

## **Membedah Mitos Budaya Massa dalam Pilpres 2024: Tinjauan Semiotika Roland Barthes**

### ***Dissecting Mass Culture Myths in the 2024 Presidential Election: Review of Roland Barthes' Semiotics***

**Grace Heidy Jane Amanda Wattimena<sup>1)</sup>, Iswahyu Pranawukir<sup>2)</sup>**

<sup>1)</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi /LSPR Institute of Communication & Business

<sup>2)</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi /Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957

Diterima Tanggal Bulan Tahun / Disetujui Tanggal Bulan Tahun

Email: [grace.hjaw@lspr.edu](mailto:grace.hjaw@lspr.edu)

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk “membedah” mitos budaya massa yang muncul dalam konteks Pilpres 2024, yakni “Pemilu Curang” melalui tinjauan semiotika Roland Barthes. Teori dan metode yang digunakan adalah analisis semiotika Barthes, yang berfokus pada aspek denotasi dan konotasi dalam pembentukan mitos. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media massa memiliki peran krusial dalam membangun narasi, visualisasi dan simbolisasi yang berkontribusi pada pembentukan mitos budaya massa “Pemilu Curang”. Analisis konotasi mengungkapkan adanya bias ideologis dalam mitos-mitos ini, yang dipengaruhi oleh afiliasi politik, kepentingan ekonomi dan norma-norma sosial, sehingga mitos “Pemilu Curang” menjadi otomatisasi proses Pilpres. Penelitian ini juga menyoroti manipulasi simbol dalam memperkuat mitos budaya massa. Para aktor politik menggunakan simbol-simbol untuk membangkitkan respon emosional dan membentuk hubungan dengan ide atau nilai tertentu, sehingga “Pemilu Curang” dapat dijustifikasi terjadi, meskipun sulit ditemukan fakta sosialnya. Dampak mitos budaya massa tersebut terhadap pengambilan keputusan pemilih sangat signifikan, karena dapat mempengaruhi cara pemilih memandang kandidat politik dan kebijakan yang mereka usung. Pembahasan penelitian membagi periode mitos dalam kurun waktu sebelum pemilihan, menjelang pemilihan (hari tenang) dan pasca pemilihan. Sebelum pemilihan identik dengan konstruksi lembaga survei atas pemilu satu putaran, menjelang pemilihan identik dengan film “Dirty Vote” dan pasca pemilihan identik dengan hasil Sidang Mahkamah Konstitusi. Dalam ketiga periode tersebut, mitos “Pemilu Curang” mengarah pada *grand design* eksekutif yang sanggup menaklukkan legislatif dan yudikatif. Pasca keputusan KPU dan MK dalam Pilpres 2024, denotasinya: pihak yang kalah tidak mudah menerima kekalahan, konotasinya: Pilpres 2024 tidak *legitimate* dan mitos kecurangan penyelenggara yang TSM (Terstruktur, Sistematis, Masif)

**Kata Kunci:** Mitos Pilpres 2024, Budaya Massa, Semiotika Barthes

#### **ABSTRACT**

This study aims to "dissect" the mass culture myth that emerged in the context of the 2024 Presidential Election, namely "Fraudulent Election" through a review of Roland Barthes' semiotics. The theory and method used is Barthes' semiotic analysis, which focuses on the denotative and connotative aspects in the formation of myths. The results of the study show that the mass media has a crucial role in building narratives, visualizations and symbolizations that contribute to the formation of the mass culture myth of "Fraudulent Election". Connotation analysis reveals the existence of ideological bias in these myths, which are influenced by political affiliations, economic interests and social norms, so that the myth of "Fraudulent Election" becomes an automation of the Presidential Election process. This study also highlights the manipulation of symbols in strengthening mass culture myths. Political actors use symbols to evoke emotional responses and form relationships with certain ideas or values, so that "Fraudulent Election" can be justified as happening, even though it is difficult to find social facts. The impact of these mass culture myths on voter decision making is very significant, because it can influence the way voters view political candidates and the policies they promote. The discussion of the research divides the myth period into the period before the election, before the election (quiet day)

and after the election. Before the election is identical to the construction of survey institutions on a single-round election, before the election is identical to the film "Dirty Vote" and after the election is identical to the results of the Constitutional Court Hearing. In all three periods, the myth of "Fraudulent Elections" leads to the grand design of the executive that is able to conquer the legislature and the judiciary. After the decision of the KPU and MK in the 2024 Presidential Election, the denotation: the losing party does not easily accept defeat, the connotation: the 2024 Presidential Election is not legitimate and the myth of fraud by the organizers is TSM (Structured, Systematic, Massive)

**Keywords:** Myth of the 2024 Presidential Election, Mass Culture, Barthes' Semiotics

## PENDAHULUAN

Pemilihan Presiden (Pilpres) merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam demokrasi suatu negara. Hal ini dapat memengaruhi pembentukan politik, kebijakan dan perubahan sosial. Dalam Pilpres, peran media massa sangat signifikan dalam membentuk dan menyebarkan informasi, narasi dan citraan kepada masyarakat umum. Namun demikian, sejak dari awal, Pilpres seringkali dihadapkan pada mitos budaya massa yang dapat mempengaruhi pengam-bilan keputusan pemilih. Mitos tersebut adalah "dugaan kecurangan". Dari sejak berdirinya republik ini, tidak pernah ada wacana pemilu bersih tanpa cacat cela, bahkan sudah timbul semacam otomatisasi, bahwa pihak yang menang merupakan aktor pelaku kecurangan dan demikian sebaliknya.

Di lain pihak, Pemilihan Presiden (Pilpres) merupakan salah satu momentum penting dalam sejarah demokrasi Indonesia, yang secara reguler diselenggarakan setiap lima tahun sekali. Pilpres 2024 merupakan ajang kontestasi politik yang akan menentukan arah kepemimpinan nasional untuk periode 2024-2029. Sebagai pesta demokrasi terbesar di Indonesia, Pilpres 2024 menjadi sorotan publik, media dan akademisi, tidak hanya di dalam negeri tetapi juga di kancah global.

Dalam konteks Pilpres 2024, fenomena mitos budaya massa menjadi isu sentral yang sangat strategis untuk

diperhatikan, karena berkaitan dengan legitimasi kepemimpinan. Mitos budaya massa, sebagaimana dianalisis oleh pemikir semiotika Roland Barthes, merujuk pada konstruksi makna yang dipengaruhi oleh ideologi, kepentingan dan norma sosial dominan. Mitos-mitos ini seringkali hadir dalam bentuk narasi, gambar, citraan visual dan simbol yang beredar di media massa, baik cetak, elektronik maupun digital.

Bagaimanapun juga Pilpres 2024 di Indonesia akan menjadi tonggak sejarah baru, setelah berbagai dinamika politik dan sosial yang terjadi sebelumnya. Pilpres ini tidak hanya berkaitan dengan isu *an sich* pemilihan umum, tetapi muncul isu politik baru, yakni "cawe-cawe". Dalam bahasa media, isu tersebut merupakan mitos atau fakta menjadi sangat urgensif untuk dikaji.

Pilpres 2024 tidak hanya mencerminkan kehendak politik rakyat tetapi juga menjadi panggung di mana berbagai kepentingan politik dan budaya saling berbenturan. Di Indonesia, Pilpres bukan hanya tentang pemilihan pemimpin tertinggi, tetapi juga tentang pertarungan narasi politik, kepentingan ekonomi, identitas budaya dan dominasi kekuasaan.

Mitos budaya massa dalam Pilpres dapat terbentuk karena berbagai faktor, seperti afiliasi politik, kepentingan ekonomi dan norma-norma sosial. Hal ini dapat mempengaruhi pengambilan keputu-san pemilih dan menjadi suatu

tantangan besar dalam proses demokrasi. Oleh karena itu, penelitian tentang mitos budaya massa dalam Pilpres 2024 merupakan hal penting untuk mengungkap mekanisme dan faktor-faktor yang terkait dengan pembentukan mitos tersebut.

