

## **Representasi Kampanye Politik Dalam *Game* (Analisis Semiotik Dalam *Game Jokowi Go!* Dan *Game Prabowo The Asian Tiger*)**

Janne Halim dan Widayatmoko

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara  
Janne\_halim@yahoo.com, Widayatmoko@fikom.untar

### ***Abstract***

*This study aims to determine how the representation of political campaigns in the 2014 elections in the game Jokowi Go! and Prabowo the Asian Tiger. The theory is used to build this research is related to the theory of political communication political campaign message implicit in the second game. then the representation theory to explain the construction of the meaning of a symbol. In addition, the study of political PR is used as a media channel to communicate interpretations political issues specifically, in an effort gathering public support, and the theory of communication and information technology, especially in this game. To answer the research questions, the researcher uses semiotic method proposed by Roland Barthes with the concept of connotation, denotation, and myths to analyze the second game. The results of this study indicate that the game Jokowi Go! There are many political campaign messages conveyed premises represent the community in different ways, while the game Prabowo The Asian Tiger, it can be said that the political campaign messages contained in it is minimal. In the game Prabowo The Asian Tiger even invisible characters that represent the people of Indonesia, as well as the program's mission and vision owned by Mr. Prabowo*

**Keywords:** Games , Politics, Representation, Semiotic, Elections

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana representasi kampanye politik dalam pemilu 2014 dalam *game Jokowi Go!* dan *Prabowo the Asian Tiger*. Teori yang digunakan untuk membangun penelitian ini adalah teori komunikasi politik terkait pesan kampanye politik yang tersirat dalam kedua *game* tersebut. kemudian teori representasi menjelaskan konstruksi makna sebuah simbol. Selain itu kajian PR politik digunakan sebagai saluran media untuk mengkomunikasikan interpretasi isu-isu politik yang khusus, dalam upaya pengumpulan dukungan publik, dan teori teknologi komunikasi dan informasi khususnya dalam hal ini *game*. Untuk menjawab pertanyaan penelitian, peneliti menggunakan metode semiotik yang dikemukakan oleh Roland Barthes dengan konsep konotasi, denotasi, dan mitos untuk menganalisis kedua *game* tersebut. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *game Jokowi Go!* banyak terdapat pesan kampanye politik yang disampaikan merepresentasi masyarakat Indonesia dengan cara yang beragam, sedangkan pada *game Prabowo The Asian Tiger*, dapat dikatakan bahwa pesan kampanye politik yang terdapat di dalamnya sangatlah minim. Di dalam *game Prabowo The Asian Tiger* bahkan tidak terlihat karakter yang merepresentasikan masyarakat Indonesia, maupun program dan visi misi yang dimiliki oleh Bapak Prabowo.

**Kata Kunci:** Game, Politik, Representasi, Semiotik, Pemilu

## Pendahuluan

Masyarakat *modern* sangat dekat dengan *gadget*, dan mereka sering memainkan *game* melalui *gadget* mereka. Selama ini, *game* hanya dipandang sebagai sarana hiburan semata. Namun bila diperhatikan, *game* juga dapat dijadikan sebuah media komunikasi, apabila di dalam *game* tersebut dimasukan pesan-pesan tertentu. *Game* bahkan juga dapat dijadikan media atau sarana untuk menyampaikan pesan kampanye politik kepada pemain *game*. Dalam pemilihan presiden 2014, para calon presiden banyak melakukan kampanye politik, dimana salah satu media yang digunakan untuk melakukan kampanye adalah *game*. *Developer game* sengaja memasukan pesan kampanye politik tertentu ke dalam *game* dan melakukan representasi terhadap kedua capres tersebut, agar tercipta citra tertentu yang diinginkan di dalam benak pemain *game*.

Kemampuan *game* yang dapat menjadi media komunikasi, serta fenomena masyarakat *modern* yang sering memainkan aplikasi *game* melalui *gadget* ini pun disadari oleh kedua pihak capres. Mereka akhirnya memutuskan untuk menjadikan aplikasi *game* sebagai salah satu media kampanye politik dalam pemilu 2014. Mereka pun menyadari pentingnya menggunakan aplikasi *modern* yang kreatif untuk mendekati dan menyampaikan pesan kampanye, agar persepsi masyarakat *modern*, khususnya generasi muda dapat dipengaruhi.

