

Daftar Pustaka

- Littlejohn, Stephen W. 2002. *Theories of Human Communication*. (7ed) USA : Wadworth.
- Moleong, Lexy J. (2008) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Tapscott, Don. (2009). *Grown Up Digital*. New York : Mc-Graw Hill
- Prensky, Marc. 2001. *Digital Natives, Digital Immigrants. From On the Horizon*. MCB University Press, Vol. 9 No. 5, October 2001
- Jenkins, Henry. 2006. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Rogers, E. M., & Storey J. D. 1987. *Communication Campaign*. Dalam C. R. Berger & S.H. Chaffe (Eds.), *Handbook of Communication Science*. New Burry Park, CA: Sage.
- Irwanto. 2006. *Focused Group Discussion (FGD) : Sebuah Pengantar Praktis*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.
- James L. Machor. 2001. *Reception Study: From Literary Theory to Cultural Studies*. Hove (UK) : Psychology Press.
- Severin, Werner J.; Tankard, James W. 2005. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, & Terapan di Dalam Media Massa*, Edisi Ke-5. Jakarta: Kencana.
- Neuman, W. Lawrence. 2000. *Social Research Methods : Qualitative and Quantitative Approaches, 4th edition*. Boston : Allyn and Bacon.
- Pavlik, John V. 2001. *Journalism and New Media*. New York: Columbia University Press.
- Joyce, Marry C. 2010. *Digital Activism Decoded: The New Mechanics of Change*. New York. International Debate Education Association.
- Wahyuni, Hermin Indah. 2008. *Regulasi Media Penyiaran (Media Braodcasting Regulation)*. Yogyakarta. FISIPOL.

HANIF HANINDITO JATI, Budhy Komarul Zaman, Drs., M.Si.
Antar Venus, 2004. *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis Dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekaatam Media

Livingstone, Sonia. 2003. *The Changing Nature of Audience : from the Mass Audience to the Interactive Media User (Online)*. London. LSE Research Online

Nightingale, Virginia. 1996. *Studying Audiences: The Shock of the Real*. London. Routledge.

Kirsch, Steven J.. 2010. *Media & Youth, A Developmental Perspective*. West Sussex. Blackwell Publishing.

Kirsch, Steven J.. 2012. *Children, Adolescents, and Media Violence : A Critical Look at The Research*. California. SAGE.

N. Howard, Phillip. 2006. *New Media Campaigns and The Managed Citizen (Communication, Science, and Politics)*. New York. Cambridge University Press.

Castells, Manuel. 2009. *Communication Power*. New York. Oxford University Press.

- **Jurnal**

Arumpac, Aelan Biruar. 2006. A ResearchPaper on Cyberculture and Virtual Politics dalam Asia Culture Forum.

Mintargo, Wisnu. 2003. Lagu Propaganda dalam Revolusi Indonesia: 1945-1949, *Humaniora* Vol.15 (105-114). Yogyakarta. FIB UGM.

Hirzi, Azis Taufik. 2011. Sentik dalam Musik dan Politik, *MIMBAR* Vol.XXVII (31-38). Bandung. FIK UIB.

Cayari, Christopher. 2011. *The Youtube Effects: How Youtube Has Provided New Ways to Consume, Create, and Share Music* dalam *International Journal of Education and The Arts*. Illinois.University of Illinois.

Adi, Tri Nugroho. 2012. Mengkai Khalayak Media dengan Metode Penelitian Resepsi. Purwokerto. UNSOED.

Komunikasi. Jakarta. Universitas Indonesia.

Shogan, Colleen J.. 2010. *Blackberries, Tweets, and YouTube: Technology and The Future of Communicating with Congress*. Washington. APSA.

Tumenggung, Adeline M., Nugroho, Yanuar. 2005. *Go! Young Progressives in Southeast Asia*. Filipina. FES.

UNDP. 2013. *Youth, Political Participation and Decision Making*. New York. UNDP.

Budiman, Maneke; Mangoenkoesoemo, Yuka D.N.; Wardhani, P. Ayu Indah; and Utami, Nila Ayu. 2012. *Youth, Future Agents of Change or Guardians of Establishment in New Enemy of the State: Youth in Post-New Order Indonesia*. Singapura. Konrad-Adenenur-Stiftung.

S. Mesch, Gustavo. 2009. The Internet and Youth Culture. *The Hedgehog Review*, Vol. 11, No. 1, Spring 2009, 50-60

Narendra, Pitra (ed). 2008. *Metodologi Riset Komunikasi : Panduan untuk Melaksanakan Penelitian Komunikasi*. Yogyakarta : Balai Pengkajian dan Pengembangan Informasi (BPPI) IV Yogyakarta dan Pusat Kajian Media dan Budaya Populer (PKMBP)

Koentjoro. 2005. "Metode Triangulasi: Sebuah Pendekatan Holistik dalam Memahami Fenomena Sosial dan Konstruksi Psikologis". Makalah. Disampaikan dalam Pelatihan Metodologi Penelitian Tingkat Lanjut di Universitas Islam Indonesia, 18 Januari 2006.

Hall, Eleanor. 2009. *Politics in The Youtube Age: Transforming The Political and Media Culture?*. University of Oxford. Oxford.

Statistik Perusahaan Informasi dan Komunikasi. 2014. Jakarta. BPS.

Tapsell, Ross. 2014. *Platform Convergence in Indonesia: Challenges and Opportunities for Media Freedom* dalam *Convergence: International Journal of Research Tinto New Media Technologies Vol.2* 182-197. California. SAGE.

Kahne, Joseph; Middaugh, Ellen. 2012. *Digital Media Shapes Youth Participation in Politics*. Phi Delta Kappa International.

HANIF HANINDITO JATI, Budhy Komarul Zaman, Drs., M.Si.
Kahne, Joseph, Middaugh, Ellen, T. Bower, Benjamin. 2014. *Youth Comprehension of Political Messages in Youtube Video dalam New Media Society 1-20*. SAGE.

Bolter, Jay David. 2003. *Theory and Practice in New Media Studies*. Massachusetts MIT Press Cambrigde.

Livingstone, Sonia; Das, Ranjana. 2009. *The End of Audiences? Theoretical Echoes of Receptions Amidst The Uncertainties of Use*. London. LSE Research.

- **Pustaka Web**

Youtube Positioning oleh Venturebeat. Tersip pada alamat situs "<http://www.venturebeat.com/2014/09/04/study-in-social-advertising-youtube-converts-more-customers-than-anyone-else/>". Diakses pada 15 Januari 2016, Pukul 10.03 WIB.

Haider, Huma. 2011. *Helpdesk Research Report: Social Media and Reform Networks, Protest, Social Movement and Coalitions*. Tersip dalam "<http://www.gsdr.org/docs/open/HD764.pdf>". Diakses pada 9 Februari 2016, Pukul 10.23 WIB.

Muhammad, Roby. *Gerakan Sosial Digital*. Tersip dalam "http://www.berita.liputan6.com/read/249966/gerakan_sosial_digital". Diakses pada 9 Februari 2016, Pukul 10.34 WIB.

Digital in Numbers oleh Seno Pramudji. Tersip pada alamat <http://www.slideshare.net/senopramudji/digital-in-numbers-indonesia-compilation> Diakses pada 23 Februari 2016, Pukul 22.13 WIB.

Youtube Insight oleh Google. Tersip pada "<http://www.google.com/think/youtube-insight>". Diakses pada 23 Februari 2016, Pukul 22.42 WIB.

How Mobile Video Can Drive The Future of Brand Marketing oleh Google. Tersip pada ["http://www.google.com/think/how-mobile-video-can-drive-the-future-of-brand-marketing"](http://www.google.com/think/how-mobile-video-can-drive-the-future-of-brand-marketing). Diakses pada 23 Februari 2016, Pukul 22.51 WIB.

Data Sensus Penduduk oleh BKKBN. Tersip pada alamat situs ["http://www.bkkbn.go.id/kependudukan/Pages/DataSensus/Sensus_Penduduk/Penduduk/Jumlah_Penduduk_2010/Nasional.aspx"](http://www.bkkbn.go.id/kependudukan/Pages/DataSensus/Sensus_Penduduk/Penduduk/Jumlah_Penduduk_2010/Nasional.aspx). Diakses pada 24 Februari 2016, Pukul 00.21 WIB.

Sejarah Seni Musik sebagai Media Propaganda di Indonesia oleh El Hendrie Tersip pada alamat ["http://www.el-rocknrevolt.blogspot.co.id/2010/01/sejarah-seni-musik-sebagai-media.html"](http://www.el-rocknrevolt.blogspot.co.id/2010/01/sejarah-seni-musik-sebagai-media.html). Diakses pada 1 Maret 2016, Pukul 22.54 WIB.

Malik, Mohammad. 2015. Pengertian Ciri-Ciri Budaya Politik Partisipan. Tersip dalam ["http://simplenews05.blogspot.co.id/2015/05/pengertian-dan-ciri-ciri-budaya-politik_91.html"](http://simplenews05.blogspot.co.id/2015/05/pengertian-dan-ciri-ciri-budaya-politik_91.html). Diakses pada 3 Maret 2016, Pukul 12.13 WIB.

