan berbeda latar belakang tersenyum senang. Dalam scene ini juga terdengar lirik "bersama-sama kita sukseskan pemilu"	Animasi yang menunjukan beberapa orang tersenyum menyampaikan bahwa mensukseskan pemilu merupakan kegiatan yang menyenangkan
	Nampak pemuda yang membawa papan tulis bertuliskan "tentukan pilihanmu"	Dalam scene ini KPU ingin menginformasi kan bahwa pemilu merupakan sarana untuk menentukan pilihan.
	Nampak dua orang pemuda dan pemudi yang membawa papan bertuliskan "tentukan pemimpinmu "	Dalam scene ini KPU menginformasi kan bahwa Pemilu merupakan sarana untuk menentukan pemimpin. Dua orang yang tersenyum pada scene tersebut menandakan proses pemilihan ini sangat menyenangkan
	Nampak animasi antrian orang dalam TPS. Dalam scene tersebut juga terdengar lirik lagu "ayolah semuanya kita memilih"	Dalam scene ini KPU mengajak masyarakat untuk menyalurkan hak pilih dengan datang berbondong-bondong ke TPS.

	Nampak slogan pemilu serentak 2019.	Dengan munculnya kembali slogan pemilu diharapkan mampu membuat masyarakat mengingat dan mengkuti pesan persuasifnya
	Nampak visual kertas suara yang diatasnya terdapat nama surat dan warna-warna yang berbeda. Selain itu juga nampak Asas Pemilu yaitu Langsung, Umum, Bebas dan Rahasia.	Diharapkan dengan adanya informasi perbedaan warna pada surat suara menjadikan masyarakat tidak bingung saat proses pemilihan. Disamping itu KPU juga mengingatkan tentang Asas Pemilu demi menjaga integritas Pemilu.
	Nampak pengulangan pesan pada scene pemuda yang bersender pada papan bertuliskan "Tentukan Pilihanmu"	KPU ingin menegaskan bahwa Pemilu merupakan sarana untuk menentukan pilihan.
	Nampak pengulangan pesan pada scene pemuda-pemudi yang membawa papan bertulisakan "Tentukan Pemimpinmu "	KPU ingin menegaskan bahwa Pemilu merupakan sarana untuk menentukan Pemimpin.

	Nampak pengulangan pesan yaitu pada kalimat "Ayolah Semuanya Kita Memilih". Namun dalam Scene ini terdapat perbedaan yaitu nampak 3 orang pemuda-pemudi yang tersenyum.	KPU ingin menegaskan pesan persuasifya yaitu ajakan untuk memilih pada Pemilu serentak 2019. Dengan ditampakannya 3 orang pemuda-pemudi yang tersenyum menandakan proses Pemilu yang berdaulat dan menyenangkan
	Nampak pengulangan pesan yaitu munculnya lagi slogan Pemilu, namun kali ini disertai oleh maskot Pemilu 2019.	Dengan munculnya kembali maskot dan slogan pemilu diharapkan mampu membuat masyarakat mengingat dan mengkuti pesan persuasifnya.

Video ILM ini menjadi video paling lama yang pernah di unggah oleh KPU selama masa Sosialisasi. Nampak video animasi berdurasi 03.02 menit yang berisi tentang persiapan seorang pemuda dari bangun tidur hingga mengajak orang disekitarnya untuk berpartisipasi dalam Pemilu Serentak 2019.

Dalam scene 2 terdapat pesan persuasif berupa himbauan mempersiapkan diri sebelum ke TPS. Hal ini berkaitan dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu menimbulkan kesadaran masyarakat.

Dalam scene 5 terdapat pesan persuasif berupa seruan untuk mengajak semua orang ke TPS. Hal ini berkaitan dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu menimbulkan tindakan untuk mengikuti apa yang diinformasikan.

Dalam scene 6 terdapat pesan persuasif berupa ajakan untuk mensukseskan Pemilu. Hal ini sesuai dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu menimbulkan tindakan untuk mengikuti apa yang di informasikan.

Dalam scene 8 dan 18 terdapat pesan persuasif berupa ajakan untuk menentukan pilihan dalam melalui Pemilu. Hal ini berkaitan dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu menimbulkan tindakan untuk mengikuti apa yang diinformasikan.

Dalam scene 10 dan 20 terdapat pesan persuasif berupa ajakan untuk menentukan pemimpin melalui Pemilu. Hal ini berkaitan dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu menimbulkan tindakan untuk mengikuti apa yang diinformasikan.

Dalam scene 12 dan 21 terdapat pesan persuasif berupa ajakan untuk menggunakan hak pilih dalam pemilu. Hal ini sesuai dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu menimbulkan kesadaran masyarakat.