Kedua tim capres tersebut akhirnya membuat aplikasi *game* untuk menyampaikan pesan kampanye kepada masyarakat *modern*. Kedua *game* tersebut menjadikan masing-masing capres sebagai tokoh utama dalam *game* yang mereka ciptakan. Capres Jokowi membuat aplikasi *game* bernama *Jokowi Go!*, dan Capres Prabowo membuat aplikasi *game* bernama *Prabowo The Asian Tiger*. Aplikasi *game* ini pun dapat dengan mudah diunduh (*download*) oleh para pengguna *gadget*. *Game* ini sengaja dikonstruksi sedemikian rupa, sehingga hasil representasi sosial dan tokoh capres yang terlihat di dalam *game* tersebut nampak seperti pahlawan. Masing-masing *game* berusaha untuk menampilkan dan membangun citra positif capres yang menjadi tokoh utama di dalam *game* tersebut. Penelitian ini melihat “Bagaimana representasi kampanye politik pemilu 2014 di dalam aplikasi *game* *Jokowi Go!* dan *game* *Prabowo The Asian Tiger*?” Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijabarkan diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh penulis adalah:

- a. Untuk mengetahui makna dibalik pesan-pesan kampanye politik yang disampaikan dalam *game*, baik melalui bahasa verbal, maupun non-verbal.
- b. Untuk mengetahui representasi kedua tokoh capres dalam *game* *Jokowi Go!* dan *game* *Prabowo The Asian Tiger*.

Penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat bagi berbagai pihak. Manfaat dari penelitian ini akan dikategorikan menjadi manfaat akademis dan manfaat praktis. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu komunikasi, khususnya di bidang *public relations* (PR). Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sudut pandangan yang berbeda mengenai kampanye politik yang sering kita jumpai. Setelah membaca penelitian ini, penulis berharap agar para akademisi komunikasi dapat lebih memperhatikan berbagai media kreatif yang dapat dijadikan media komunikasi dan kampanye politik. Penulis juga berharap agar penelitian ini dapat dijadikan acuan dan referensi untuk penelitian lain yang serupa di kemudian hari.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis untuk berbagai pihak, seperti masyarakat, produsen *game*, dan tim sukses kedua capres.

- a) Masyarakat: Dengan adanya penelitian ini, diharapkan masyarakat dapat lebih kritis dalam menanggapi pesan-pesan kampanye politik yang terdapat di dalam *game*.
- b) Produsen *game*: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan kepada produsen *game* dalam bentuk pemikiran kreatif dan sudut pandang yang berbeda mengenai *game* yang berisi pesan politik.
- c) Tim sukses capres: Penelitian ini diharapkan dapat membantu tim sukses untuk mengevaluasi *game Jokowi Go!* dan *Game Prabowo The Asian Tiger* agar *game* yang akan dibuat di kemudian hari dapat lebih efektif.

Menurut Shanon dan Weaver, komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi (Cangara, 1998). Pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan pembicaraan yang kita sadari termasuk dalam kategori pesan verbal disengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Suatu sistem kode verbal disebut bahasa. Bahasa merupakan salah satu cara manusia untuk dapat berkomunikasi dan bertukar pikiran serta ide antara satu sama lain.

Edward Hall (Mulyana, 2007) membedakan budaya konteks tinggi (*high context culture*) dengan budaya konteks rendah (*low context culture*), yang sangat berbeda dalam cara penyandian pesannya. Budaya konteks rendah ditandai dengan komunikasi konteks rendah: pesan verbal dan eksplisit, gaya bicara langsung, lugas, dan berterus terang. Para penganut budaya konteks rendah mengatakan apa yang mereka maksudkan (*they say what they mean*), dan memaksudkan apa yang mereka katakana (*they mean what they say*).