Factor that Impact Your Positioning in a Youtube Search oleh Sempo.org. Tersip pada alamat situs ["http://blog.sempo.org/2014/02/factors-that-impact-your-positioning-in-a-youtube-search/"](http://blog.sempo.org/2014/02/factors-that-impact-your-positioning-in-a-youtube-search/). Diakses pada 3 Maret 2016, Pukul 12.15 WIB.

Panduan Wawancara

A. Perilaku menonton video di Youtube

1. Seberapa sering informan mengakses Youtube?
2. Bagaimana peran Youtube bagi informan sebagai media?
3. Pentingkah Youtube bagi informan?
4. Dimana informan mengakses situs Youtube?
5. Apakah Youtube memberikan informasi yang cukup bagi informan?
6. Saat mengakses video tersebut informan menggunakan media atau penyeranta tertentu?
7. Dalam aktivitas menonton video tersebut apakah informan langsung menuju kepada tautan video tersebut atau karena mendapat saran/rekomendasi tautan saat memutar video lain?
8. Apakah informan mendapatkan tautan dari situs lain?
9. Apakah informan mendapatkan tautan dari platform media sosial lain?
10. Apakah informan tertarik untuk menuju tautan tersebut?
11. Apakah informan memperhatikan sumber atau akun yang mengunggah video tertentu?
12. Kapan aja informan mengakses Youtube ?
13. Mendownload?
14. Like?
15. Subscribe?

untuk apa saja?

B. Ekspose Terhadap Video Kampanye Marzuki Mohammad di situs Youtube

1. Apakah informan sudah pernah melihat video kampanye dari Marzuki Mohammad yang diunggah di situs Youtube?
2. Apakah informan pernah mendapatkan saran/rekomendasi tautan video saat mengakses situs Youtube?
3. Berapa kali informan menonton tayangan video kampanye tersebut saat mengakses situs Youtube?
4. Seberapa sering saran/rekomendasi tautan video kampanye tersebut muncul saat informan mengakses Youtube?
5. Apakah informan mengenal sosok Marzuki Mohammad pada video kampanye tersebut?
6. Seberapa jauh informan mengenal Marzuki Mohammad?
7. Apakah informan menjadi penggemar Marzuki Mohamad?
8. Apakah hubungan dekat mempengaruhi daya pilih informan?
9. Bagaimana tanggapan informan atas kehadiran video ini?
(penting/perlu/bagus)
10. Dari mana informan mendapatkan informasi pertama untuk mengakses video tersebut?

kenyamanan atau ketidaknyamanan yang dirasakannya?

C. Interaktivitas dan keterikatan sebagai pemilih pemula

1. Apakah informan melakukan pengulangan kunjungan pada situs dan kanal video tersebut?
2. Mengapa informan melakukan hal tersebut?
3. Apakah Youtube menjadi media utama untuk mencari informasi saat masa kampanye presiden?
4. Media apakah yang cenderung dipilih sebagai sarana komunikasi atau sumber informasi saat masa kampanye presiden?
5. Apakah informan menggunakan media komunikasi yang cenderung privat?
6. Apakah informan mendaftar sebagai pemilik akun pada situs Youtube?
7. Apakah informan membaca kolom komentar yang ada dalam situs Youtube?
8. Apakah informan turut berkomentar dalam kolom komentar yang tersedia pada kanal video tersebut?
9. Apakah informan membicarakan pandangan politik secara terbuka kepada orang lain?
10. Apakah informan mengunduh video tersebut?

11. Apakah informan memberikan respons terhadap video tersebut

melalui fitur yang disediakan oleh situs berupa tanda suka atau tidak suka?

12. Apakah video tersebut menginspirasi informan untuk melakukan/menciptakan hal serupa?

13. Apakah informan ingin terlibat dalam proses pembuatan video sejenis?

D. Praktek Resepsi Informan

1. Apakah informan menonton video tersebut atau mendengar kabar/cerita dari orang lain?

2. Dimana informan menonton video tersebut?

3. Apa yang membuat informan tertarik menonton video tersebut?

4. Mengapa informan tertarik?

5. Apa saja struktur pesan yang mampu ditangkap oleh informan dari menonton video tersebut?

6. Bagaimana informan menempatkan peran video tersebut pada proses komunikasi politik?

7. Apakah informan menceritakan kepada orang lain tentang keberadaan video ini?

8. Apakah video kampanye tersebut memberikan pengaruh terhadap hak pilih informan saat Pemilu?

9. Apakah video tersebut kreatif atau menunjukkan aspek kesenian lain?

10. Apa yang menarik dari video tersebut atau bagaimana tanggapan

informan mengenai video tersebut?

11. Apakah video tersebut layak dikatakan sebagai karya?
12. Apakah video tersebut mengganggu?
13. Apakah video tersebut layak untuk ditampilkan/disajikan sebagai media kampanye?
14. Apakah video tersebut mampu mengekspresikan pandangan politik?
15. Apabila dilihat dari aspek keberpihakan, apakah informan mengetahui ada video sejenis dari pesaing?
16. Bagaimana tanggapan informan mengenai video tersebut?
17. Apakah video tersebut mempengaruhi informan?
18. Perlukah proses kampanye melalui Youtube ini dilakukan?
19. Cukupkah proses kampanye melalui Youtube ini dilakukan?



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Kaum Muda, Internet Dan Pemilihan Umum (Analisis Resepsi Pemilih Pemula Pemilu 2014 Terhadap Instrument Kampanye Politik Melalui Situs Bebas Youtube.Com Berjudul Ã¢ï¿½ï¿½ Bersatu Padu Coblos No. 2 versi Marzuki

MohammadÃ¢ï¿½ï¿½ Di Kalangan Mahasiswa Di Yogyakarta)

HANIF HANINDITO JATI, Budhy Komarul Zaman, Drs., M.Si.

Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

TRANSKRIP WAWANCARA

1. Ardiera Pramestika (Dira, 18 tahun)
Komplek Kampus II UPN Yogyakarta
23 Februari 2015, Pukul 13.45 WIB

- Peneliti : Halo, sore Dira...
- Dira : Halo mas Hanif, sore...
- Peneliti : Apakabar nih?
- Dira : Baik mas
- Peneliti : Lagi sibuk apa nih, kayaknya baru bisa ketemu sekarang ya?
- Dira : Hahaha, nggk juga ah mas lagi mau KKN aja
- Peneliti : Oh semangat ya, ini aku wawancara sebentar buat bahan skripsi ya
- Dira : Hahaha ya oke
- Peneliti : Sip, kamu kemarin pertama kali memilih presiden ya?
- Dira : Iya mas
- Peneliti : Berarti kamu termasuk pemilih pemula, karena baru pertama kali ikut pemilu
- Dira : Hahaha iya, tapi pernah ikut pemilihan wali kota, itu nggak termasuk ya?
- Peneliti : Hahaha, ya sebenarnya termasuk sih karena itu juga pemilihan, tapi tidak semua daerah memilih kan, kalau pemilu presiden kan satu negara, nasional. *Btw*, gimana rasanya jadi pemilih pemula?
- Dira : Hahaha, iya mas, ya gimana ya, aneh gimana gitu, biasa aja, tapi kayak ada tantangannya gitu, tapi overall seru sih hahaha gitu lah...
- Peneliti : Hahaha, ok, waktu memilih kemarin itu, kamu ngulik calon-calonnya nggak?
- Dira : Nggak sih, biasa aja
- Peneliti : Nggak ada patokan atau cara khusus ketika ngulik calon presiden ya?
- Dira : Nggak ada sih, nggak gimana-gimana perasaan, nggak ngapa-ngapain malah0.
- Peneliti : Wahaha, gimana caramu untuk ngulik calon-calonnya? Tapi tahu kan calon presidennya siapa aja?
- Dira : Ngerti mas, hahaha, ya ampun.. ya lihat-lihat dari TV paling sama berita aja, atau pas browsing-browsing gitu
- Peneliti : Hahaha, media lain selain TV ada?
- Dira : TV sering ya, karena nggak sengaja nonton juga, paling karena pas lihat film dari TV kabel, ganti-ganti channel terus nggak sengaja nemu berita tentang pemilu itu terus ya udah nggak sengaja lihat sama kalo di sosmed, di timeline Line gitu, sering ada berita juga kan, di Path juga suka ada informasi, ya kadang lucu kadang *wagu* kadang *rese'* juga hahaha
- Peneliti : Gimana itu maksudnya, kadang lucu, kadang *wagu*, kadang *rese'*?
- Dira : Ya kalau di sosmed itu beritanya bisa jadi apa aja kan, dari akun yang lucu ya lucu, dari yang sok tau jadi *wagu-wagu* itu, sama kalo dari