Dalam scene 13 dan 22 terdapat pesan persuasif berupa slogan Pemilu 2019 yang berisi pesan nasionalisme yaitu "Pemilih Berdaulat, Negara Kuat". Hal ini sesuai dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu menimbulkan langkah keyakin

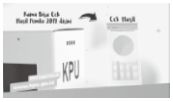
Analisis Isi ILM "AYO CEK CEK CEK CEK PEMILU 2019"

Durasi : 00.30 detik
Tanggal Upload : 5 April 2019
Deskripsi : Pada ILM kesebelas berisi tentang kegunaan apilkasi KPU PEMILU 2019

Berikut merupakan analisa per*scene* yang terdapat pesan yang mengandung unsur indikator yang telah disebutkan, dalam ILM AYO CEK CEK CEK CEK PEMILU 2019.

Tabel 4.11
Adegan unsur pesan dalam ILM Kesebelas

Visual	Pesan tampak *(Manifest)*	Pesan Tidak Tampak *(Latent)*
	Nampak Informasi mengenai kemudahan mengecek daftar	Kemudahan dalam pengecekan daftar pemilih diharapkan mampu

	pemilih melalui fitur Aplikasi KPU RI Pemilu	meningkatkan kepedulian melindungi hak pilihnya.
	Nampak Informasi mengenai kemudahan dalam mengecek calon peserta pemilu melalui Aplikasi KPU RI Pemilu 2019	Kemudahan dalam mengecek peserta pemilu diharapkan mampu membuat masyarakat lebih mengenali calon pemimpinnya sebelum proses pemilihan
	Nampak Ajakan untuk mengecek hasil Pemilu setelah melakukan pencoblosan, melalui Aplikasi KPU RI Pemilu 2019	Kemudahan dalam mengecek hasil pemilu diharapkan mempu mendorong partisipasi masyarakat dalam proses pengawasan hasil Pemilu demi mewujudkan Pemilu yang berintegritas.
	Nampak ajakan untuk memastikan informasi terkait Pemilu dalam Aplikasi KPU RI Pemilu 2019	Kemudahan dalam mengecek infomasi diharapkan mampu membuat masyarakat tidak terprovokasi dengan berita yang tidak benar.
	Nampak kembali terlihat Slogan, maskot, dan waktu pelaksanaan pemilu bersama 2019.	Dengan munculnya kembali maskot dan slogan pemilu diharapkan mampu membuat masyarakat mengingat dan mengkuti pesan persuasifnya. Penayangan Waktu pelaksanaan Pemilu diharapkan membuat masyarakat ingat waktu pelaksanaan pemilu 2019.

Dalam ILM yang diunggah terahir pada Playlist Sosialisasi Pemilu 2019, KPU memberikan Informasi mengenai kegunaan aplikasi KPU RI Pemilu 2019.

Dalam scene 1 terdapat pesan persuasif berupa infomasi kemudahan mengecek DPT melalui aplikasi KPU RI Pemilu 2019. Hal ini sesuai dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu memberikan pemahaman informasi.

Dalam scene 2 terdapat pesan persuasif berupa informasi kemudahan dalam mengecek calon peserta pemilu melalui Aplikasi KPU RI Pemilu 2019. Hal ini sesuai dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu memberikan pemahaman informasi.

Dalam scene 3 terdapat pesan persuasif berupa ajakan untuk mengecek hasil Pemilu setelah melakukan pencoblosan, melalui Aplikasi KPU RI Pemilu 2019. Hal ini sesuai dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu menimbulkan tindakan untuk mengikuti apa yang di informasikan.

Dalam scene 4 terdapat pesan persuasif berupa ajakan untuk memastikan informasi terkait Pemilu dalam Aplikasi KPU RI Pemilu 2019. Hal ini sesuai dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu membuat masyakarat menjadi yakin.

Dalam scene 5 terdapat pesan persuasif berupa munculnya slogan dan maskot pemilu 2019. yang berisi pesan nasionalisme yaitu "Pemilih Berdaulat, Negara Kuat". Hal ini sesuai dengan tugas iklan layanan masyarakat yaitu menimbulkan langkah keyakinan.