Hal ini berlawanan dengan budaya konteks tinggi yang ditandai dengan komunikasi tingkat tinggi: kebanyakan pesan bersifat implisit, tidak langsung, dan tidak terus terang. Pesan yang sebenarnya mungkin tersembunyi dalam perilaku nonverbal pembicara, seperti intonasi suara, gerakan tangan, postur badan, ekspresi wajah, tatapan mata, atau bahkan konteks fisik (dandanan, oenataan ruangan, benda-benda, dan sebagainya). Pernyataan verbal bisa berbeda atau bertentangan dengan pesan nonverbalnya. Menurut Dahlan, komunikasi politik adalah suatu bidang atau disiplin yang menelaah perilaku dan kegiatan komunikasi yang bersifat politik, mempunyai akibat politik, atau berpengaruh terhadap perilaku politik (Cangara, 2011). Denton dan Woodward mendefinisikan komunikasi politik sebagai diskusi yang murni membicarakan tentang pengalokasian berbagai sumber daya (*resources*), kewenangan resmi seseorang yang diberi kekuasaan untuk membuat peraturan, keputusan legislatif dan eksekutif, serta sangsi-sangsi resmi (Heryanto dan Zarkasy, 2012).

Alfian berpendapat bahwa komunikasi politik dapat diibaratkan sebagai sirkulasi darah dalam tubuh (Hamid dan Budiarto, 2011). Komunikasi politik mengalirkan pesan politik berupa tuntutan, protes, serta dukungan (aspirasi dan kepentingan) ke jantung (pusat) pemrosesan sistem politik dan hasil pemrosesan tersebut, dialirkan kembali oleh komunikasi politik. Pesan politik adalah pernyataan yang disampaikan baik secara tertulis maupun tidak tertulis, baik secara verbal dan

nonverbal, tersembunyi maupun terang-terangan, baik yang disadari maupun tidak disadari yang isinya mengandung bobot politik (Cangara, 2011). Segala pesan dan informasi yang memiliki unsur atau muatan politik termasuk dalam pesan politik. Pidato politik, undang-undang pemilu, pernyataan politik, iklan politik, dan propaganda politik adalah contoh dari komunikasi yang mengandung pesan politik.

Saluran atau media politik adalah alat atau sarana yang digunakan oleh para komunikator politik dalam menyampaikan pesan-pesan politiknya. Media yang digunakan untuk menyampaikan pesan politik dapat disebut sebagai media politik (Cangara, 2011). Ketika suatu media komunikasi membawa atau menyampaikan pesan politik kepada komunikan, maka media tersebut telah menjadi media politik.

Para komunikator politik biasanya memanfaatkan berbagai media komunikasi untuk menyampaikan pesan politiknya. Ketika media komunikasi digunakan untuk menyampaikan pesan politik, maka media tersebut telah menjadi media politik. Radio, TV, koran, majalah, *billboard*, dan internet biasanya menjadi media yang digunakan untuk menyampaikan pesan politik kepada masyarakat luas. Bernays (Iriantara, 2005) menyebut PR sebagai sebuah profesi yang berkaitan dengan relasi-relasi satu unit dengan publik atau publik-publiknya sebagai relasi yang mendasari berlangsungnya kehidupan. McNamara (Iriantara, 2005) mendefinisikan PR berdasarkan tujuan kegiatan PR yang dirumuskannya sebagai aktivitas berkelanjutan untuk menjamin perusahaan memiliki citra yang kuat di mata publik.

Scott M Cutlip (2005) memberi definisi PR sebagai fungsi manajemen khusus yang membantu pembentukan dan pemeliharaan garis komunikasi dua arah, saling pengertian, saling menerima dan bekerja sama antara satu organisasi atau perusahaan dan masyarakat yang melibatkan manajemen masalah, membantu manajemen untuk selalu mendapat informasi dan merespons pendapat umum, memdefinisikan dan menekankan tanggung jawab manajemen dalam melayani kepentingan masyarakat, membantu manajemen untuk mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, berfungsi sebagai peringatan awal untuk mengantisipasi kecenderungan dan menggunakan riset, serta komunikasi yang masuk akal dan etis sebagai sarana utamanya.