- Peneliti : Kalo dari kamu pribadi paling suka yang mana?
- Dira : hahaha, yang lucu lah, yang santai aja, jangan terlalu serius-serius banget, udah pusing mikirin kuliah, hahaha
- Peneliti : Kayak gimana tu yang lucu?
- Dira : Ya kayak meme-meme berita, terus plesetan-plesetan ga jelas, sama kadang yang humor gitu malah yang paling ngena
- Peneliti : Paling ngena gimana tuh?
- Dira : Kalo yang humor malah kadang kita bisa penasaran kan, ini plesetan ga mungkin ngawur karena kalo salah bisa jadi pelecehan nama baik, jadi yang bikin pasti gabisa ngasal, pasti tetap punya info atau habis ada kejadian gitu, jadi kadang kita juga jadi cari tahu juga habis ada apa
- Peneliti : Berarti Dira cukup memperhatikan isu juga ya? Atau *at least* jadi cari tahu?
- Dira : hahaha, iya juga sih, cuman ya buat sekedar tahu aja, enggak yang gimana-gimana banget, kalo pas keluar juga biar nyambung aja sama orang
- Peneliti : Biasanya paling sering liat apa?
- Dira : apa ya, trailer film, tutorial makeup, tips-tips makeup, lagu, ya apa aja ya, karena di *Youtube* kayaknya semua ada deh hehehe...
- Peneliti : Ada video kampanye di sosmed, ada beberapa juga, kamu ada yang tahu atau yang paling nempel?
- Dira : Hahaha, Ahmad dhani itu yang hitam-hitam gitu kostumnya sama penyanyi-penyanyi jebolan idola itu bawa-bawa burung garuda
- Peneliti : hahaha, langsung ya, yang lain ada?
- Dira : Ada itu yang hip-hop itu, kayaknya sering liat juga orangnya, cuman nggak ngeh juga itu siapa
- Peneliti : Marzuki Mohammad? Kill The DJ? JHF?
- Dira : Oh iya kayak vokalisnya JHF itu, hahaha, tapi gak tau namanya siapa
- Peneliti : hahaha, ya itu Marzuki Mohammad
- Dira : Hooo ya hahaha
- Peneliti : Suka ngeh nggak kalo ada rekomendasi video di samping-samping itu?
- Dira : Iya, biasanya kita suka nemu yang aneh-aneh malahan dari situ
- Peneliti : Kalo pas kampanye kemaren, juga itu, cari tahu dari liat-liat dari daftar putar di samping itu?
- Dira : Iya, sih, paling gampang, pasti dari situ dulu, baru nanti kalo kepikiran apa gitu di ketik sendiri buat di search
- Peneliti : Kalo dibandingin porsinya lebih banyak TV, Koran, atau internet, atau media lain nih semisal Dira nyari berita atau informasi?
- Dira : Banyak di internet sih ya, kalo di TV kita gabisa nyari apa yang kita pengen lebih ke nunggu, tapi kalo di internet kan bebas, bisa cari apa aja dan bisa sharing bareng temen atau dikasih link dari temen gitu
- Peneliti : *Youtube*?

- Dira : ~~Universitas Gadjah Mada, 2014. Kita bisa liat di situ, supplykan berita yang kelewat, misal di tivi kita kelewat ya bisa liat di *Youtube*. Jadi kaya rekamannya bisa kita lihat di *Youtube*, bisa diulang-ulang juga bagian yang kita suka.~~
- Peneliti : Dira, sering juga berarti geliat *Youtube*? Atau ngakses?
- Dira : Ya... sering sih, tiap hari buka *Youtube* lewat hape kalo kepepet, kalo ada laptop sama internet ya pake laptop, atau komputer. malem paling kalo buka ya, pake modem biar ngirit, di rumah sih ada internet jadi pak internet, wifi. Ada-ada aja soalnya yang di *Youtube* tuh, dan kebanyakan memang semua orang banyak upload situ kan sekarang. Jadi apa yang kita mau cari ada videonya sekalian nggak sekedar tulisan sama gambar
- Peneliti : Jadi bisa dikatakan juga ketika Dira mencari informasi di Internet pun juga berinteraksi dengan orang lain?
- Dira : Iya sih, misal kita dapet informasi yang bagus bisa buat ngobrol, chating, sharing, atau sebenarnya ke informasi yang kadang kurang penting tapi lucu dan menghibur dan lebih sering kayak gitu hahaha.. atau kita nemu duluan terus share ke temen juga... atau dari daftar putar yang muncul di samping suka ada yang aneh atau direkomendasiin ke kita
- Peneliti : Internet pada masa kampanye kayak ini gimana sih menurutmu, perannya, fungsinya gitu?
- Dira : Internet itu apa ya, kita kayak bisa melihat lebih banyak hal gak sih, terus bisa tahu macem-macem, terus pas kampanye ini ya jadi tahu informasi politik lebih banyak juga ya, enggak dari TV tok yang kita juga sebenarnya gak tau juga asalnya gimana... Kalo *Youtube*
- Peneliti : Terus dari informasi yang didapat dari internet, apakah berguna buat kamu?
- Dira : Ya bukan terus dikatakan berguna juga ya mas, tapi kayak informasi itu pasti ada aja, jadi nambah, kita jadi lebih tahu banyak hal kadang ya pas dapet sesuatu yang ada manfaatnya kadang juga enggak, atau rugi karena jadi tahu hahaha
- Peneliti : Rugi yang gimana tu?
- Dira : Ya informasi yang kurang penting, atau berita yang kadang isinya malah bukan berita, jadi kita rugi gitu udah baca, udah buka-buka link, atau berita hoax itu
- Peneliti : Gimana caranya kamu bisa percaya satu informasi kalo gitu?
- Dira : Ya liat sumbernya juga, siapa yang ngeluarin atau yang upload juga gitu sih biasanya
- Peneliti : Oke, semasa kampanye gitu, gimana kamu menyikapi atau mencari informasi politik itu buat kamu?
- Dira : Ya dari media-media banyak ya, kalo pas di TV gak ada atau merasa ketinggalan paling liat-liat di *Youtube* karena pasti trending topiknya kan, di sosmed juga bisa nemu banyak, lewat internet banyak sih, terus ya enggak terus mentah-mentah kita baca terus kita percaya juga
- Peneliti : Kenapa gitu?

- Dira : Ya gitu sih, soalnya di internet kita nemu apa yang aslinya apa gitu kan, karena bebas kita bisa nemu apa aja, apalagi buat orang-orang yang bisa ngedit-edit gitu, mereka bisa aja dapet apa jadi apa lagi pas dikeluarkan, jadi ga bisa langsung dipercaya, di facebook sempat kan itu banyak info-info gajelas karena kita suka ngelike atau buka link gajelas gitu yang ternyata virus
- Peneliti : Kalo di media konvensional gimana? Koran gitu, kan dia media cetak tu bukan internet?
- Dira : Ya sama aja sih, sekarang semua orang juga bisa bikin berita bentuknya macam-macam, kalo media cetak yang paling unik ya, gabisa di cetak ulang, padahal masih suka Tho, malah kadang ngakak, bahkan semua media sih sebenarnya
- Peneliti : Kalo pendapatmu tentang kampanye konvensional, konvoi motor, serangan fajar, orasi terbuka, dan segala macam yang pernah kamu liat atau ikut mungkin?
- Dira : konvoi motor itu paling nyebelin sih, nutupin jalan dan berisik, mending kalo aman, kan ada yang suka rese' juga sama orang-orang, serangan fajar itu paling seru sih, kita sampe gak sadar kalo itu serangan fajar, sama kalo orasi terbuka belum pernah dateng sih, cuman waktu itu ada kampanye di alun-alun kayaknya Jokowi, wah males banget, gabisa keluar rumah soalnya
- Peneliti : Kesan tentang kampanye konvensional?
- Dira : Hahaha, gimana ya, lumayan seru juga sebenarnya, pasti rame-rame gitu terus pak atribut-atribut yang aneh-aneh, asal gak berisik mungkin orang-orang pasti menikmati ya, terus kompak gitu. Tapi ya sekarang kalo aku ya biasa aja sakjane, sekarang kampanye udah canggih juga pake internet dan pake video, pake website jadi kesannya udah maju gitu dan bisa kelihatan juga siapa yang lebih organis buat kampanye
- Peneliti : Oke, langkah seperti itu penting gak?
- Dira : Penting ya jadinya, soalnya, kita nggak mungkin duduk aja nonton TV atau baca koran atau dengerin radio terus, makanya browsing jadi kita bisa cari tahu sendiri kan, tapi ya biasa aja sih, asal enggak jadi iklan aja pas ngegame atau yang di *Youtube* terus nggak bisa di skip gitu, ngeselin dan malesin
- Peneliti : Motivasi untuk mencari informasi sendiri buat Dira itu butuh, atau karena temen, keluarga gitu?
- Dira : Ya karena pas momentum kampanye ya, jadi dimana-mana semua orang ngomongin, bahkan di internet, jadi setiap waktu rasanya ngomongin terus gak ada habisnya
- Peneliti : Keluarga sendiri gimana mengelola situasi politik di rumah Dir? Temen-temen juga gimana?
- Dira : Orang tua sekarang juga lebih terbuka ya, kita bisa ngobrol bebas tentang politik, Bapak sering cerita ini-itu, cerita sejarah sama ngasih tau, cuman ya kadang aku sendiri yang lupa, hahaha, santai sih, mereka