Dalam konteks pemilihan presiden, seringkali terbentuk mitos budaya massa yang berperan dalam membentuk opini dan pandangan pemilih. Mitos budaya massa ini dapat terkonstruksi melalui berbagai media massa, seperti: televisi, radio, surat kabar dan media sosial. Mitos budaya massa tersebut dapat mempengaruhi persepsi dan pilihan pemilih, terlepas dari kebenaran objektif atau realitas yang ada.

Dalam setiap kontestasi politik, narasi dan representasi memiliki peran penting dalam membentuk persepsi publik terhadap calon dan isu-isu yang mereka hadirkan. Pilpres, sebagai puncak dari proses politik, seringkali menjadi panggung di mana mitos-mitos budaya massa tumbuh dan berkembang. Mitos-mitos ini tidak hanya mencerminkan realitas politik yang ada, tetapi juga membentuk opini, sikap dan perilaku masyarakat terhadap kandidat dan *platform* politik yang mereka usung.

Budaya massa adalah sebuah fenomena yang semakin dominan dalam kehidupan masyarakat modern. Ia muncul sebagai akibat dari perkembangan teknologi informasi dan media massa yang memungkinkan penyebaran dan konsumsi budaya secara massal. Ciri utama budaya massa adalah sifatnya yang populer, komersial dan bersasaran pada selera serta preferensi masyarakat umum. Produk-produk budaya massa seperti film, televisi, musik dan majalah dirancang untuk menarik minat khalayak luas, sehingga seringkali terkesan dangkal dan kurang mendalam dibandingkan budaya tinggi.

Meskipun demikian, budaya massa memiliki pengaruh yang kuat dalam membentuk selera, gaya hidup bahkan identitas budaya suatu masyarakat. Ia menyeragamkan selera dan menciptakan homogenitas dalam konsumsi budaya, yang terkadang dapat menggerus keberagaman dan keunikan budaya lokal. Namun demikian, bagi sebagian besar masyarakat, budaya massa menjadi pilihan utama karena sifatnya yang populer, mudah diakses dan mampu memenuhi kebutuhan hiburan serta konsumsi massal.

Melihat dinamisasi sosial budaya tersebut, Pilpres 2024 di Indonesia, menjadi semakin kompleks dengan perkembangan teknologi informasi dan media sosial yang semakin masif. Melalui media massa dan platform digital, narasi-narasi politik dapat menyebar dengan cepat dan luas, memengaruhi persepsi publik dalam skala yang belum pernah terjadi sebelumnya. Dalam melihat fenomena ini, pendekatan semiotika Roland Barthes, menurut observasi peneliti, dapat memberikan wawasan yang mendalam, sehingga mendidik publik untuk lebih memahami bagaimana mitos-mitos budaya massa dibangun, dipertahankan dan diartikan dalam konteks Pilpres 2024.

Analisis semiotika Roland Barthes menjadi relevan dalam konteks ini karena dapat membantu “membedah”, memahami dan membongkar mitos budaya massa yang muncul dalam Pilpres 2024. Semiotika Barthes memandang mitos sebagai bentuk pesan budaya yang mempengaruhi cara komunikator memahami dunia. Mitos budaya massa dapat berupa narasi, simbol, gambar atau bahkan perilaku yang dihasilkan oleh media dan praktik komunikasi yang ada.

Roland Barthes, seorang sarjana semiotika terkemuka, menawarkan kerangka teoritis yang sangat faktual dalam memahami mitos-mitos budaya massa. Menurut Barthes, mitos tidak hanya mengacu pada cerita-cerita kuno, tetapi juga pada konstruksi budaya yang digunakan untuk memperkuat dan mempertahankan struktur kekuasaan. Dengan menerapkan pendekatan semiotika Barthes, komunikator dapat mengurai tanda-tanda dan simbol-simbol yang terkandung dalam narasi politik, serta memahami bagaimana makna-makna ini diinterpretasikan oleh masyarakat.

Secara teoritis, dinamika budaya massa memang sangat berpengaruh pada proses politik, termasuk dalam Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024. *Pertama*, kandidat-kandidat di Pilpres 2024 cenderung akan memanfaatkan media massa dan budaya populer untuk menjangkau pemilih secara luas. Mereka akan berusaha membangun citra, pesan, dan narasi yang menarik secara massal melalui berbagai saluran media, seperti televisi, media sosial, dan hiburan populer. Kandidat yang mampu memanfaatkan tren dan selera budaya massa secara efektif berpeluang mendapatkan perhatian dan dukungan yang lebih luas.

*Kedua*, isu-isu yang menjadi fokus kampanye bisa saja cenderung ke arah yang lebih populis, instan dan berfokus pada kebutuhan dan preferensi masyarakat umum, daripada isu-isu substansial dan mendalam. Hal ini untuk menyesuaikan dengan karakteristik budaya massa yang menginginkan pesan-pesan yang sederhana, mudah dicerna, dan menarik secara emosional.

*Ketiga*, persaingan antar kandidat bisa semakin terfokus pada aspek-aspek citra, branding dan visualisasi yang menarik secara massal, daripada pada

program, visi dan gagasan-gagasan yang inovatif. Kandidat yang lebih mahir memanfaatkan budaya populer dan media massa akan memiliki keunggulan kompetitif.

Di sisi lain, potensi pengaruh budaya massa juga bisa diimbangi oleh meningkatnya kesadaran kritis pemilih dan upaya-upaya untuk mengedepankan substansi serta isu-isu yang lebih fundamental dalam Pilpres 2024. Dinamika ini akan menarik untuk dicermati lebih lanjut. Permasalahannya adalah kesadaran kritis tersebut tidak terbentuk, akibat membanjirnya logika massa yang terus dimabukkan oleh informasi.

Fenomena “mabuk informasi” ini dipengaruhi oleh beberapa faktor. *Pertama*, meningkatnya peran media sosial dalam membentuk opini publik selama masa kampanye Pilpres. Media sosial telah menjadi platform yang semakin dominan bagi para kandidat untuk menyampaikan pesan dan memobilisasi dukungan.

*Kedua*, munculnya isu-isu yang belum terverifikasi secara luas di media sosial. Viralnya informasi yang belum tentu faktual ini dapat mendistorsi pemahaman publik dan memicu kontroversi serta konflik.

*Ketiga*, penggunaan media sosial untuk melakukan kampanye hitam. Penyebaran informasi negatif dan upaya-upaya perusakan citra kandidat melalui media sosial dapat mempengaruhi perilaku pemilih secara signifikan.

*Keempat*, potensi media sosial untuk memperkuat polarisasi pemilih. Platform-platform media sosial cenderung memfasilitasi pembentukan ruang-ruang ideologis yang terisolasi, sehingga mempersulit dialog politik yang sehat.

Oleh sebab itu, penelitian ini penting dilakukan karena dampak budaya massa di media sosial terhadap kualitas demokrasi sangat potensial. Distorsi informasi, konflik dan perilaku pemilih yang tidak sehat dapat mengancam integritas proses Pemilihan Umum di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana mitos budaya massa "Pemilu Curang" dihasilkan dan mempengaruhi persepsi serta pilihan pemilih dalam konteks pemilihan presiden. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga tentang peran mitos budaya massa dalam politik dan membantu pemilih dalam memperoleh pemahaman yang lebih kritis dan objektif dalam "membaca" Pilpres 2024.