Roland Barthes adalah seorang ahli semiotik yang sangat terkenal dan berperan cukup penting dalam membangun pengetahuan mengenai semiotik. Barthes merupakan seorang yang mempraktikkan dan mengembangkan semiologi Saussurean. Barthes akhirnya menciptakan peta tentang bagaimana tanda bekerja. Pada dasarnya ada perbedaan antara denotasi dan konotasi dalam pengertian secara umum dengan makna denotasi dan konotasi yang dimengerti oleh Barthes. Dalam pengertian umum, denotasi biasanya dimengerti sebagai makna harafiah atau makna yang sesungguhnya, serta meliputi hal-hal yang ditunjuk oleh kata-kata tersebut. Denotasi biasanya mengacu pada penggunaan bahasa dengan arti yang sesuai dengan apa yang terucap.

Menurut Berger, makna denotasi bersifat langsung, yaitu makna khusus yang terdapat dalam sebuah tanda, dan pada intinya dapat disebut sebagai gambaran sebuah petanda (Sobur, 2004). Sedangkan Harimurti Kridalaksana mendefinisikan denotasi sebagai makna kata atau sekelompok kata yang didasarkan atas penunjukan yang lugas pada sesuatu di luar bahasa atau yang didasarkan atas konvensi tertentu (Sobur, 2004).

Kata konotasi berasal dari bahasa latin "*connotare*", yang berarti menjadi tanda, dan mengarah kepada makna-makna kultural yang terpisah atau berbeda

dengan kata dan bentuk-bentuk lain dari komunikasi. Makna konotasi adalah makna denotasi yang ditambah dengan segala gambaran, ingatan, dan perasaan yang ditimbulkan oleh kata tertentu. Konotasi (Sobur, 2014) juga dapat diartikan sebagai aspek makna sebuah atau sekelompok kata yang didasarkan atas perasaan atau pikiran yang timbul atau ditimbulkan pada pembicara (penulis) atau pendengar (pembaca).

Menurut Chen (2006), *game* adalah aktivitas yang dilakukan secara sukarela atau tidak ada paksaan dan jelas berbanding terbalik dengan kehidupan nyata, membuat imajinasi yang nantinya dapat masuk ke dunia nyata hingga akhirnya menyerap perhatian para pemain *game*. *Game* dimainkan tanpa waktu dan tempat yang spesifik, dan tergantung aturan yang ada. Dalam konteks *game*, secara teknis dapat dilihat bahwa komunikasi dan interaksi menjadi unsur utama dalam memainkan *game*. Unsur interaksi yang terjadi di dalam *game* dapat dibedakan menjadi 2 jenis, yaitu *human computer interaction* dan *human to human interaction*. *Human computer interaction* adalah interaksi yang terjadi antara konten *game* dengan pemain *game* atau *player* tersebut. *Human computer interaction* terjadi dalam proses seorang pemain bermain *game* bermain secara solo (*singleplayer*), dimana seluruh interaksinya terjadi antara pemain dan *game* itu sendiri.

## Metode Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan oleh penulis pada kesempatan ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif, yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena-fenomena sosial yang terjadi di dalam kehidupan masyarakat. Fenomena sosial yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah kampanye politik yang dilakukan oleh capres 2014 dalam *game*. Penelitian ini akan menjelaskan mengenai pendekatan dan pesan kampanye politik yang hendak disampaikan kepada khalayak politik melalui *game*.

Penelitian ini bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, factual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat objek tertentu (Kriyantoro, 2006). Metode penelitian ini tidak mementingkan jumlah *sample* yang digunakan dan perhitungan statistik, sehingga hasil penelitian ini tidak bisa digeneralisasikan secara luas. Subjek yang terdapat dalam penelitian ini adalah *game* kedua capres 2014 tersebut, yaitu *game Jokowi Go!* dan *game Prabowo The Asian Tiger*. Penulis sengaja memilih kedua *game* tersebut sebagai subjek penelitian karena di dalam *game* tersebut terdapat banyak muatan atau konten yang berhubungan dengan pesan politik, sehingga kedua *game* tersebut menjadi sangat menarik untuk diteliti.