- Uga: Mas Hanif, pangeran sih, kalo temen ya sekedar tahu aja kalo kita lagi kampanye presiden, hahahaha
- Peneliti : Kalo gadget yang kamu pake buat internetan apa Dir?
- Dira : Laptop sama HP sih, wifian di kampus atau dirumah
- Peneliti : Tanggapan kamu dengan kampanye digital sekarang ini?
- Dira : Rame ya, rasanya baru aja, fresh, ada yang pake lagu, video klip, *dance* juga, terus websitenya juga bagus sih, niat juga
- Peneliti : Ngakses juga?
- Dira : Hahahaha, enggak sih, cuman liat aja terus udah
- Peneliti : Terus kalo di Youtube sendiri, gimana tanggapanmu?
- Dira : Youtube rame banget sama konten politik, nemu apa aja, kayaknya semua orang bikin gitu, hahaha, tapi jadi menarik sih, ya itu, karena banyak artis yang ikut jadi volunter kali ya jadi kesannya menghibur banget jadinya, padahal kan maksudnya kampanye
- Peneliti : Dira sendiri langganan internet berarti ya?
- Dira : Iya, buat handphone ini bisa sampe 100 ribu sebulan, sama modem juga bisa sampek 250 ribu, jadi nggak bisa download banyak juga sih, kadang tengah bulan mamah lagi kalo tiba-tiba habis
- Peneliti : Perlu nggak Dir, kampanye politik lewat internet ini?
- Dira : Perlu gak perlu sekarang harus pake internet kayaknya sih ya, semua orang juga lebih gampang nemu jadinya, lagian sekarang satu orang satu HP, internetan semua toh kampanyenya rasanya jadi eksklusif, semua orang bisa nonton
- Peneliti : Dengan adanya kampanye digital ini, membuat Dira jadi punya tujuan gak sebagai pemilih pemula atau memunculkan sesuatu yang lain?
- Dira : Hahaha, gak yang terus jadi menentukan milih siapa gitu ya, tapi lebih liat gimana mereka ya, capres-capres itu, kita bisa liat di Internet gimana kampanye mereka, baru nanti baru mikir milih siapa.
- Peneliti : Harapannya dengan kampanye digital ini?
- Dira : Apa ya, internet ini bisa bikin apa aja ya, jadi selain kita harus berani karya atau berbagi kita juga harus hati-hati juga, bebas sih tapi di internet kita juga ga bisa sembarangan. Kampanye digital juga memudahkan kampanye buat mereka karena gampang banget bisa kapan aja untuk kampanye rasanya.

2. Bernadus Dwi Iwan Setyono (Dono, 21 tahun)

Euforia Digital Studio, Baciro, Yogyakarta

23 Februari 2015, Pukul 14.57 WIB

- Peneliti : Malam mas Dono...
- Dono : Malam mas Hanif, wah jadi to ini...
- Peneliti : Mas, masa depan harus jelas mas, hahahaha, nggal lagi sibuk to mas? Lagi nggarap apa ini?

Dono : Ah, ada aja dia itu mau makan (gambar) tengkorak ini mau di kirim ke Taiwan aja, udah hampir kelar juga...

Peneliti : Wah, jos tenan, Iki mas, tentang politik sithik, ban rada serius sithik uripe, hahaha

Dono : Hahaha, wani, wani piro !? hahaha

Peneliti : Kemarin milih presiden pertama ya mas?

Dono : Iya, baru pertama, waktu SBY itu saya nggak milih hahaha, Golput

Peneliti : Lho lhaiyo mas, hahaha, keputusan untuk memilih presiden, terlepas dari mas Dono milih siapa, apakah dari sendiri atau ada pengaruh orang lain?

Dono : Sendiri mas, ya lihat-lihat yang bagus antara dua itu yang ketoke wangun siapa, hahaha

Peneliti : Wah, hahaha, tapi pada akhirnya memilih presiden yang itu, mas Dono juga ngulik juga?

Dono : Mmmm, Nek dibilang ngulik ya nggak tapi nggak buta informasi juga sih

Peneliti : Berarti ngulik walaupun nggak sengaja mungkin ya?

Dono : Iya, bisa dikatakan seperti itu

Peneliti : Sejauh yang bisa mas Dono ingat, kalo pas ngulik itu lewat mana mas? Medianya? Apakah internet, TV, atau ngobrol sama orang lain?

Dono : Ya banyak ya, TV, internet juga, ngobrol-ngobrol juga

Peneliti : Lewat TV pas apa mas?

Dono : Ya kan pas masa kampanye itu banyak ya topik yang membahas tentang capresnya, dari berita sampai ke acara-acara yang nggak jelas semuanya topiknya pemilu, cuma yang paling relevan menurutku ya berita-berita ya, meskipun banyak informasi yang kadang-kadang juga harus di lihat di media lain juga, sekarang kan TV juga nggak selamanya benar meski kadang aktual

Peneliti : Oke, mengikuti tayangan tertentu di TV?

Dono : Nggak sih

Peneliti : Kalo di media lain contohnya dimana mas?

Dono : Youtube, twitter, berita-berita ya, sosial media juga sih, facebook, path

Peneliti : Sosial media yang mas pakai itu aktif atau bagaimana? Konteksnya adalah setiap hari diakses? Atau sekedar punya akun?

Dono : Kalau yang tadi aku sebut itu aktif sih, tiap hari paling nggak pasti buka, sekedar scroll-scroll aja, biasanya ada video baru yang terlihat menarik, kalau nggak ada materi upload ya buka-buka aja cari-cari yang baru aja atau nonton lagi yang udah pernah di tonton

Peneliti : Aku concern ke Youtube sih mas sebenarnya, kalau Youtube sendiri mas Dono juga aktif?

Dono : Aktif ya, tapi jarang upload sendiri, karena aku kebetulan juga ada kerjaan videografi jadi yang diupload ya kerjaannya aja, belum bisa di posting sendiri

Peneliti : ada akun juga berarti?

Dono : Ya ada

Peneliti : Setiap hari yang dibuka apa aja mas?

- Dono : Ya kan mas, itu lagu Maaf, apa aja lah yang menarik
- Peneliti : Bisa lebih spesifik mungkin yang menarik apa aja?
- Dono : Mmmm, ini ya buka-buka komunitas-komunitas video, video blog, video klip yang baru-baru, And-band indie, film pendek, video binatang goblok, hahaha, epic win, epic fail juga, hahaha
- Peneliti : Wahaha, oke, video kampanye Juki pernah lihat mas?
- Dono : Oh pernah, yang dia sendirian pak kemeja putih itu?
- Peneliti : Ya, benar mas, menurut mas Dono itu gimana mas? Kan mas Dono juga penggiat videografi kebetulan nih
- Dono : Simple ya, dia nggak neko-neko produksinya, tapi materinya jelas, dan lagunya bikin sendiri, jadi karya yang sederhana tapi tepat guna
- Peneliti : Apa yang menurut mas Dono menarik dari video itu?
- Dono : Ya konsepnya justru menarik, dia membuat video kampanye berupa lagu, memanfaatkan apa yang dia miliki sebagai musisi hip-hop, reputasinya juga lumayan ya, jadi saya pikir mudah dikenali orang, misal yang lain kan tetap menggunakan source yang ada atau pake lagu yang udah ada, memang sama-sama bagus ya, tapi aku lebih suka yang original sih, ada effortnya
- Peneliti : Sejauh apa yang mas Dono tahu tentang Juki?
- Dono : Ya yang saya tahu ya, dia di JHF, terus sebelumnya dia juga solo karier, Kill The DJ, dia juga banyak muncul di acara-acara atau aktivitas sosial budaya ya, concern terhadap jogja juga, mulai dari lagu Jogja Istimewa yang booming sampai Jogja Ora Didol juga
- Peneliti : Fans juga mas?
- Dono : Bukan sih, karena masih artis lokal juga, jadi tahu
- Peneliti : Kalau mas Dono sendiri, dengan munculnya video kampanye Juki ini, diperlukan nggak sih di masa kampanye seperti kemarin itu?
- Dono : Perlu ya, melihat banyak video tentang pemilu tapi kebanyakan videonya kurang jelas tujuannya, kesannya masih euforia atau beberapa topik nya biasa aja, video yang isinya testimoni gitu-gitu, Juki bisa muncul dengan karya, lagu. Ahmad Dhani juga hampir sama sih, tapi aku fikir gatau antara kurang hati-hati atau nurutin pasar. Sisanya ya latah aja
- Peneliti : Kan nggak sedikit mas, yang bentuknya lagu dan banyak cameo-cameo artis lain juga, apa yang membuat video ini bagus atau menarik?
- Dono : Ya, itu tadi, Juki ini karyanya orisinal, dia nggak ngecover atau remake lagu yang ada kayak ahmad dhani yang prabowo itu, ya mungkin niatnya sama-sama baik ya, lewat lagu, tapi kalau aku kok lebih mengapresiasi tempat Juki
- Peneliti : Berarti kehadiran video Juki ini penting ya di masa kampanye seperti ini?
- Dono : Ya lumayan penting, peristiwa budaya yang bisa disaksikan dan disimak, artis lokal bisa muncul lagi dan terbuka menunjukkan dukungannya, dan menunjukkan kebebasan yang diharapkan masyarakat, toh, Jokowi yang dia kampanyekan juga karakternya kayak gitu

Peneliti : Oke mas, kalau di Youtube gitu, suka memperhatikan pengunggahnya?