Teori semiotika Roland Barthes merupakan kontribusi penting dalam pemahaman tanda dan makna dalam budaya. Barthes mengembangkan pendekatan semiotika yang lebih luas dengan menekankan pentingnya budaya dan ideologi dalam analisis semiotik. Salah satu konsep kunci dalam teori semiotika Barthes adalah konsep "mitos". Menurutnya, mitos adalah bentuk khusus dari tanda-tanda yang mengandung makna budaya yang tersembunyi. Barthes berpendapat bahwa mitos ada di mana-mana dalam budaya sehari-hari dan berperan dalam melestarikan dan memperkuat ideologi tertentu. (Nashichuddin et al., 2018)

Barthes juga membedakan antara "denotasi" dan "konotasi". Denotasi merujuk pada makna literal atau deskriptif suatu tanda, sementara konotasi merujuk pada makna yang terkait dengan asosiasi budaya dan nilai-nilai yang melekat pada tanda tersebut. Misalnya, sebuah gambar iklan dengan seorang pria tampan yang mengendarai

mobil mewah dapat memiliki denotasi sebagai representasi seseorang yang kaya dan sukses, tetapi juga memiliki konotasi sebagai simbol status sosial dan daya tarik. Selain itu, Barthes juga mengemukakan konsep "intertekstualitas". Intertekstualitas mengacu pada hubungan dan referensi antara berbagai teks, baik teks verbal maupun nonverbal. Menurut Barthes, teks-teks saling terhubung dan saling mempengaruhi satu sama lain dalam menciptakan makna. (Poti, 2019)

Dalam pemikirannya, Barthes menggunakan pendekatan semiotika budaya untuk menganalisis berbagai fenomena budaya seperti iklan, fotografi, mode, sastra dan media massa. Ia melihat budaya sebagai sistem tanda yang kompleks yang perlu diungkapkan dan dipahami melalui analisis semiotik yang kritis. Pemikiran Barthes tentang semiotika telah memberikan kontribusi besar dalam pemahaman tanda dan makna dalam budaya. Konsep-konsepnya tentang mitos, denotasi, konotasi, dan intertekstualitas telah mempengaruhi banyak bidang studi, termasuk studi budaya, kajian media dan teori sastra. (Tinarbuko, 2017)

Berikut adalah beberapa aspek tambahan dari teori semiotika Roland Barthes: (Maulida Laily Kusuma Wati et al., 2023) (Dian Wulandari, 2023)

1. Kematian Pengarang. Barthes terkenal dengan pernyataan "kematian pengarang," yang berargumen bahwa makna suatu teks tidak boleh terbatas pada niat pengarang. Menurut Barthes, setelah sebuah teks dilepaskan ke dunia, teks tersebut terbuka untuk interpretasi oleh pembaca, dan pengalaman pribadi dan konteks budaya mereka memainkan peran penting dalam membentuk makna teks tersebut.

2. Teks yang Dapat Dibaca dan Teks yang Dapat Ditulis. Barthes membedakan antara teks yang "dapat dibaca" dan teks yang "dapat ditulis". Teks yang dapat dibaca adalah teks yang konvensional, linear dan mudah dikonsumsi oleh pembaca. Teks ini tidak membutuhkan partisipasi atau interpretasi aktif. Di sisi lain, teks yang dapat ditulis adalah teks yang terbuka, mengundang partisipasi pembaca, dan mendorong interpretasi yang beragam. Barthes menganggap teks yang dapat ditulis lebih membebaskan dan mengundang keterlibatan intelektual.

3. Mitologi. Barthes menerbitkan kumpulan esai berjudul "Mythologies" di mana ia menganalisis berbagai aspek budaya kontemporer, seperti produk konsumen, ikon populer dan norma sosial. Ia berargumen bahwa fenomena budaya ini diisi dengan makna tersembunyi dan ideologi. Melalui analisis semiotik, Barthes berusaha mengungkapkan mitos-mitos yang mendasari pemahaman kita tentang dunia.

4. Semiotika Fotografi. Barthes menerapkan analisis semiotik pada bidang fotografi. Dalam bukunya yang berpengaruh, "Camera Lucida," ia menjelajahi sifat fotografi sebagai medium dan membahas konsep "studium" dan "punctum." Studium merujuk pada interpretasi yang dipengaruhi budaya terhadap sebuah foto, sementara punctum merupakan detail yang secara pribadi menarik perhatian pemirsa.

5. Kenikmatan Teks. Dalam karya-karyanya yang lebih terakhir, Barthes mempelajari konsep pleasure dalam membaca teks. Ia mengeksplorasi aspek emosionalitas dalam membaca dan berargumen melawan pandangan bahwa membaca hanya tentang mengambil makna. Barthes menekankan pentingnya

menikmati proses membaca itu sendiri, merangkul bahasa dan terlibat secara emosional dengan teks.

Adapun teori budaya massa adalah pendekatan dalam studi budaya yang mempelajari produksi, distribusi dan konsumsi budaya populer yang dihasilkan oleh industri media massa. Teori ini berfokus pada bagaimana media massa, seperti televisi, film, musik dan media sosial, mempengaruhi dan membentuk budaya kontemporer. (Zakiah et al., 2019)

Berikut adalah beberapa konsep dan teori yang terkait dengan teori budaya massa: (Listiyana Syafitri Daulay et al., 2020) (Sucahya, 2013) (Raka, 2020)

1. Hegemoni. Konsep ini dikembangkan oleh teoretikus Italia Antonio Gramsci. Hegemoni merujuk pada dominasi kelompok atau kelas sosial tertentu dalam masyarakat yang mempengaruhi dan mengendalikan cara berpikir, nilai, dan norma dalam budaya massa. Media massa dapat berperan dalam memperkuat hegemoni tersebut dengan menyebarkan ideologi dan nilai-nilai dominan.

2. Komodifikasi. Teori ini berpendapat bahwa budaya massa mengubah budaya menjadi komoditas yang dapat dibeli dan dijual. Produk budaya seperti lagu, film, dan merchandise menjadi objek perdagangan dan industri yang menghasilkan keuntungan. Dalam proses ini, nilai estetika dan artistik seringkali dikompromikan untuk memenuhi kebutuhan pasar.

3. Budaya konsumsi. Teori budaya konsumsi menyatakan bahwa budaya massa didorong oleh keinginan konsumen untuk mengonsumsi dan memperoleh produk budaya. Budaya konsumsi menekankan peran konsumen dalam membentuk dan menciptakan

budaya populer, di mana preferensi dan pilihan konsumen mempengaruhi produksi dan penawaran produk budaya.

4. Represi dan resistensi. Teori ini melihat hubungan antara budaya massa dan masyarakat sebagai arena di mana terjadi tarik-menarik antara kekuasaan yang menindas dan upaya resistensi dari masyarakat. Budaya massa dapat berfungsi sebagai alat dominasi dan kontrol sosial, tetapi juga dapat menjadi sumber perlawanan dan subversi terhadap kekuasaan yang ada.

5. Efek media. Teori ini berfokus pada bagaimana media massa mempengaruhi perilaku, sikap dan persepsi individu dan masyarakat. Teori ini juga mencakup konsep seperti efek langsung (misalnya, efek pemodelan dan efek pembelajaran), efek jangka panjang (misalnya, efek sosialisasi dan pembentukan identitas), serta peran media dalam membentuk opini publik dan politik.

M. Kanzunudin dalam “Semiotic Analysis of Roland Barthes at ‘Ibu’ Poetry by D. Zawawi Imron” (Kanzunudin, 2022), merumuskan struktur fisik dan mental serta mengungkap kode hermeneutik, kode semimik atau konotatif, kode simbolik, kode profetik, dan kode budaya atau budaya berdasarkan teori Roland Barthes. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan metode analisis semiotika berdasarkan teori Roland Barthes. Puisi “Ibu” mempunyai struktur fisik berupa diksi, imajinasi atau kiasan, kata konkrit, majas atau bahasa kiasan, verifikasi, dan tipografi. Struktur batin mempunyai tema (rasa), perasaan, nada, suasana, dan pesan. Hal ini menunjukkan bahwa puisi “Ibu” mempunyai kekuatan baik dari segi fisik maupun mental. Berdasarkan semiotika Roland Barthes, ditemukan kode hermeneutik, kode semimik atau konotatif, kode simbolik,

kode profetik, dan kode kultural atau budaya setelah menganalisis puisi “Ibu”.