Objek penelitian adalah istilah untuk menjawab apa yang sebenarnya hendak diteliti dalam sebuah penelitian. Objek dalam penelitian ini adalah simbol-simbol yang memiliki konten atau muatan politik yang terdapat di dalam *game Jokowi Go!* dan *game Prabowo The Asian Tiger*. Simbol-simbol yang akan diperhatikan dalam penelitian ini dapat terpresentasikan di dalam *background*, *storyline*, karakter, dan kata-kata verbal di dalam *game* tersebut. Dalam penelitian ini, penulis memutuskan untuk membagi dan mengelompokkan konten-konten di dalam *game Jokowi Go!* dan *game Prabowo The Asian Tiger* menjadi 3 kelompok besar, yaitu:

1. *Background*: Merupakan interpretasi dari lingkungan dan *setting* lokasi dimana permainan tersebut berlangsung.
2. Karakter: Merupakan interpretasi karakter dan ikon-ikon atau atribut karakter yang dapat diinterpretasikan.

3. Verbal: Kata-kata atau tulisan yang terdapat di dalam *game*.

### Hasil Penemuan dan Diskusi

Dalam penelitian ini, penulis mengamati tentang konten dan pesan-pesan yang terdapat di dalam *game Jokowi Go!* dan *game Prabowo The Asian Tiger*. Penulis ingin menemukan dan menjabarkan mengenai representasi kampanye politik yang dilakukan di dalam kedua *game* tersebut, melalui penjelasan makna yang terdapat di balik pesan-pesan kampanye politik yang terlihat di dalam *game*.

Setelah melakukan penelitian, penulis menemukan bahwa pesan-pesan kampanye politik yang terdapat di dalam *game* dapat dimasukkan ke dalam berbagai unsur *game*, seperti pada latar belakang gambar, karakter, kata-kata verbal, maupun berbagai perlengkapan dan atribut yang digunakan oleh karakter. Tampilan yang terlihat di dalam *game* akhirnya membentuk suatu representasi dari berbagai hal yang nyata, seperti keadaan sosial dan sosok tertentu yang mengandung berbagai unsur kampanye politik. Pesan-pesan kampanye politik tersebut dibuat berdasarkan perspektif dan tujuan serta kepentingan masing-masing *developer game*.

Setelah penulis menjabarkan dan menjelaskan satu persatu makna yang terdapat dibalik berbagai unsur yang terlihat di dalam *game*, penulis akhirnya mengerti mengenai representasi kampanye politik yang dilakukan di dalam *game*. Penulis juga menemukan adanya perbedaan kampanye politik yang dilakukan di dalam *game Jokowi Go!* dan *game Prabowo The Asian Tiger*. *Game Jokowi Go!* lebih banyak memasukan unsur kampanye politik dibandingkan *game Prabowo The Asian Tiger*. *Game Jokowi Go!* juga lebih variatif, karena terdapat banyak *background* dan kata-kata verbal yang berbeda di dalam *game*, serta banyak dijumpai karakter lain yang merepresentasikan masyarakat Indonesia dari berbagai kalangan dan profesi.

Tidak hanya itu, kampanye politik yang dilakukan di dalam *game Jokowi Go!* juga terlihat di bagian *opening* dan *closing game*. Pada bagian *opening game*, pemain *game* langsung menerima pesan kampanye politik begitu *game Jokowi Go!* dibuka. Dalam seketika, pemain *game* akan melihat dan dapat memilih sendiri berbagai kostum karakter *game* yang memiliki pesan kampanye politik yang berbeda pada tiap kostum tersebut.

Pesan kampanye politik yang terdapat di dalam *game Jokowi Go!* tidak hanya nampak dalam gambar saja, tetapi juga terlihat di dalam berbagai tulisan atau kata-kata verbal. Ketika pemain *game* sedang memainkan *game Jokowi Go!*, pemain *game* akan sering menemui papan-papan yang berisi tulisan atau kata-kata verbal, seperti kata “Sambut Pemerintahan Baru”, “Kawal Presiden Baru”, “Ayo Bangun Indonesia”, dan sebagainya. Kata-kata verbal tersebut diindikasikan sebagai pesan kampanye politik yang bertujuan mengajak seluruh masyarakat Indonesia, khususnya pemain *game* untuk turut serta dalam melakukan sesuatu. Pada *game Prabowo The Asian Tiger*, kampanye politik hanya terlihat pada bagian *opening* dan saat *game* dimainkan, sedangkan pada bagian *closing game*, penulis tidak mengindikasikan pesan kampanye politik apapun. Pesan kampanye politik yang terlihat pada bagian *closing* dan saat *game* dimainkan tidak jauh berbeda, atau bahkan dapat dikatakan serupa, yaitu merepresentasikan Bapak Prabowo ketika berlihu menjadi anggota TNI.