Dono : Iya, siapa yang upload itu kadang menarik sih, bisa jadi dia dapet dari orang lain, atau dia buat sendiri, kolektif, atau komunitas, atau artis youtube, kita bisa percaya itu videonya beneran atau nggak kan dari siapa yang upload juga ya

Peneliti : Waktu video Juki yang ini juga memperhatikan?

Dono : Ya, itu dia sendiri yang upload ya, maksudnya kita juga nggak tahu, apa dia atau ada adminnya, yang jelas melalui akun dia sendiri kan

Peneliti : Ikut komentar juga mas?

Dono : Oh nggak sih

Peneliti : Kalau waktu Youtube-an suka komentar juga nggak?

Dono : Hahaha, nggak juga, jarang banget, baca-baca aja

Peneliti : Dengan video ini ketika kampanye pemilu kemarin apakah bisa mempengaruhi anak muda?

Dono : Hahaha, saya pikir bisa ya, terutama buat Fans nya Juki sendiri, jelas memberikan pengaruh

Peneliti : Berapa kali mas Dono nonton video ini?

Dono : Sekali ya, itu juga nggak sampai selesai tapi

Peneliti : Memperhatikan liriknya?

Dono : Nggak juga sih

Peneliti : Pertama kali bisa nonton video ini darimana?

Dono : Muncul di Home ya kalau nggak salah atau di samping itu (recommended video)

Peneliti : Berarti ketika muncul terus nonton gitu?

Dono : Iya, aku tonton

Peneliti : Kenapa mas?

Dono : ya familiar sama muka di thumbnail awalnya, itu beneran Juki apa bukan, ternyata iya, terus ya nonton

Peneliti : Mengganggu nggak mas video ini?

Dono : Nggak lah, malah bagus ya, biar jadi referensi video kampanye yang lain, nggak asal bagus, tapi ada kontennya dan konsepnya jelas, kan banyak yang terus bikin karya kolektif ya, sementara Juki bisa muncul dengan karya tapi individu, bisa jadi referensi juga kan, jadi musisi yang berani

Peneliti : Masih terkait dengan media nih mas, selain Youtube dan TV tadi, media lain yang digunakan untuk ngulik apa lagi mas?

Dono : Twitter, facebook, path, atau apapun, biasanya banyak link-link berita disitu kan, bisa kita klik juga

Peneliti : mungkin lebih spesifik media nya mas?

Dono : Twitter, aplikasi berita kaya kompas, detik, kurio, tempo, sama Hai, hahahaha

Peneliti : Oke, selain itu, media cetak mungkin?

Dono : Nggak terlalu ya, waktu itu nggak sering liat koran, nggak baca juga

Peneliti : Oke, kembali ke Youtube lagi mas, sekarang apa peranan Youtube di era seperti sekarang ini?

- Dono : ~~Ya, Youtube itu gratis, jadi tanpa memungut biaya untuk upload atau streaming, jadi bebas dipakai, jadi media komunikasi yang besar, aksesnya gampang, dan sekarang semua orang kayaknya nonton Youtube ya, konten yang ada juga banyak, hampir semua ada~~
- Peneliti : Kampanye dengan Youtube ini gimana mas? Melihat kasusnya Juki, tanggapan mas Dono apa?
- Dono : Gimana ya, aku gasuka nek terlalu serius juga sakjane, tapi sudah masanya kampanye jadi seperti sekarang, internet, media baru, udah zamannya, lagipula kontennya juga enggak terbatas, bebas, ekspresi orang-orang macem-macem, kampanyenya juga enggak gitu-gitu aja
- Peneliti : Sosial media yang lain peranannya apakah tidak lebih penting?
- Dono : Ya sama-sama penting ya, internet kan bisa menjangkau banyak orang dan luas, ketika ada internet semuanya bisa, tinggal kita menggunakannya seperti apa, share link itu
- Peneliti : Sebelum pertanyaan terakhir sih, langganan internetmu piye mas?
- Dono : Oh, aku malah kalo di *handphone* ini ngirit paling 50 ribuan aja sebulan, banyakan di modem, karena sering keluar-keluar jadi sinyal provider *handphone* sama modem beda-beda juga, bisa sampek 300 ribuan ketoke
- Peneliti : Oke.. Lalu apa harapan mas Don setelah ada kampanye digital seperti sekarang ini?
- Dono : Ya internet itu media yang kuat ya, tapi kelemahannya kan suka nggak relevan mas, kita nggak tahu pasti keaslian informasi tertentu, kita harus bener-bener ngulik ke sumber-sumber lain, jangkauan dan gratisnya itu bisa jadi alternatif ya, karena menghubungkan semua orang jadi segala informasi itu jadi gampang di share.
- Peneliti : Sip mas, terimakasih ya mas don
- Dono : Oke mas

**3. Riddho Noervianto (Rddho, 19 tahun)
KUC Digital Studio, Tirtodipuran, Yogyakarta
23 Februari 2015, Pukul 16.03 WIB**

- Peneliti : Sore mas Ridho
- Riddho : Sore mas Hanif
- Peneliti : Sehat ya? Mau tak wawancara lho Ike?
- Riddho : Ora e mas, rasiap ngandani
- Peneliti : Welah hahaha es teh es teh sik mas...
- Riddho : Wahahaha...
- Peneliti : Aku mau wawancara tentang pemilih pemula dan Youtube mas, gampang kok, cerita-cerita aja kita...
- Riddho : Oke
- Peneliti : Hahaha, kemarin Pemilu baru pertama milih presiden ya?

Peneliti : Proses menentukan milih salah satu itu gimana?

Riddho : Ya cari-cari di internet, lihat-lihat kampanyenya, TV paling ya, tapi ya nggak terlalu gimana-gimana banget, sekedar dengar berita terus ngobrol-ngobrol ringan aja

Peneliti : Dari lingkungan terdekat seperti keluarga atau teman-teman gitu, ada pengaruh?

Riddho : Ngobrol ringan aja ya, sama, kalau keluarga nggak yang gimana-gimana juga, sekedar basa-basi aja, paling karena tinggal sama kakek nenek ya, jadi banyak bahas tentang Prabowo daripada Jokowi sih, paling ya gitu aja

Peneliti : Berarti memang nggak ada pengaruh yang terlalu besar ya dari lingkungan terdekat?

Riddho : Iya

Peneliti : Kalau informasi tentang calon presiden sendiri, gimana cara nemunya tua nguliknya?

Riddho : TV ya paling, itu aja kalau nonton, internet juga kalau luang aja, iseng-iseng, yang lagi ngangkat apa browsing-browsing aja

Peneliti : Kalau di internet gitu, googling atau Youtube atau gimana?

Riddho : Ya browsing-browsing berita, aja kan banyak tuh portal-portal berita, awalnya ya dari buka twitter, atau nemu sesuatu di path, dari sosmed ya, terus iseng aja googling, pengen tahu, Link – Link konek ke mana-mana

Peneliti : sosmed berarti bisa jadi salah satu sumber informasi ya?

Riddho : Iya, update temen-temen, meme-meme gitu, terus cari-cari beritanya

Peneliti : Dari awal udah punya gambaran mungkin akan memilih siapa?

Riddho : Belum ya, biasa aja sih, makanya terus nyari berita juga ngulik sendiri

Peneliti : sosmed yang dipake apa aja, Dho?

Riddho : Instagram, Path, twitter, line, whatsapp, facebook

Peneliti : Youtube?

Riddho : Ya youtube juga, oh itu masuk sosmed juga ya?

Peneliti : Lha gimana emang? Menurutmu Youtube itu apa? Web? Platform lain?

Riddho : Ya bisa ya dibidang sosmed juga, kan buat sharing, tapi lebih ke kayak buat streamingan aja nek aku sih mas

Peneliti : Oh ya ya, sebenarnya termasuk sosial media juga mas hahaha, kalo sosmed-an pak apa mas?

Riddho : Pake handphone mas, iphone ini aja

Peneliti : semua sosmednya banyak diakses dari handphone ya mas?

Riddho : Iya, lewat HP aja, paling kadang-kadang Line juga buka lewat komputer pas perlu aja

Peneliti : Line itu buat chatting itu kan, kenapa perlu dibuka lewat komputer?

Riddho : Kadang-kadang nyambi sambil kerja biar HP-nya sambil di charge nggak perlu pegang-pegang terus, ribet

Peneliti : Oke, kalo Youtube, pake HP juga?

Riddho : Enggak selalu sih, pas nggak ada komputer atau keburu harus buka Youtube ya lewat HP juga

Peneliti : Kalo ada komputer pake komputer?

Riddho : Ya, enak pake komputer lebih enak, ya puas, mantep, layarnya lebih besar, suaranya juga lebih enak

Peneliti : Kalo sosmed kan tiap hari pasti buka ya?

Riddho : Ya

Peneliti : Kalau Youtube, tiap hari juga?

Riddho : Ya hampir tiap hari sih, buat nemenin kerja, streaming lagu, atau liat-liat video lucu, kalo pas bisa (ada internet) ya buka, kalau nggak rawan bosan. Rekomendasi (*suggested video*) sama yang lagi trending itu biasanya malah ngasih ide buat milih video yang mau ditonton.