Selanjutnya Reny Atika Asya'roni dalam “Analisis Semiotika Roland Barthes pada Kesenian Rodat Boyolali” (Atika & Roni, 2023), menyatakan bahwa setiap daerah pasti mempunyai ciri khas, budaya dan keseniannya masing-masing. Contohnya adalah Kesenian Rodat yang berasal dari Boyolali. Hingga saat ini kesenian Rodat masih dilestarikan oleh masyarakat Boyolali dengan tetap dipentaskan di era modern ini. Kesenian Rodat menganut ajaran Islam dan berkolaborasi dengan lirik budaya Jawa. Ciri khas dan menarik dari Rodat Art adalah masyarakat berdakwah namun melalui pertunjukan yang menciptakan suasana meriah. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis makna denotatif, makna konotatif, mitos dan ideologi seni Rodat. Dari penelitian ini dapat ditarik hasil atau kesimpulan mengenai makna denotatif kesenian Rodat yang memuat serangkaian kegiatan dalam berdakwah dengan menggunakan akulturasi budaya, dimana apa yang dilihat (secara visual) selalu ditandai melalui gerak tubuh atau gerak tubuh, busana atau pakaian dan warna. Makna verbalnya ditandai dengan doa dan audionya ditandai dengan rebana. Terdapat makna konotatif yang erat kaitannya dengan ajaran Islam, seperti: puisi, syahadat, puisi Sholawat dan puisi Jawa Sunan Kalijaga. Banyak mitos dan ideologi yang disebut hierophanies, merupakan ekspresi keagamaan kolektif, religiusitas dan agama berperan sebagai sistem budaya.

Berikutnya, Melati et al, dalam “Makna Simbol-Simbol Budaya dalam Prosesi Adat Pernikahan di Kabupaten Dompu Kajian Semiotika (Roland Barthes)” (Putri, 2019) mengangkat

permasalahan tentang makna simbol budaya dalam ritual adat pernikahan di Dompu dengan menggunakan pendekatan semiotika (Roland Barthes) dan makna simbol budaya dalam ritual adat pernikahan di Dompu dengan menggunakan pendekatan semiotika (Roland Barthes). Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan simbol-simbol budaya dalam ritual adat pernikahan di Dompu dengan menggunakan pendekatan semiotika (Roland Barthes) dan pemaknaan simbol-simbol budaya dalam ritual adat pernikahan di Dompu dengan menggunakan pendekatan semiotika (Roland Barthes). Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi, wawancara, pencatatan, dan dokumentasi. Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif Roland Barthes. Hasil penelitian ini berupa deskripsi data semiotika Roland Barthes. Kemudian peneliti mendapatkan kesimpulan bahwa proses ritual adat perkawinan meliputi *wa'a mama, kalondo bunti siwe, boho oi baru, kapanca, mboho oi ndeu, dan nenggu* maka dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya perkawinan adalah sesuatu yang dibangun dari keimanan dan kesetiaan. Oleh karena itu, sebelum kedua mempelai berjanji untuk saling mencintai sampai akhir, mereka harus melakukan beberapa ritual untuk menjaga hubungan kedua keluarga. Oleh karena itu, ritual *nika ro neku* penting diadakan dalam rangka mengucapkan syukur kepada Tuhan dengan momen kebahagiaan ini.

Sementara itu, Nurdin, UT UPBJJ Mataram dalam "Analisis Semiotik Roland Barthes Terhadap Busana Rimpu Wanita Bima" (Nurdin, 2021) menunjukkan bahwa Busana Rimpu sebagai Bagian dari Ritual Keagamaan Rimpu merupakan busana pengganti

kerudung yang dikenakan oleh perempuan muslim dari suku Mbojo yang tinggal di Kabupaten Bima, Kota Bima, dan Kabupaten Dompu, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Budaya busana rimpu ini sudah ada sejak masuknya Islam dan berdirinya kesultanan Bima.

## METODE PENELITIAN

Objek konkret penelitian ini adalah mitos budaya massa "Pemilu Curang" yang muncul dalam konteks Pilpres 2024. Mitos ini merupakan konstruksi narasi, visualisasi, dan simbolisasi yang berkembang di media massa terkait adanya kecurangan dalam Pilpres 2024. Penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, yang berfokus pada aspek denotasi dan konotasi dalam pembentukan mitos.

Analisis semiotika mencakup pembentukan mitos "Pemilu Curang" yang dapat diidentifikasi dalam tiga periode waktu. Sebelum pemilihan, mitos ini identik dengan konstruksi lembaga survei atas pemilu satu putaran. Menjelang pemilihan (hari tenang), mitos ini identik dengan film "Dirty Vote". Sementara itu, pasca pemilihan, mitos ini identik dengan hasil Sidang Mahkamah Konstitusi. Secara denotasi, mitos ini menunjukkan bahwa pihak yang kalah tidak mudah menerima kekalahan. Namun, secara konotasi, mitos ini mengarah pada anggapan bahwa Pilpres 2024 tidak *legitimate* dan terdapat mitos kecurangan penyelenggara yang terstruktur, sistematis, dan masif.

Desain penelitian menggunakan Semiotika Roland Barthes yang dilakukan dengan memperhatikan beberapa konsep penting. Berikut adalah beberapa langkah yang diambil:

1. Identifikasi Tanda-Tanda. Langkah pertama adalah mengidentifikasi tanda-tanda yang terdapat dalam konteks Pilpres 2024. Tanda-tanda ini dapat berupa kata-kata, gambar, simbol atau bahkan perilaku yang dihasilkan oleh media massa atau praktik komunikasi terkait pemilihan presiden. Misalnya, ucapan politisi, iklan kampanye, logo partai politik atau tindakan kampanye.

2. Analisis Denotasi dan Konotasi. Setelah tanda-tanda diidentifikasi, langkah berikutnya adalah menganalisis denotasi dan konotasi dari tanda-tanda tersebut. Denotasi merujuk pada makna literal dari suatu tanda, sedangkan konotasi merujuk pada makna yang terkandung di balik tanda tersebut, yang seringkali bersifat simbolis atau ideologis. Dalam konteks mitos budaya massa, konotasi seringkali berhubungan dengan citra, pesan atau narasi tertentu yang dihasilkan oleh tanda-tanda tersebut.

3. Identifikasi Mitos Budaya Massa. Berdasarkan analisis konotasi tanda-tanda, langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi mitos budaya massa yang terkandung dalam tanda-tanda tersebut. Mitos budaya massa adalah bentuk pesan budaya yang menciptakan dan memperkuat pandangan, nilai atau persepsi tertentu dalam masyarakat. Mitos budaya massa seringkali mengandung ideologi dan bias tertentu yang bisa mempengaruhi persepsi dan pilihan pemilih.

4. Analisis Fungsi dan Dampak Mitos. Setelah mitos budaya massa diidentifikasi, langkah berikutnya adalah menganalisis fungsi dan dampak mitos tersebut dalam konteks Pilpres 2024. Bagaimana mitos tersebut mempengaruhi persepsi dan pilihan pemilih? Bagaimana mitos tersebut dihasilkan dan didistribusikan melalui

media dan praktik komunikasi? Apakah mitos tersebut memperkuat atau mempertanyakan narasi politik yang ada?

5. Kritik dan Dekonstruksi Mitos. Langkah terakhir adalah melakukan kritik dan dekonstruksi terhadap mitos budaya massa yang ditemukan. Dekonstruksi melibatkan analisis kritis terhadap mitos dan mengungkapkan bagaimana mitos tersebut dibangun, serta bagaimana mereka mempengaruhi pandangan dan keputusan pemilih. Kritik terhadap mitos budaya massa membantu pemilih untuk melihat melampaui narasi yang dihasilkan oleh mitos tersebut dan memperoleh pemahaman yang lebih kritis dan objektif.