Berdasarkan berbagai atribut yang dikenakan oleh karakter Bapak Prabowo dan *background* yang terlihat di dalam *game*, penulis dapat menyimpulkan bahwa *developer game* ingin merepresentasikan Bapak Prabowo sebagai sosok pahlawan

yang gagah berani, tangguh, tegas, dan mampu melindungi Bangsa Indonesia. Bapak Prabowo juga digambarkan sebagai sosok yang memiliki berbagai kemampuan dan keahlian yang dapat mengalahkan musuh dan menegakan keadilan.

Sayangnya, *game Prabowo The Asian Tiger* ini hanya memiliki satu *background*, sehingga latar tempat yang tergambarkan di dalam *game* ini hanya terdapat satu tempat. Karakter yang ada di dalam *game* ini juga hanya terdapat karakter Bapak Prabowo dan karakter musuh yang terlihat seperti merepresentasikan teroris, sehingga tidak terlihat adanya variasi karakter di dalam *game* ini. Di dalam *game* ini pun tidak terlihat adanya pesan-pesan kampanye politik yang disampaikan dalam bentuk kata-kata verbal

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa di dalam *game Jokowi Go!* banyak terdapat pesan kampanye politik yang disampaikan dengan cara yang beragam, sedangkan pada *game Prabowo The Asian Tiger*, dapat dikatakan bahwa pesan kampanye politik yang terdapat di dalamnya sangatlah minim. Di dalam *game Prabowo The Asian Tiger* bahkan tidak terlihat karakter yang merepresentasikan masyarakat Indonesia, maupun program dan visi misi yang dimiliki oleh Bapak Prabowo.

## Simpulan

Setelah penulis melakukan analisis dan pembahasan mengenai *game Jokowi Go!* dan *game Prabowo The Asian Tiger*, serta menarik kesimpulan atas hasil analisis tersebut, penulis dapat memberikan beberapa saran ataupun masukan yang kiranya dapat berguna bagi berbagai pihak. Dalam kesempatan kali ini penulis ingin memberikan saran dan masukan kepada berbagai pihan, diantaranya pihak *developer game*, tokoh politik, serta masyarakat.

Representasi kampanye politik yang di lakukan di dalam *game Jokowi Go!* dapat dikatakan sangat baik, karena representasi tersebut sudah mencakup berbagai unsur penting yang menjadi perhatian kegiatan kampanye politik, seperti adanya representasi berbagai masalah dan persoalan Bangsa Indonesia yang harus segera di selesaikan, representasi masyarakat dari berbagai kalangan, dan representasi dari visi misi Bapak Jokowi.

Representasi sosok Bapak Jokowi sendiri juga terlihat sangat baik, karena Bapak Jokowi digambarkan sebagai orang yang peduli dan dekat dengan masyarakat Indonesia dari berbagai kalangan, serta memiliki program yang mampu menyelesaikan berbagai persoalan yang ada. Representasi kampanye politik juga terlihat dalam berbagai bagian *game*. Oleh sebab itu, maka dapat dikatakan bahwa representasi kampanye politik yang dilakukan dalam *game Jokowi Go!* sudah sangat baik. Penulis berharap *developer game* dapat mempertahankan representasi kampanye politiknya tersebut, sehingga pesan kampanye politik dapat tersampaikan dengan baik kepada pemain *game*.

Hal ini berbeda dengan representasi kampanye politik yang terdapat di dalam *game Prabowo The Asian Tiger*, karena di dalam *game* ini hanya terdapat sedikit representasi dan pesan kampanye politik. Representasi kampanye politik yang terdapat di dalam *game Prabowo The Asian Tiger* tidak mewakili berbagai unsur penting yang ada, sehingga representasi yang terlihat sangatlah minim dan tidak terdapat banyak pesan kampanye politik. Seharusnya, representasi kampanye politik di dalam *game Prabowo The Asian Tiger* dapat lebih mewakili berbagai keadaan