Peneliti : Biasanya buat nemenin kerja gitu, buka apa streamingan apa Dho?

Riddho : Lagu sih, hahaha, nggak ditonton videonya, dengerin aja, kan ada yang udah bikin playlist juga kan, tinggal steraming aja udah keputer semua sealbum atau kompilasi apa yang pengen kita dengerin

Peneliti : Selain lagu ada lagi?

Riddho : Apa ya, trailer film, video lucu, fail compilation, epic win

Peneliti : Ngerti fitur-fitur Youtube?

Riddho : Ngerti sih

Peneliti : Langganan internet berapaan Dho?

Riddho : Buat *handphone* ini sekitar 50 – 100 ribuan rata-rata, kalo buat modem bisa sampek 300 ribuan sebulan, karena pak laptop juga, boros kalo *tethering*

Peneliti : Nah, waktu kampanye presiden tahu video ini (peneliti memperlihatkan video “Bersatu Padu Pilih No.2 versi Marzukki Mohammad”) ?

Riddho : Oh, tahu tahu.. Tadinya nonton yang versi satunya mas, sing background-e putih itu

Peneliti : Oh oke, tapi yang ini tahu ya?

Riddho : Tahu

Peneliti : Pertama kali nonton ini di Youtube gimana ceritanya?

Riddho : Nemu di tab samping itu, pas nyetel yang versi background putih itu to, muncul related video itu, ya tak klik

Peneliti : hahaha, ok, ngelike nggak atau subscribe?

Riddho : Enggak juga sih, nonton tok

Peneliti : nggak download juga ya?

Riddho : nggak

Peneliti : Komen juga nggak?

Riddho : Nggak sih

Peneliti : Tapi pernah komen di kolom komentar Youtube?

Riddho : Pernah sih, waktu itu video lucu apa ya, ngakak, komennya juga ngakak-ngakak, nambahi aja sih, ben gayeng

Peneliti : Pernah ngobrol sesama akun *Youtube* gitu atau berinteraksi?

Riddho : Enggak sih, komentar tok, terus yaudah, nambahi ya, ben gayeng itu

Peneliti : Hahaha, sebelumnya tahu kalo itu Juki?

Riddho : Tahu sih, soalnya waktu itu muncul di Home kalo nggak salah, terus aku klik

Peneliti : Tahu Juki sejauh apa?

Peneliti : hahaha, ngefans juga?

Riddho : Biasa aja sih, tapi mengapresiasi, bagus soalnya lagu-lagu mereka, tadinya sendiri-sendiri terus pada gabung bikin JHF malah lumayan bikin lagu-lagunya, jogja jogja itu ya, terkenal

Peneliti : Video kampanye dia yang ini gimana menurutmu? Menarik?

Riddho : Kreatif ya, dia bikin karya sendiri, bukan cover atau parodi, jadi otentik. Dari lagu sama liriknya juga orisinil, beneran dia bikin karya. Bukan yang terus gimana-gimana sih, nek secara selera aku biasa wae, tapi kalo dibikin keras juga mesti nanti peminatnya nggak terlalu banyak malahan, mungkin jadinya juga nggak terlalu netral secara pendengar to, tapi ini juga baru, bukan video parodi atau simpatisan yang rame-rame gitu, tapi dari artis musisi

Peneliti : Kalo video yang Ahmad Dhani, tahu juga?

Riddho : Tahu, hahaha, itu malah piye mas, dadi guyon, hahaha

Peneliti : Kenapa gitu?

Riddho : Hahaha, ya kurang oke sih, mungkin cukup niat ya bikin videonya, tapi konsepnya malah berlebihan jadi negatif kesannya. Ngover lagu tapi konsepnya militer nazi gitu

Peneliti : Mantep, kalo menurutmu juga, kampanye lewat video dan lewat Youtube gini perlu nggak?

Riddho : Gapapa sih, di *Youtube* juga masih bisa lihat yang lain, kalo jadi nggak bisa liat yang lain nah, banyak video kampanye sih, tapi enggak mengganggu. njuk¹ Perlu ya, buat jaman sekarang semua orang udah gampang ngakses youtube, lewat HP juga bisa, nggak harus lewat komputer dan lebih murah dan bebas juga mau dibuat kayak apa

Peneliti : Kalo perlu, kampanye lewat Youtube gini penting nggak?

Riddho : Penting juga sih, semua lini sosial media jadi ada semua, lagipula share link ke sosmed lain jadi lebih enak juga asal udah ada di Youtube

Peneliti : Mengganggu nggak sih dengan kampanye lewat Youtube?

Riddho : Nggak juga sih, kita kan bebas mau nonton atau nggak, kalo sebagai pengguna aku biasa aja sih, cuma ya itu, kalo udah ada di Youtube dan misal official, kan lebih enak juga kita mau tahu jadi gampang, udah ada

Peneliti : Balik lagi ke videonya Juki, Dho... Pesan apa yang kamu tangkap dari video itu?

Riddho : Ya si Juki ngajak kita untuk sama-sama dukung Jokowi dengan menggambarkan sosok Jokowi dari lirik-liriknya, Jokowi jadi tokoh yang bisa kita harapkan jadi pemimpin sejati, yang benar² merakyat dan dari rakyat untuk rakyat

Peneliti : Dengan video Juki yang ini, mempengaruhi daya pilihmu nggak Dho?

Riddho : Secara langsung nggak ya, bukan yang langsung NAH INI, tapi jadi nyantol aja, ada orang jogja yang bikin video ini untuk presiden

¹ Njuk. Merupakan bahasa slang yang diambil dari bahasa Jawa, berasal dari kata *banjur* yang berarti "maka dari itu" sering disingkat pengucapannya menjadi *njur* hingga bergeser cara pengucapannya menjadi *njuk*.

Peneliti : Ya, jadi wala, keraguan atau memang takut kayak gitu, tapi?

Riddho : Ya, jadi ada referensi informasi yang menjawab rasa penasaran ya meskipun Cuma dari kampanye lagu itu

Peneliti : Sebelumnya kenal sama Juki?

Riddho : Nggak, tahu aja

Peneliti : Oke, kalo dibanding dengan kampanye konvensional yang kayak orasi, konvoi, atau baliho poster gitu, dibanding dengan kampanye digital gimana Dho?

Riddho : Ya orasi, konvoi gitu wajar ya, masa kampanye itu biasa, baliho poster juga banyak pasti buat promosi

Peneliti : Mengganggu atau maklum?

Riddho : Hahaha, baliho atau poster itu yang kadang suka lucu editannya, atau kata-katanya bikin ketawa sih tapi penempatannya njuk malas, di seselin dimana aja di pinggir jalan, kadang-kadang ngerasa jadi sampah visual juga, ya kita jadi tahu sih memang yang lagi di bahas apa di situ, tapi ya gitu

Peneliti : Konvoi motor?

Riddho : Itu sekarang malesin juga ya, jadi bikin mikir-mikir kalo ketemu di jalan, nek misal tiba-tiba jadi rese gitu kan bahaya, kita yang nggak tahu apa-apa kena rusuh

Peneliti : mengganggu berarti ya?

Riddho : Ya, lumayan

Peneliti : Pernah ada pengalaman pribadi dengan konvoi mungkin?

Riddho : Nggak yang gimana-gimana, pernah ditawarin ikut tapi ya nggak ikut, liat yang rusuh pernah, tapi ya lewat aja

Peneliti : Lebih nyaman mana Dho, kampanye digital sama yang konvensional?

Riddho : Hahaha, re nggatekke aku mas, tapi kampanye digital mungkin langkah yang harus terjadi sih, karena teknologi juga to, jadi sekarang udah banyak kampanye yang lewat internet, lewat sosmed, kreatif juga, jadi lebih menarik, dan ngenomi. Kalo konvoi gitu ya kurang tertib sale je, kadang-kadang rusuh, kadang-kadang tertib, dan angin-anginan, buat cari duit juga soale.

Peneliti : harapanmu pribadi dengan adanya kampanye digital ini?

Riddho : Semoga ke depan kampanye ke depan jadi lebih menarik dan kreatif ya, lebih bisa menarik anak-anak muda, program-programnya lebih nyata, tidak Cuma buat sarana promosi, tapi benar-benar menggalang masyarakat untuk menjadi lebih positif juga. Lebih jelas juga programnya, tujuannya, nggak asal rame di sosial media. Memanfaatkan media untuk menyebarkan informasi cepat yang positif jadi masyarakat updatenya juga cepat. Anak-anak muda kan lebih sering buka handphone daripada lihat TV, itu bisa di dimanfaatkan juga.