Dengan menerapkan langkah-langkah tersebut, semiotika Roland Barthes dapat menjadi pendekatan yang kuat untuk menganalisis mitos budaya massa dalam konteks Pilpres 2024. Melalui analisis semiotika Barthes, peneliti dapat memahami bagaimana mitos budaya massa dihasilkan, didistribusikan dan mempengaruhi pandangan dan keputusan pemilih dalam pemilihan presiden.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Fenomena Sebelum Pencoblosan

Dalam iklan kampanye politik Pilpres 2024, terdapat beberapa terminologi konotasi dan makna tersembunyi yang dapat ditemukan:

1. Penggunaan warna. Pemilihan warna dalam iklan kampanye politik Pilpres 2024 dapat memiliki konotasi dan makna tersembunyi. Misalnya, penggunaan warna merah sering dikaitkan dengan kekuatan, keberanian atau semangat, sementara warna biru dapat mencerminkan stabilitas, kepercayaan atau kedamaian. Pemilihan warna tersebut dapat mempengaruhi

persepsi dan emosi pemirsa terhadap calon presiden atau pesan yang disampaikan. Hal ini tampak pada warna paslon 01 yang menghijau, 02 yang menguning dan 03 yang memerah. Demikian pula pilihan warna partai anak muda PSI (Partai Solidaritas Indonesia)

2. Simbol-simbol visual. Iklan kampanye politik Pilpres 2024 sering menggunakan simbol-simbol visual yang dapat memiliki konotasi dan makna tersembunyi. Misalnya, penggunaan bendera nasional dapat menggambarkan patriotisme atau kesetiaan kepada negara. Penggunaan simbol seperti burung merpati yang terbang bebas dapat menggambarkan perdamaian atau kebebasan. Beberapa momentum kampanye, para polisi atau justru para pendemo mengenakan ikat kepala merah putih untuk menunjukkan visi dan misi kebangsaan.

3. Narasi atau slogan. Narasi atau slogan yang digunakan dalam iklan kampanye politik Pilpres 2024 juga dapat memiliki konotasi dan makna tersembunyi. Misalnya, penggunaan kata-kata seperti "perubahan," "misi," atau "keadilan" dapat membangkitkan asosiasi positif pada pemirsa dan mengekspresikan nilai-nilai atau tujuan yang diinginkan oleh kandidat.

4. Pemilihan lokasi atau latar belakang Pilpres 2024. Lingkungan atau latar belakang yang ditampilkan dalam iklan kampanye politik juga dapat memiliki konotasi dan makna tersembunyi. Misalnya, penggunaan latar belakang yang menggambarkan masyarakat yang makmur dan bahagia dapat mencerminkan janji-janji kemakmuran atau kebahagiaan yang ingin disampaikan oleh calon.

5. Musik atau suara latar. Musik atau suara latar dalam iklan kampanye politik dapat memberikan konotasi dan makna

tersembunyi. Misalnya, penggunaan musik orkestra yang epik dan megah dapat memberikan kesan kebesaran atau keberanian, sementara penggunaan musik yang lembut dan emosional dapat menciptakan ikatan emosional dengan pemirsa.

Penggunaan simbol-simbol visual dalam iklan kampanye politik dapat memiliki beberapa efek yang signifikan. Berikut ini adalah beberapa efek umum yang dapat muncul:

1. Meningkatkan daya tarik visual. Simbol-simbol visual yang kuat dan menarik dapat membuat iklan kampanye politik menjadi lebih menonjol dan memikat perhatian pemirsa. Simbol-simbol tersebut dapat mencakup gambar, logo, atau ikon yang secara visual menarik dan membedakan iklan dari yang lainnya. Hal ini tampak pada iklan berbagai pasangan dengan atribut yang berbeda-beda. Pasangan 01 lebih memilih penampilan formal dengan jas dan kopiah, pasangan 02 lebih memilih penampilan populer, dengan memakai kemeja serta pasangan 03 yang berjaket dengan stiker SAT SET – TAS TES.

2. Memperkuat identitas dan pesan. Simbol-simbol visual dapat digunakan untuk memperkuat identitas kandidat atau partai politik yang diwakilinya. Simbol-simbol tertentu dapat dengan cepat mengidentifikasi kandidat atau partai politik tersebut dalam benak pemirsa dan mengkomunikasikan pesan atau nilai-nilai yang mereka usung. Dalam Pilpres 2024 masih tampak adanya identitas biner, kelompok Islamisme dan Abangan.

3. Membangun asosiasi emosional. Simbol-simbol visual dalam iklan kampanye politik dapat membangun asosiasi emosional dengan pemirsa. Misalnya, penggunaan lambang nasional atau simbol kebangsaan dapat

membangkitkan rasa patriotisme atau kesetiaan kepada negara. Hal ini dapat memengaruhi pemirsa secara emosional dan memperkuat ikatan mereka dengan kandidat atau partai politik yang menggunakan simbol-simbol tersebut. Hal ini ditampilkan dengan penggunaan ikat kepala dan bendera partai.

4. Menyampaikan pesan kompleks secara singkat. Simbol-simbol visual dapat digunakan untuk menyampaikan pesan yang kompleks secara singkat dan mudah dipahami. Dalam iklan kampanye politik yang memiliki batasan waktu, simbol-simbol visual dapat menjadi cara yang efektif untuk mengomunikasikan pesan yang kuat dan memikat dengan cepat. Dalam Pilpres 2024, misalnya terdapat "Ibu Kota Negara tetap Jakarta", artinya mengambil *bargaining position* "kritis" terhadap pemerintah.

5. Meningkatkan daya ingat. Simbol-simbol visual yang kuat dan berkesan dalam iklan kampanye politik dapat membantu meningkatkan daya ingat pemirsa. Publik cenderung lebih mudah mengingat gambar atau simbol daripada teks atau informasi yang disampaikan dalam bentuk verbal. Penggunaan simbol-simbol visual yang tepat dapat membantu pesan kampanye politik tetap teringat dalam pikiran pemirsa.

Adapun beberapa contoh mitos yang terjadi antara lain:

1. "Pemilu akan dipengaruhi oleh kekuatan asing." Negasi, pemilu yang adil dan bebas dari campur tangan asing adalah prinsip demokrasi yang penting. Namun, jika tidak ada bukti yang mendukung klaim adanya campur tangan asing yang signifikan dalam Pilpres 2024, mitos tersebut tidak memiliki dasar yang kuat.

2. "Sistem elektronik pemilu rentan terhadap manipulasi dan kecurangan." Negasi, sistem elektronik pemilu yang

baik dirancang dengan langkah-langkah keamanan yang ketat untuk mencegah manipulasi dan kecurangan. Pemerintah biasanya melibatkan ahli keamanan teknologi untuk memastikan bahwa sistem tersebut terlindungi secara memadai.

3. "Daftar pemilih dipenuhi dengan pemilih palsu atau orang yang tidak berhak memilih." Negasi, pemerintah biasanya memiliki mekanisme dan prosedur verifikasi yang ketat untuk memastikan bahwa daftar pemilih hanya berisi orang-orang yang memenuhi syarat dan berhak untuk memilih. Mekanisme tersebut mencakup pendaftaran yang valid dan proses identifikasi yang memadai.

4. "Kandidat tertentu memiliki keunggulan karena mereka dapat memanipulasi sistem pemilu." Negasi, sistem pemilu yang baik didesain untuk mencegah kecurangan dan memberikan kesempatan yang adil bagi semua kandidat. Pihak berwenang bertanggung jawab untuk mengawasi dan memastikan integritas pemilu, serta menindak tegas pelanggaran yang terjadi.