5. KESIMPULAN

Setelah melakukan analisa dan mendeskripsikan hasil temuan data yang telah dijelaskan di bab sebelumnya, maka pada bab akhir ini penulis melakukan penarikan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan. Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. KPU sebagai lembaga penyelenggara Pemilu 2019 menunjukan keseriusan dalam menjalankan salah satu tugasnya yaitu melakukan sosialisasi Pemilu serentak 2019 dengan membuat dan menunggah 11 video Iklan Layanan Masyarakat yang berkaitan dengan Pemilu 2019. Pengunggahan ILM dalam Akun Youtube KPU RI dilakukan berkala dari tanggal 29 November 2017 hingga 5 April 2019.
2. Sosialisasi yang dilakukan KPU terbukti berdampak kepada masyarakat dengan naiknya persentase partisipasi masyarakat pada Pemilu serentak 2019 di angka 81,97% pada pemilu Presiden dan 81,69% untuk emilu Legislatif. di bandingkan pergelaran Pemilu sebelumnya yang hanya 69,58% pada Pemilu Presiden dan 75, 11% dipemilihan legislatif.
3. Dalam upaya meningkatkan partisipasi pemilih, iklan layanan masyarakat yang dibuat oleh KPU dominan pada tema ajakan untuk aktif pada proses pemilu khusunya yang berkaitan dengan Daftar Pemilih tetap, tema tersebut muncul dalam 4 video. Selanjutnya tema yang dibahas yaitu ajakan untuk mengenali peserta pemilu dan ajakan untuk datang ke TPS pada hari pemilihan yang muncul dalam 2 video. Selain itu juga terdapat video bertema pendidikan Pemilu berbasis keluarga yang terdapat pada 2 video, KPU juga mengangkat tema tentang hak-hak penyandang disabilitas pada Pemilu yang muncul dalam 1 video. Selain itu terdapat pula 1 video Animasi yang berisi ajakan untuk memilih pemimpin dalam Pemilu. KPU juga membuat 1 video yang bertemakan tahapan Pemilu 2019.
4. Dalam rangkaian ILM Pemilu 2019 terdapat pesan nampak dan tak nampak sebanyak 53 pesan. Dengan rincian Pesan berindikator menimbulkan kesadaran masyarakat muncul sebanyak 14 kali . Pesan berindikator memberikan pemahaman informasi muncul sebanyak 14 kali. Pesan berindikator memberikan keyakinan dan sikap muncul sebanyak 13 kali. Pesan berindikator Menimbulkan tindakan untuk mengikuti informasi muncul sebanyak 12 kali.

6. SARAN

1. Pembuatan ILM sebaiknya tidak lebih dari 1 menit, hal ini dikarenakan agar penonton yang melihat tidak merasa bosan
2. Sebaiknya KPU memperhatikan waktu mengunggah video Iklan Layanan Masyarakat, agar perhatian masyarakat tetap tertuju pada agenda Pemilu serentak.
3. Sebaiknya Judul yang diberikan pada setiap video ILM yang diunggah dibuat lebih kreatif, agar orang yang melihat lebih tertarik untuk menonton.
4. Perlunya ditambahkan ILM yang mengandung konten tentang Pemilu Serentak. Hal ini dikarenakan Pemilu serentak pertama kali di gelar dalam sejarah Pemilu di Indonesia.
5. Penayangan ILM seharusnya bisa diperluas di jejaring media sosial yang lain seperti instagram sehingga makin banyak orang yang mengethui perihal Pemilu Serentak

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

Eriyanto. 2011. Analisis Isi: Pengantar Metodelogi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana Persada Media Grup

Pujiyanto. (2013). Iklan Layanan Masyarakat. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Suyanto. Metode Penelitian Sosial. Surabaya: Kencana Prenada Media Group, 2005.

Sumber Jurnal

Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. 2018. Literasi Digital, Memaksimalkan Penggunan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintahan, Jakarta : Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika

Kementrian Kesehatan Republik Indonesia. 2012. Katalog Kreatif dalam Iklan Layanan Masyarakat, Jakarta : Sekretariat Jendral Kementrian Kesehatan Republik Indonesia.

Ramlan, Partisipasi masyarakat dalam peningkatan kualitas permukiman dikawasan pusat kota Palu

Sumber Internet

https://kabar24.bisnis.com/read/20190614/15/933808/tingkat-partisipasi-pemilu-2019-naik-positif-atau-negatifdi akses tanggal 29 November 2019

https://www.kpu.go.id/koleksigambar/bagaimana_menjadi_pemilih di akses tanggal 3 Januari 2020

Tjanatjantia. Widika. (2013). Sejarah Berdirinya Youtube _ Sejarah Dunia. Retrieved from https://canacantya.wordpress.com/sejarah/%20sejarah-berdirinya-Youtube/ diakses tanggal 20 Desember 2019

https://kbbi.kemdikbud.go.id/diakses tanggal 23 Desember 2019

Sumber Undang-Undang

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 tahun 2002

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017.