Peneliti : Sip jos, terimakasih ya Ridho

Riddho : Siap, tadi es teh sama itu (jajan) dua, hahaha

Peneliti : Beresss

**4. Muhammad Rido Gustiandry (Jimbes, 21 tahun)
Creatia Indonesia, Demangan Baru, Yogyakarta
23 Februari 2015, Pukul 18.22 WIB**

- Peneliti : Sore Jimbes (panggilan akrab)
Rido : Sore mas
Peneliti : Apa kabar?
Rido : Baik
Peneliti : Baru sibuk apa ini?
Rido : Habis nugas dari tadi pagi
Peneliti : Wah, dari pagi nugas apa kuliah ya?
Rido : Hahaha, biasa S2 nugasnya pada kepisah-pisah kebetulan pas lagi paling selo ngumpulin tugas yang lain
Peneliti : Wah, udah S2 ? Dimana?
Rido : Baru masuk juga kok mas, di UII
Peneliti : Wah hebat, semoga sukses dan lancar ya
Rido : terimakasih mas
Peneliti : Terkait dengan telepon ku kemarin ya, langsung aja ya, mau wawancara buat skripsi nih, tentang pemilih pemula dan Youtube
Rido : Oke
Peneliti : Gini Mbes, Pemilu kemarin baru pertama ikut ya?
Rido : Iya, coblosan presiden pertama
Peneliti : Sebelum coblosan kemarin banyak ngulik capres-capresnya nggak?
Rido : Iya lumayan, liat-liat di internet, browsing-browsing juga lewat handphone, lewat komputer
Peneliti : Sering mana penggunaan komputer, termasuk laptop, dibanding handphone ketika ngulik kemarin?
Rido : Wah, hahaha, lewat handphone kayaknya
Peneliti : Langganan internet berarti ya?
Rido : Iyalah, rata-rata paling 50 – 100 ribuan, pake paket yang pelajar itulah pokoknya
Peneliti : Di handphone aja?
Rido : Iya sih, males beli modem, sering nebeng soalnya hahahaha
Peneliti : Hahaha... Lewat handphone berarti, lewat sosmed juga ya?
Rido : Ya, kan banyak tuh pada update tentang presiden tentang kampanye, banyak meme-meme yang bikin ngakak
Peneliti : Hahaha, berarti bisa sharing meme-meme sama temen-temen ya
Rido : Iya, taker-taker meme sih biasanya, nemu baru share, jarang yang bisa bikin baru, cepet-cepetan dapet terus di share hahaha
Peneliti : sosmednya biasanya apa Mbes?

- Rido : Universitas Gadjah Mada, di @facebook, snapchat, whatsma, Youtube, path, twitter
- Peneliti : Oke, yang paling sering diakses lewat handphone apa nih?
- Rido : Path, Instagram, snapchat, line, whatsapp, facebook paling
- Peneliti : Sisanya, kayak Youtube, nggak lewat handphone?
- Rido : Lumayan sering sih, tiap hari pasti buka Youtube, kalau ada internet, wifi, atau kuota lagi banyak streaming sih... Banyak ya yang tak tonton gitu, ada berita apa, biasanya aku cari di *Youtube*... Kalau Youtube lebih enak lewat komputer sih sebenere, layarnya gede, kurang mantep lewat handphone, harus pake headset (earphone) juga
- Peneliti : Biasanya ngakses Youtube dimana?
- Rido : Di rumah, kontrakan temen, sama co-working space kayak gini
- Peneliti : Oh yang penting wifi apalagi gratis ya hahaha
- Rido : Hahaha, jelas
- Peneliti : Kalo youtube-an pake komputer yang paling kerasa bedanya timbang pake hendphone apa?
- Rido : Lebih enak aja sih, kerasa lebih bebas dan puas aja, fitur-fiturnya juga keliatan semua, nggak harus tap screen kayak di handphone kan, semua pake mouse, ngetik pake keyboard juga lebih leluasa, ada daftar video yang masih nyambung sama tema video yang tak tonton dan bisa milih kualitas video nggak terbatas sama koneksi sinyal. Sharing link juga lebih gampang enak cepet, kita Online pak aplikasi chatting, Line atau Twitter, Facebook juga mau sharing video jadi lebih gampang
- Peneliti : Ngerti fitur-fitur yang ada di Youtube kan?
- Rido : Ya
- Peneliti : Kapan aja biasanya ngakses Youtube?
- Rido : Kalau luang sih, siang atau malam pas lembur atau begadang biasanya
- Peneliti : Waktu masa kampanye kemarin, ngulik capresnya nggak Mbes?
- Rido : Nggak terlalu sih, deket-deket coblosan aku ngurus kakek ku di rumah sakit, jadi nggak gitu ngeh sama kampanye yang gimana-gimana, youtube-an aja jadinya
- Peneliti : Videonya Juki nonton juga ya?
- Rido : Ya tahu, tapi tadinya nggak tahu kalau itu Juki juga, hahaha
- Peneliti : Akhirnya tahu itu Juki gimana?
- Rido : Ya browsing-browsing lewat tab rekomendasi samping itu, terus nemu video JHF terus kok ternyata sama
- Peneliti : hahaha, bukan dari TV atau media lain gitu? Temen mungkin?
- Rido : Nggak sih, nemu di Youtube aja, mungkin populer pas masa kampanye kan jadi muncul di tab samping itu
- Peneliti : Gimana kesan dari video itu?
- Rido : Kreatif ya, original, karya sendiri soalnya, bukan kayak Ahmad Dhani itu, dia cover lagu Queen kalau nggak salah, beda juga sih, dia bikin sendiri soalnya
- Peneliti : Bisa dikatakan karya ya?
- Rido : Bisa, ya karena dia bikin sendiri dan baru di antara video yang temanya kampanye waktu itu

- Peneliti : Oke, sementara kamu juga masih menggunakan media konvensional itu, Youtube sendiri buat kamu gimana Mbes? Perannya sebagai media gimana?
- Rido : Ya, Youtube itu jadi tempat nyimpen video-video ya, jadi media buat promosi bisa, buat dokumentasi bisa, mirip TV tapi beda, karena kita bisa nonton video apa aja kapan aja, terus isinya macam-macam, jadi sumber informasi juga, kayak google, semuanya ada hahaha hiburan sampai berita ada semua
- Peneliti : Youtube semakin penting ya sekarang ini?
- Rido : Gapapa, penting buat tontonan, biar informasinya kreatif, nggak bosan, kalo di tivi serius dan malah semakin dilihat orang, anak-anak muda banyak yang bisa upload sendiri, dengan karya mereka sendiri, kreatif-kreatif juga, vlog-vlog juga mulai banyak, malah bisa ngalahin TV sih ya, kita bisa lihat apa aja, nyari apa aja juga
- Peneliti : oke setelah ada kampanye digital sekarang ini, gimana harapanmu buat kampanye ke depan?
- Rido : teknologi yang udah sangat maju ini ya harus dimanfaatkan dengan baik. Anak-anak muda juga sekarang juga banyak yang udah melek media jadi pasti lebih gampang buat menyebarkan informasi lewat internet juga, kita bisa ngakses lewat handphone, tab, gampang jadinya, terus tinggal bikin kampanye yang menarik dan kreatif jadi anak-anak muda suka
- Peneliti : Oke Sim, makasih ya Mbes
- Rido : Sama – sama, lancar lancar ya mas...
- Peneliti : Oke...

**5. Adhitya Nugroho (Adhit, 23 tahun)
Goodware Studio, Berbah, Sleman
23 Februari 2015, Pukul 19.13 WIB**

- PENELITI : Malem Dit, apa kabar?
- ADHITYA : Baik mas
- PENELITI : Hahaha, langsung mulai aja ya aku wawancarane?
- ADHITYA : Hahaha, wah interogasi
- PENELITI : Hus, buat skripsi ini
- ADHITYA : Jos, siap mas
- PENELITI : Yang kamu perlukan hanya kejujuran kok, jangan yang serius-serius
- ADHITYA : Hahaha
- PENELITI : Jadi, berkenaan dengan kampanye politik digital youtube dan pemilih pemula. Kamu pemilih pemula ya? Baru pertama milih presiden?

- ADHITYA : Ya, dari pertama Waktu itu sebenarnya udah hampir 17 tahun pas jaman SBY tapi pas pemilihan itu belum genap yowes nggak ikut
- PENELITI : oh, mepet ya. Tapi yang kemarin Jokowi Prabowo nyoblos ya?
- ADHITYA : Ya, nyoblos
- PENELITI : Waktu itu keputusan untuk ikut memilih keputusan sendiri atau gimana?
- ADHITYA : Ya, udah punya hak pilih ya ikut milih, nyoblos juga
- PENELITI : Sebelum menentukan memilih siapa, kamu ngulik capresnya satu-satu?
- ADHITYA : Ya sih, kebetulan juga banyak liat video di Youtube terus ngulik orang-orangnya. Browsing-browsing ya
- PENELITI : Ada pengaruh dari orang terdekat, keluarga mungkin atau teman ketika ngulik waktu menuju masa pemilihan?
- ADHITYA : Enggak sih, tapi banyak obrolan juga kalo di rumah, dari orang tua karena kebetulan bapakku angkatan udara jadi ya banyak obrolan Jokowi sama Prabowo
- PENELITI : Ada perspektif politik yang menonjol dari obrolan itu?
- ADHITYA : Ya karena bapak orang angkatan ya, dia banyak mengarah ke Prabowo yang nasionalsentris lebih suka dengan visi dan misi Prabowo. Kayaknya kalo PNS atau pegawai pemerintah itu lebih banyak mengarah ke Prabowo ya sementara kalo Jokowi ya orang-orang kreatif, pengusaha, anak-anak muda. Tapi kurang setujunya dia (bapak) kalo Jokowi itu banyak dibantu sama cina ya jadi dia harus bayar utang budi sama mereka ketika udah jadi presiden. Jadi banyak pengusaha yang pro sama Jokowi karena visinya yang kerja terus itu, kerja terus tekan tua, hahaha...
- PENELITI : Ikut orang tua atau pilih sendiri nih?
- ADHITYA : Hahaha, pilih sendiri, hahaha...
- PENELITI : Langganan internet nggak Dit?
- ADHITYA : Iya, di *handphone* sama modem, kalo pas di rumah atau angga ada wifi tetep harus ada internet soalnya.
- PENELITI : Berapa Dit biasanya?
- ADHITYA : Paling rata-rata sebulan itu antara 50 sampe 100 ribuan kalor buat *handphone*, kalor buat modem bisa sampek 500 ribu, tapi rata-rata cuma sekitar 250 – 300 ribuan.
- PENELITI : kalo lewat media atau mencari informasi sendiri lewat mana? Tadi browsing-browsing dimana aja?
- ADHITYA : lewat sosmed ya, youtube sih kebanyakan malah bisa nyambung ke mana-mana
- PENELITI : sosmednya apa aja Dit?
- ADHITYA : Biasanya sih instagram, path, facebook, youtube, 9gag juga
- PENELITI : kalo sosmed-an gitu pake *handphone* atau komputer, laptop mungkin?
- ADHITYA : kalo sosmed pake *handphone* sih kebanyakan, chatting sama scrolling-scrolling