### **Konotasi Integritas Lembaga Survei dalam *Filter Bubble***

Media sosial memiliki peran yang signifikan dalam pembentukan mitos budaya massa dalam konteks Pilpres 2024. Hasil survei Pilpres yang pada dekade sebelumnya dianggap langkah objektif dan ilmiah, pada Pilpres 2024 justru hanya dianggap sebagai konten penggiringan massa. Hal ini disebabkan oleh:

1. Penyebaran Cepat dan Luas. Media sosial memungkinkan informasi dan narasi politik menyebar dengan cepat dan luas di antara pengguna. Pesan-pesan politik yang mendukung atau menentang

kandidat tertentu dapat dengan mudah diunggah, dibagikan dan disebar oleh pengguna media sosial. Proses ini mempercepat dan memperluas jangkauan mitos bahwa pasangan 01 yang unggul atau pasangan 03, meskipun dalam rekap resmi dimenangkan 02. Demikian pula persoalan “Pilpres Satu atau Dua Putaran”.

2. Efek *filter bubble*. Media sosial sering memberikan pengalaman pengguna yang disesuaikan berdasarkan preferensi dan perilaku mereka. Algoritma media sosial cenderung menampilkan konten yang sejalan dengan pandangan politik dan preferensi pengguna. Hal ini mengakibatkan terbentuknya "*filter bubble*", yakni pengguna hanya terpapar pada sudut pandang yang sejalan dengan keyakinan mereka sendiri. Dalam konteks Pilpres 2024, hal ini dapat memperkuat mitos budaya massa yang sesuai dengan sudut pandang politik masing-masing pengguna, serta membatasi akses mereka terhadap informasi yang beragam. Pilpres 2024 diwarnai dengan kontroversial dukungan terhadap hak angket.

3. Disinformasi dan Hoaks. Media sosial juga merupakan tempat yang rentan terhadap disinformasi dan hoaks. Informasi yang salah atau tidak akurat dapat dengan mudah menyebar di media sosial dan menjadi bagian dari mitos budaya massa. Pada masa kampanye politik, informasi yang salah atau manipulatif dapat digunakan untuk mempengaruhi persepsi publik terhadap kandidat tertentu atau isu-isu politik yang relevan dengan Pilpres 2024.

4. Pengaruh Influencer. Media sosial telah menciptakan fenomena influencer yang memiliki pengaruh besar terhadap pengikut mereka. Influencer politik dapat memanfaatkan platform media sosial untuk memperkuat mitos budaya massa

yang mendukung atau menentang kandidat tertentu. Mereka dapat menggunakan popularitas dan pengaruh mereka untuk mempengaruhi opini dan sikap pengikut mereka terhadap isu-isu politik yang penting dalam Pilpres 2024.

5. Interaksi dan Partisipasi Publik. Media sosial memberikan ruang bagi interaksi dan partisipasi publik yang lebih luas dalam diskusi politik. Hal ini memungkinkan pengguna media sosial untuk berbagi pendapat, mendukung atau menentang kandidat tertentu, serta berpartisipasi dalam pembentukan narasi politik. Interaksi ini dapat memperkuat mitos budaya massa yang berkembang dalam komunitas pengguna media sosial, serta mempengaruhi persepsi publik secara keseluruhan.

Adapun dampak dari *filter bubble* dalam Pilpres 2024 menyebabkan dugaan “kecurangan dalam pemilu”, tidak memberikan himbuan edukatif pada masyarakat untuk mengambil langkah-langkah yang tepat dalam melaporkan dan menangani masalah tersebut, misalnya: mengumpulkan bukti, melaporkan ke lembaga yang berwenang, melibatkan Pengawas Pemilu, melaporkan ke Otoritas Hukum atau mencari dukungan objektif, misalnya kepada organisasi masyarakat sipil, seperti LSM atau kelompok advokasi.

Anggapan bahwa semua Lembaga pemerintah tidak dipercaya, menyebabkan tahapan pengajuan laporan, proses investigasi dan mekanisme penyelesaian sengketa pemilu justru menjadi mitos asal kecurangan. Padahal, melaporkan dugaan kecurangan (dengan bukti yang kuat) merupakan langkah penting untuk menjaga integritas pemilu dan demokrasi, serta memastikan bahwa suara rakyat dihormati.

## Fenomena Menjelang Pencoblosan

Film “Dirty Vote” justru terpublikasi secara masif di saat masa tenang Pilpres 2024. Filosofi di balik film ini mengarah pada narasi sistem korupsi yang sudah berpilin kelindan dengan arah kemenangan salah satu calon pasangan presiden. Seorang akademisi terkemuka merefleksikan film “Dirty Vote” dalam isu skenario koruptif yang sangat berbahaya, bahkan berpotensi menjadikan negara tidak aman.

“Korupsi yang paling berbahaya itu bukan uang, tapi korupsi dalam sistem. Akan lebih sulit dibasmi, atau bahkan sekedar dideteksi. Untuk itu, saya harap kita semua juga ikut berkomitmen mewujudkan pemilu yang aman dan demokratis” (Wawan, <https://fisipol.ugm.ac.id>)

Dalam bahasa Barthes, teks tersebut memiliki konten konotatif bahwa negara dalam kondisi genting, seluruhnya melakukan korupsi dan demokrasi sudah tidak dapat diandalkan sama sekali. Mitosnya adalah Pemilu yang tidak aman, akan *chaos*. Dalam hal ini, konotasi dan mitos tersebut berdampak pada *filter bubble*:

1. Polaritas Opini. *Filter bubble* yang cenderung membatasi akses pengguna media sosial terhadap sudut pandang yang beragam dan berbeda-beda, telah mengarahkan pengguna, hanya terpapar pada pandangan yang sejalan dengan keyakinan mereka sendiri. Akibatnya, pengguna media sosial cenderung menjadi lebih terpolarisasi secara politik dan memiliki persepsi yang sangat berbeda tentang kandidat, isu-isu politik dan Pilpres 2024 secara keseluruhan.

2. Konfirmasi Bias. *Filter bubble* dapat menguatkan konfirmasi bias, yaitu kecenderungan manusia untuk mencari

dan mempertahankan informasi yang sejalan dengan keyakinan yang sudah ada sebelumnya. Pengguna media sosial yang terjebak dalam *filter bubble* mungkin cenderung mencari dan mendukung informasi yang memvalidasi pandangan mereka sendiri, sementara mereka mengabaikan atau menolak informasi yang bertentangan. Hal ini dapat mengurangi kemampuan pengguna untuk mempertimbangkan sudut pandang lain dan memperdalam pemahaman mereka tentang isu-isu politik yang kompleks.

3. Kurangnya Informasi yang Seimbang. *Filter bubble* menyebabkan pengguna media sosial kehilangan akses terhadap informasi yang seimbang dan beragam. Mereka hanya terpapar pada satu sisi dari cerita politik atau hanya mendapatkan sudut pandang yang terbatas. Ketidakseimbangan ini dapat menghambat kemampuan pengguna untuk membuat keputusan yang informasional dan rasional dalam Pilpres 2024, karena mereka tidak memiliki akses penuh terhadap berbagai perspektif dan negasi yang relevan.

4. Meningkatnya Konflik dan Ketegangan. *Filter bubble* dapat memperkuat perbedaan dan pertentangan antara kelompok-kelompok dengan pandangan politik yang berbeda. Pengguna media sosial yang terjebak dalam *filter bubble* dapat menjadi lebih keras dan kurang toleran terhadap pandangan politik yang bertentangan. Hal ini dapat meningkatkan konflik, ketegangan dan retorika yang polarisasi dalam debat publik seputar Pilpres 2024.

5. Manipulasi dan Disinformasi yang Lebih Mudah. *Filter bubble* juga membuat pengguna media sosial lebih rentan terhadap manipulasi dan disinformasi. Dalam lingkungan yang terpolarisasi, informasi yang salah atau manipulatif mungkin lebih mudah diterima tanpa kritis dan tanpa

melakukan verifikasi yang memadai. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang berkepentingan untuk mempengaruhi persepsi publik tentang kandidat, isu-isu politik, atau Pilpres 2024 secara keseluruhan.