sosial dan masyarakat Indonesia, maupun visi misi Bapak Prabowo. Representasi sosok Bapak Prabowo di dalam *game Prabowo The Asian Tiger* menggambarkan Bapak Prabowo sebagai seorang pahlawan yang tegas, gagah, berani, serta mampu mengalahkan musuh. Representasi tersebut dapat dikatakan cukup baik, karena menunjukkan Bapak Prabowo sebagai sosok yang hebat, tetapi penulis merasa akan lebih baik bila Bapak Prabowo juga direpresentasikan sebagai sosok pembela dan pelindung masyarakat Indonesia. Representasi sosok Bapak Prabowo juga harus lebih bersifat positif dan ditingkatkan lagi.

Secara keseluruhan, *game Jokowi Go!* sudah menarik dan terdapat banyak variasi yang unik. Pesan-pesan kampanye politik yang terdapat di dalam *game Jokowi Go!* juga sudah ditampilkan dengan baik, karena keseluruhan *game* telah memuat pesan-pesan kampanye politik tersebut secara unik. Setiap bagian *game* juga sudah dimanfaatkan dengan baik untuk menampilkan pesan-pesan kampanye politik yang hendak disampaikan oleh *developer game*.

*Developer game* juga tidak lupa untuk memanfaatkan sosial media dalam mempromosikan dan mengenalkan *game* ini, sehingga cukup banyak orang yang mengetahui *game Jokowi Go!* melalui sosial media. Pemain *game* juga dapat menampilkan jumlah nilai atau *score* yang diperolehnya dalam *game Jokowi Go!* di halaman akun sosial mediana.

Walaupun sudah tergolong menarik dan menyenangkan, tetapi penulis merasa masih terdapat beberapa kekurangan di dalam *game Jokowi Go!*, diantaranya adalah di dalam *game Jokowi Go!* tidak ada peringkat juara diantara pemain *game* dengan teman-temannya, sehingga seolah *game Jokowi Go!* hanya dimainkan oleh pemain *game* seorang diri.

*Game Jokowi Go!* tentu akan lebih seru jika terdapat peringkat juara, sehingga para pemain *game* dapat saling bersaing untuk menjadi juara pertama. Semakin mereka ingin menjadi juara, maka mereka akan lebih sering memainkan *game* tersebut, sehingga pesan-pesan kampanye politik yang terdapat di dalam *game* juga akan semakin sering dilihat dan diterima oleh pemain *game*.

Selain itu, penulis merasa *game Jokowi Go!* hampir tidak pernah memberikan hadiah kepada pemainnya. Penulis merasa, selayaknya pemain *game* yang sering memainkan *game Jokowi Go!* diberikan *reward* atau hadiah atas kesetiiaannya memainkan *game Jokowi Go!*. Salah satu bentuk hadiah yang dapat diberikan adalah berupa koin atau *item* khusus yang akan diterima oleh pemain *game* bila mereka *log in* ke dalam *game*. Dengan adanya *reward* tersebut, penulis merasa pemain *game* akan lebih bersemangat dan giat memainkan *game Jokowi Go!*.

Hal ini berbeda dengan *game Prabowo The Asian Tiger*, karena penulis merasa masih banyak kekurangan yang terdapat di dalam *game* ini. *Background* dan karakter yang minim atau monoton akan membuat pemain *game* cepat merasa bosan. Oleh sebab itu, penulis menyarankan agar *developer game* membuat lebih banyak variasi pada *background* dan karakter di dalam *game Prabowo The Asian Tiger*, sehingga pemain *game* tidak cepat merasa bosan. Akan lebih baik bila *background* dan karakter yang dibuat dapat merepresentasikan keadaan sosial dan masyarakat Indonesia.

*Game Prabowo The Asian Tiger* juga seharusnya lebih banyak menampilkan pesan-pesan kampanye politik, seperti sisi positif karakter Bapak Prabowo, ataupun visi misi yang beliau miliki. Seharusnya *game Prabowo The Asian Tiger* dapat lebih dimanfaatkan lagi untuk menyampaikan pesan kepada pemain *game*. Pesan kampanye



politik tersebut juga akan lebih baik bila ditampilkan pada berbagai bagian *game*, seperti ditampilkan tidak hanya pada saat *game* dimainkan, tetapi juga pada bagian *opening* dan *closing*.