Dalam konteks Pilpres 2024, adanya *filter bubble* dapat memperumit proses demokrasi dengan menghambat pemahaman yang komprehensif dan pemilihan yang berdasarkan informasi yang seimbang. Oleh karena itu, penting bagi pengguna media sosial untuk menyadari eksistensi *filter bubble* dan aktif berusaha mencari perspektif yang beragam dan memverifikasi informasi sebelum membentuk opini dan membuat keputusan politik. Sayangnya kampanye literasi semacam ini sangat minim.

## Fenomena Pasca Keputusan KPU dan MK

KPU dan MK telah memproduksi teks yang harus dimaknai secara denotatif, akibat dasar-dasar dan proses yang demikian terbuka. Namun demikian, justru dalam Pilpres 2024, “produksi teks denotatif tentang akhir dari Pilpres 2024” banyak diwarnai polarisasi yang cenderung berkelanjutan.

Logika publik atas KPU dan MK memiliki *das sollen* adanya sinergi dan harmonisasi kembali pasca polarisasi. Aspek polarisasi terus terjadi, akibat makna-makna denotatif komunikasi yang terkalahkan oleh konstruksi kepentingan masing-masing paslon:

1. Kurangnya Program Literasi Media. Meningkatkan literasi media di kalangan masyarakat adalah langkah penting dalam mengurangi polarisasi dan konflik politik. Edukasi yang melibatkan keterampilan kritis, seperti kemampuan memverifikasi sumber informasi, mengenali bias, dan memahami

mekanisme media, dapat membantu individu dalam mengonsumsi informasi secara cerdas dan rasional.

2. Kurangnya Upaya Mendorong Pemahaman yang Mendalam. Mendorong pemahaman yang mendalam tentang isu-isu politik dan sosial dapat membantu menghindari generalisasi yang menyederhanakan kompleksitas permasalahan. Menggalakkan diskusi terbuka dan mendalam, baik secara *online* maupun *offline*, sehingga berbagai pandangan didengarkan dan dipertimbangkan, dapat membantu mengurangi polarisasi dan konflik.

3. Kurangnya Upaya Membangun Jembatan Antarkelompok. Membangun jembatan antarkelompok dengan mengadakan pertemuan atau dialog antara kelompok yang berbeda pandangan politik bisa membantu memperkuat pemahaman, mengurangi stereotip dan mempromosikan kerjasama. Mendorong kerjasama dan kolaborasi dalam proyek-proyek yang melintasi batasan politik juga dapat membantu mengurangi polarisasi.

4. Kurangnya Upaya Memoderasi Ruang Diskusi *Online*. Pengelola media sosial dan platform *online* dapat memainkan peran penting dalam mencegah polarisasi dan konflik politik dengan menerapkan kebijakan yang membatasi penyebaran disinformasi, memoderasi konten yang merusak dan menghormati kebebasan berpendapat yang bertanggung jawab. Mendorong pengguna untuk berpartisipasi dalam diskusi yang beradab dan menghargai pendapat orang lain juga penting.

5. Kurangnya Upaya Mengedepankan Pemimpin yang Berkomitmen pada Dialog. Pemimpin politik dan masyarakat sipil yang berkomitmen pada dialog dan persatuan dapat memainkan peran penting dalam mengurangi

polarisasi. Memilih pemimpin yang mampu mempromosikan kerja sama dan menghargai perbedaan pendapat dapat membantu menciptakan lingkungan yang lebih inklusif dan harmonis.

6. Kurangnya Upaya Pendidikan Demokrasi dan Toleransi. Men-dorong pendidikan demokrasi dan toleransi sejak dini adalah investasi jangka panjang dalam mencegah polarisasi dan konflik politik di budaya massa. Pendidikan yang mengajarkan pentingnya mendengarkan, menghargai perbedaan dan memahami prinsip-prinsip demokrasi dapat membantu membangun masyarakat yang lebih inklusif dan bertoleransi.

Jadi, mengurangi polarisasi dan konflik politik membutuhkan upaya kolektif dari individu, pemimpin dan lembaga. Mengedepankan dialog, pemahaman dan kerjasama adalah kunci dalam menciptakan budaya massa yang lebih inklusif dan harmonis. Sayangnya pasca keputusan MK dan KPU, konstruksi narasi "Pemilu Curang" masih dominan. Hal ini tentu sangat berdampak pada debat publik tentang legitimasi Pilpres 2024.

Persepsi atau klaim yang berkembang dalam masyarakat terkait perilaku atau pola pikir tertentu yang terkait dengan budaya massa, telah melahirkan berbagai mitos dalam Pilpres 2024:

1. "Budaya massa secara inheren terbagi menjadi kubu-kubu yang saling bertentangan dan tidak ada ruang untuk dialog." Negasi: budaya massa tidak selalu terbagi menjadi kubu-kubu yang saling bertentangan. Ada keberagaman pendapat dan pemikiran di antara anggota budaya massa, dan banyak individu yang terbuka untuk berpartisipasi dalam dialog yang konstruktif. Persepsi ini seringkali

menggeneralisasi dan tidak mempertimbangkan keragaman pemikiran dalam budaya massa.

2. "Budaya massa cenderung terlibat dalam konflik politik karena kurangnya pemahaman atau ketidakpedulian politik." Negasi, tidak semua anggota budaya massa kurang memahami atau tidak peduli terhadap politik. Ada individu-individu dalam budaya massa yang memiliki pemahaman yang mendalam tentang masalah politik dan aktif dalam partisipasi politik. Adanya konflik politik dapat disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk perbedaan pendapat dalam masyarakat yang demokratis.

3. "Budaya massa mudah dipengaruhi oleh retorika politik yang radikal atau ekstrem." Negasi, budaya massa tidak secara inheren mudah dipengaruhi oleh retorika politik yang radikal atau ekstrem. Individu-individu dalam budaya massa memiliki keberagaman sikap dan pandangan politik. Meskipun ada anggota budaya massa yang dapat dipengaruhi oleh retorika ekstrem, banyak juga yang mampu mengambil keputusan yang berdasarkan pada informasi yang obyektif dan pemikiran yang kritis.

4. "Budaya massa seringkali terlibat dalam tindakan kekerasan atau konfrontasi sebagai respons terhadap konflik politik." Negasi, tidak semua anggota budaya massa terlibat dalam tindakan kekerasan atau konfrontasi sebagai respons terhadap konflik politik. Kebanyakan individu dalam budaya massa mengekspresikan pendapat mereka melalui saluran yang konstruktif, seperti partisipasi dalam pemilihan, aksi protes damai, atau melalui media sosial. Persepsi ini sering kali menggeneralisasi dan mengabaikan mayoritas individu yang secara damai mengekspresikan pandangan tentang "Pemilu Curang".

## SIMPULAN

Mitos budaya massa “Pemilu Curang” cenderung menemukan legitimasinya dalam pilpres 2024. “Pemilu Curang” akhirnya menjadi mitos yang eksis, terstruktur, masif, sistematis akibat dari konstruksi realitas, antara lain:

1. Peran Media. Platform media seperti televisi, radio, media sosial dan media cetak memainkan peran krusial dalam membangun narasi, gambar dan simbol yang berkontribusi pada pembentukan dan penguatan mitos-mitos ini.

2. Bias Ideologis. Bias ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti afiliasi politik, kepentingan ekonomi atau norma-norma sosial.

3. Manipulasi Simbol. Partai politik dan kandidat seringkali menggunakan simbol, seperti bendera, warna atau logo, untuk membangkitkan respon emosional dan membentuk hubungan dengan ide atau nilai tertentu.

4. Kurangnya Upaya Segenap Elemen Kontestasi terhadap Literasi Berpikir Kritis.

“Pemilu Curang” pada akhirnya dapat menjadi mitos budaya yang sulit bergeser, jika dampak *filter bubble* dalam Pilpres 2024 tidak berubah. Hal ini membutuhkan upaya kolaboratif dari pengguna media sosial, perusahaan media sosial dan pemerintah. Dengan kesadaran, pendidikan dan tindakan yang tepat, publik dapat membuka ruang yang lebih luas untuk dialog politik yang beragam dan mempromosikan pemahaman yang lebih baik dan mendalam.