*Developer game* juga seharusnya menampilkan karakter Bapak Hatta Rajasa di dalam *game*. Karakter Bapak Hatta perlu ditampilkan agar pemain *game* juga *aware* terhadap kehadiran Bapak Hatta, yang merupakan wakil Bapak Prabowo. Akan lebih baik jika *developer game* juga turut menampilkan sisi positif dari Bapak Hatta, agar pemain *game* juga memiliki pandangan yang positif terhadap Bapak Hatta.

*Game Prabowo The Asian Tiger* juga seharusnya dibuat terhubung dengan berbagai sosial media, agar *game* ini dapat lebih dikenal oleh pengguna internet. Peringkat juara juga patut dibuat, agar para pemain *game* dapat bersaing untuk menjadi juara pertama, dan lebih giat memainkan *game Prabowo The Asian Tiger*, yang akhirnya membuat pemain *game* lebih sering menerima pesan-pesan kampanye politik.

Penulis berharap penelitian ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pihak *developer game*, untuk mengetahui persepsi dan interpretasi atas pesan-pesan kampanye politik yang terdapat di dalam *game*, serta pandangan mengenai kedua *game* tersebut secara keseluruhan. Penulis juga berharap penelitian ini dapat membantu kedua *developer game* untuk dapat menciptakan *game* yang lebih menarik lagi. Melalui penelitian ini, penulis juga berharap kedua calon presiden Indonesia, Bapak Jokowi dan Bapak Prabowo dapat mengetahui representasi sosok mereka yang terdapat di dalam *game Jokowi Go!* dan *game Prabowo The Asian Tiger*, sehingga mereka dapat mengetahui persepsi masyarakat mengenai mereka berdua, dan dapat lebih menguatkan citra yang sudah melekat pada mereka.

Penulis juga berharap dengan adanya penelitian ini, pikiran masyarakat luas dapat lebih terbuka, sehingga mereka menyadari bahwa *game* ternyata bukan hanya digunakan sebagai sebuah sarana hiburan saja, tetapi *game* juga dapat dijadikan sebuah media komunikasi. Masyarakat diharapkan sadar bahwa di dalam *game* juga terdapat berbagai pesan yang hendak disampaikan kepada dirinya, sehingga mereka dapat lebih selektif dalam menerima pesan-pesan tersebut.

Dalam konteks penelitian ini, penulis mengharapkan agar pemain *game* dapat menyadari pesan-pesan kampanye politik yang terdapat di dalam kedua *game* tersebut, dan menyeleksi berbagai pesan yang telah di terimanya, agar para pemain *game* tidak langsung atau terlalu mudah terpengaruh atas pesan-pesan kampanye politik tersebut. Penulis berharap agar seluruh pemain *game* dapat lebih kritis dan selektif atas berbagai pesan kampanye politik yang terdapat di dalam *game*.

## Ucapan Terima Kasih

Peneliti menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah turut membantu dalam terlaksananya penelitian ini sampai dengan selesai. Kepada dosen pembimbing, keluarga, dan teman-teman.

## Daftar Pustaka

- Argenti, Paul A. (2010). *Komunikasi korporat: corporate communication*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Bungin, Burhan. (2006). *Sosiologi komunikasi teori, paradigma, dan diskursus teknologi komunikasi di masyarakat*. Jakarta: Kencana.

- Butterick, Keith. (2013). *Pengantar public relations: teori dan praktik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Coombs, W. Timothy. (1999). *Ongoing crisis communication; planning, managing, and responding*. California: SAGE Publications, Inc.
- Cutlip, Center, & Broom. (2006). *Effective public relations*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Jefkins, Frank. (2003). *Public relations*. Jakarta: Erlangga.
- Nova, Firsan. (2009). *Crisis public relations bagaimana pr menangani krisis perusahaan*. Jakarta: Grasindo
- Purwanto, Djoko. (2011). *Komunikasi bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Windriati, Fiki Astuti. (2011). *Analisa Manajemen Krisis PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Pontianak Dalam Peristiwa Tenggelamnya Kapal Di Alur Pelayaran Pelabuhan*. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Veteran Yogyakarta