Mitos “Pilpres Curang” secara denotatif sulit ditemukan legitimasi

sosialnya, terlebih lagi pasca keputusan KPU dan MK. Sebaliknya, secara konotatif dapat ditemukan legitimasi sosialnya, berdasarkan korelasi kekuasaan “*cawe-cawe*” dan perubahan-perubahan teks keputusan MK dalam proses penentuan pasangan calon Pilpres 2024. Pada akhirnya, ranah mitos budaya massa dalam bidang politik melahirkan mitos baru, Pilpres 2024 tidak *legitimate*, Lembaga Survei tidak *legitimate*, Yudikatif tidak *legitimate*. Sebuah fenomena budaya saintifik-filosofis, yakni perdebatan berkelanjutan antara legitimasi kebenaran dan kebebasan ilmiah.

## SARAN

Berikut adalah beberapa langkah yang dapat diambil untuk mengurangi dampak *filter bubble*:

1. Kesadaran Pengguna. Mereka harus menyadari bahwa algoritma media sosial cenderung menampilkan konten yang sejalan dengan pandangan yang sudah ada, dan bahwa mereka perlu mencari perspektif yang beragam secara aktif.

2. Diversifikasi Sumber Informasi. Pengguna media sosial dapat memperluas cakupan informasi yang mereka terima dengan mengikuti dan berinteraksi dengan akun-akun yang mewakili berbagai sudut pandang politik.

3. Verifikasi Informasi. Penting bagi pengguna media sosial untuk memverifikasi informasi sebelum mereka membagikannya atau mempercayainya.

4. Berdiskusi dengan Orang Lain. Interaksi langsung dengan orang-orang yang memiliki pandangan politik yang berbeda dapat membantu mengurangi *filter bubble*.

5. Edukasi Literasi Digital. Pendidikan dan literasi digital yang baik dapat membantu pengguna media sosial mengembangkan kemampuan untuk mengenali disinformasi, hoaks dan manipulasi.

6. Transparansi Algoritma. Perusahaan media sosial dapat meningkatkan transparansi mengenai algoritma mereka. Hal ini termasuk memberikan pengguna opsi untuk mengatur preferensi mereka secara lebih terbuka, serta memberikan penjelasan tentang bagaimana algoritma mempengaruhi konten yang ditampilkan.

7. Regulasi dan Pengawasan. Pemerintah dan lembaga terkait perlu mempertimbangkan langkah-langkah regulasi dan pengawasan yang mempromosikan transparansi, keadilan dan keragaman dalam lingkungan media sosial. Langkah-langkah ini dapat melibatkan pemantauan dan pengawasan terhadap praktik-praktik yang memperkuat *filter bubble*.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, C. et al, (2023). Analisis Semiotika Roland Barthes Pesan Moral Dalam Islam Pada Iklan Aqua: “Sambut Keباikān Ramadhan Bersama Aqua” Di Instagram Pada Tahun 2021. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 2(1), 30–44. <https://doi.org/10.47431/jkp.v2i1.260>
- Atika, R., & Roni, A. (2023). ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA KESENIAN RODAT BOYOLALI Roland Barthes Semiotic Analysis Of Rodat Boyolali Arts. *Nusantara Hasana Journal*, 2(9), 1–13.
- Caesariano, L., Wulandari, Y. F., & ... (2022). Representasi Maskulin Jokowi Pada# JKWVLOG Tinju Dalam Analisis Semiotika Roland Barthes. ... *Communication ...*, 1(3), 182–191.
- [http://www.jurnalprisanicendekia.com/index.php/jbc/article/view/75%0Ahttp://www.jurnalprisanicendekia.com/index.php/jbc/article/download/75/86](http://www.jurnalprisani.cendekia.com/index.php/jbc/article/view/75%0Ahttp://www.jurnalprisanicendekia.com/index.php/jbc/article/download/75/86)
- Dian Wulandari. (2023). Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan Tv Beng-Beng 'Makan Langsung Vs Makan Dingin'. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(04), 182–188. <https://doi.org/10.56127/jukim.v2i04.625>
- Kanzunudin, M. (2022). ANALISIS SEMIOTIK ROLAND BARTHES PADA PUISI ‘IBU’ KARYA D. ZAWAWI IMRON (Semiotic Analysis of Roland Barthes at “Ibu” Poetry by D. Zawawi Imron). *Sawerigading*, 28(2). <https://doi.org/10.26499/sawer.v28i2.1040>
- Listiyana Syafitri Daulay, Rahmanita Ginting, & Arifin Saleh. (2020). Komunikasi Pariwisata Pihak Pemerintah, Pengelola, Dan Masyarakat Dalam Mengembangkan Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal di Kota Padangsidempuan. *Talenta Conference Series: Local Wisdom, Social, and Arts (LWSA)*, 3(1). <https://doi.org/10.32734/lwsa.v3i1.809>
- Wati, et al. (2023). Analisis Semiotika Roland Barthes dan Nilai Moral dalam Film Pendek Tilik 2018 Karya Wahyu Agung Prasetya. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra*, 9(2), 1306–1315. <https://doi.org/10.30605/onoma.v9i2.3023>
- Nashichuddin, M., Rifki, M. G., & Lifca P., P. (2018). Makna Dan Transmisi Mantra Pemanggilan Arwah Kesenian Jawa Bantengandaerah Mburing Malang Jawa Timur. *Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia*, 6(1), 57. <https://doi.org/10.30659/j.6.1.57-64>
- Nurdin, N. (2021). Analisis Semiotik Roland Barthes Terhadap Busana

- Rimpu Wanita Bima. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 7(3), 699–707. <https://doi.org/10.58258/jime.v7i3.2670>
- Poti, J. (2019). Ekonomi Politik, Media Dan Ruang Publik. *Semiotika*, 13(2), 200–206. <http://journal.ubm.ac.id/>
- Ningsih, P. et al. (2023). Representasi Etika Jurnalistik Investigasi Dalam Film Shattered Glass Karya Billy Ray (Analisis Semiotika Roland Barthes). *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 3(1), 252. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i1.627>
- Putri, T. (2019). Makna Simbol-Symbol Budaya Dalam Prosesi Adat Pernikahan Di Kabupaten Dompu Kajian Semiotika (Roland Barthes). *Kopula: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pendidikan*, 1(2), 92–103. <https://doi.org/10.29303/kopula.v1i2.2556>
- Raka, R. R. (2020). Komodifikasi Tri Mandala Desa Wisata Ubud. *Dharma Duta*, 17(2). <https://doi.org/10.33363/dd.v17i2.371>
- Sira, N. Y., & Jatisidi, A. (2021). Analisis Logo Kopi Janji Jiwa Berdasarkan Semiotika Roland Barthes. *Pantarei*. <https://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/view/715%0Ahttps://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/download/715/580>
- Sucahya, M. (2013). Ruang Publik dan Ekonomi Politik Media. *Jurnal Komunikasi*, 2(3), 15–23.
- Tinarbuko, S. (2017). Semiotika Tanda Verbal dan Tanda Visual Iklan Layanan Masyarakat. *Panggung*, 26(2). <https://doi.org/10.26742/panggung.v26i2.175>
- Widayati, D. P., & Nugriani, N. O. (2023). Representasi Personal Branding dalam Film Cruella (Analisa Semiotika Roland Barthes). *Innovative: Journal Of Social Science ...*, 3, 3283–3293. <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/5256%0Ahttps://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/download/5256/3698>
- Zakiah, K., Widya Putri, D., Nurlimah, N., Mulyana, D., & Nurhastuti. (2019). Menjadi Korean Di Indonesia: Mekanisme Perubahan Budaya Indonesia-Korea. *Media Tor*, 12(1).