- ADHITYA : Oh kalau youtube enggak, kebanyakan lewat laptop atau PC sih, lebih mantep, kalau lewat handphone kurang sip
- PENELITI : di sosmed juga kena informasi tentang kampanye nggak Dit?
- ADHITYA : Iya sih, ada akun-akun yang upload tentang kampanye, tema-nya lagi itu kan makanya banyak yang updatenya tentang kampanye sih
- PENELITI : akun-akun itu siapa aja yang kamu follow?
- ADHITYA : Ya influence sih lokal ataupun internasional, temen-temen sama onlineshop sepatu hahaha..
- PENELITI : Karena kamu juga aktif ngedesain juga ya, mereka update tentang kampanye juga berarti ya?
- ADHITYA : Ya, terlepas dari profesi sih kayaknya ya, maksudnya sama-sama menyukseskan pemilu juga deh, menjadi warga negara yang baik, hehehe
- PENELITI : kalo youtube-an kapan aja Dit?
- ADHITYA : Ya kalau bisa laptop dan ada internet, wifi, Online youtube. Soalnya kerjaan juga remote kan, butuh internet terus, gabisa lepas, ya hampir setiap waktu di mana aja yang ada internet, fakir koneksi juga sih, hahaha, tapi kalau kepepet ya bawa modem sendiri.
- PENELITI : Kebanyakan dimana Dit?
- ADHITYA : Di co-workingspace, di kantor lama, sama di rumah paling ya
- PENELITI : Paling sering di mana?
- ADHITYA : Di co-workingspace sih, sambil kerja soalnya, jadi tiap hari pasti disitu, mau kerjanya dikit apa banyak pasti ke situ, sambil ketemu temen.
- PENELITI : Kalau waktunya, siang, malam, sore, atau sambil begadang?
- ADHITYA : hahaha, kebanyakan malam ya, habis kerja dan ya keterusan sampe begadang, hahaha
- PENELITI : hahaha, sambil download ya
- ADHITYA : iya hahaha, malam soalnya koneksi paling lancar
- PENELITI : oke, kalau pas Online youtube, streaming gitu, memperhatikan yang upload nggak?
- ADHITYA : Iya, kalau nemu video yang bagus biasanya aku lihat akunnya, isinya apa, kalau keren ya subscribe juga.
- PENELITI : Biasanya streaming apa Dit?
- ADHITYA : Ya banyak, video klip, kalau lagunya bagus ada video klipnya tonton, di like, kalo bagus semua dan berkualitas ya subscribe, terus video profil-profil artis seniman gambar, editorial hobyist gitu, trailer film paling
- PENELITI : Hahaha, mantap, suka ikut komen juga?
- ADHITYA : Enggak terlalu sih, kalau enggak kenal sama yang upload enggak sih
- PENELITI : Kalau video rekomendasi atau tab related video disamping itu suka memperhatikan juga?

- ADHITYA : Disitu di atasnya banyak video video yang nyambung ya. Yang masih satu tema dan topiknya sama biasanya.
- PENELITI : Berarti dapet ide browsing dari situ juga ya?
- ADHITYA : Iya, pertama nemu videonya Juki juga dari situ, di Home juga muncul soalnya
- PENELITI : Terus mulai cari-cari video lain juga?
- ADHITYA : Ho'o
- PENELITI : Ngulik-nguliknya baya dari situ ya?
- ADHITYA : Iya, ke mana-mana dari situ, jadi tahu aja video yang sama dan kebetulan mungkin populer pas kampanye jadi muncul di tab samping itu
- PENELITI : Menurutmu, oke nggak kampanyenya?
- ADHITYA : Ya bagus ya, mereka (capres) mulai sadar media juga, enggak cuma di internet asal-asalan, tapi udah di tata, jadi masyarakat enak dapat infonya, banyak, enggak cuma di tivi tok dan kreatif ya (Marjuki), dia bisa bikin karya itu sendiri terus diupload pake akun pribadi, cukup berani juga sebagai seniman. Tapi bisa juga sih dia dibayar untuk itu. Tapi di videonya yang versi lain banyak musisi, orang-orang kreatif, generasi muda muncul juga, jadi nggambarin kalau Jokowi banyak didukung sama generasi muda.
- PENELITI : Cameo yang muncul juga jadi hal yang menarik ya?
- ADHITYA : Iya, jadi bikin ngulik malah, nggak melulu ngulik Jokowi tapi tertarik karena yang mendukung itu siapa saja dan mereka sama-sama bikin karya untuk ikutan kampanye
- PENELITI : Terlepas dari keberpihakan juga nih, secara konten atau produksinya bagus nggak?
- ADHITYA : Cukup bagus sih, ya itu, dia bisa menampilkan kampanye yang sederhana tapi jelas nggak neko-neko, to The point.
- PENELITI : Cukup bisa mewakili ekspresi anak muda ya?
- ADHITYA : Lumayanlah, bisa jadi referensi buat anak muda kalau kampanye nggak melulu konvoi gebar-geber motor aja
- PENELITI : Apa pesan yang bisa kamu tangkap dari videonya Juki?
- ADHITYA : Dia ngajak buat pilih Jokowi dengan menggambarkan karakter Jokowi lewat lirik terus juga ada janji-janji yang tersirat dari situ tentang kesederhanaan sama kesejahteraan
- PENELITI : Kalau di banding sama videonya Ahmad Dhani untuk Prabowo, lebih suka yang mana?
- ADHITYA : Wahahaha, lebih milih Juki sih
- PENELITI : Kenapa soalnya?
- ADHITYA : Ya kurang original aja lagunya dia cover, terus konsepnya juga kontroversial, jadi malah imagenya kurang bagus, padahal Ahmad dhani kan, harusnya bisa membuat karya yang lebih bagus lagi.
- PENELITI : download videonya nggak?
- ADHITYA : Juki ini? nggak sih
- PENELITI : Kalau download di Youtube pernah?

- ADHITYA : Perah, video, dan relasi sih paling, atau tutorial, behind the scene yang keren-keren gitu paling
- PENELITI : Balik ke kampanye konvensional, tadi sempat cerita dikit tentang konvoi motor ya, menurutmu relevan nggak buat jaman sekarang?
- ADHITYA : Sebenarnya masih relevan ya, bagaimanapun konvoi itu bisa mencuri perhatian banyak orang mungkin praktek lapangannya yang perlu diperbaiki
- PENELITI : Maksudnya?
- ADHITYA : Citra konvoi motor sekarang jelek ya, rusuh, ke mana-mana mengganggu jadinya. Lampu cerah di terobos, jalan dipenuhi, telinganya ditutup kapas, kadang-kadang masih ada yang nggak pakai helm, belum lagi yang parah kalau sampai anarkis. Aparat kayak nggak kelihatan ya, entah ada hubungan politik atau gimana, seharusnya bisa ditangani dengan baik.
- PENELITI : Secara keluarga kan Adit dekat dengan lingkungan Angkatan Udara, pernah ada pengalaman yang berkesan?
- ADHITYA : Enggak sih kalau pas kampanye, tapi pas jaman ramai konvoi moge itu, bapak sempat kena serempet di jalan, padahal ya dipepet, terus udah mentok pinggir kena jadinya hahaha
- PENELITI : Wah, tapi selamat?
- ADHITYA : Ya nggak ada yang terluka sih, bukan kecelakaan juga, serempetan aja, tapi sempat nyusul bapak juga, waktu itu ke Malioboro, dan masih cek-cok. Agak panas, mungkin karena bapak nggak buru-buru bilang dia orang angkatan ya, terus orangnya berani hahaha, baru pas dia mulai mancing-mancing lapor, baru ketahuan bapak orang angkatan terus orangnya biasa aja
- PENELITI : Sukur Alhamdulillah ya, balik ke kampanye konvensional, kalo di media lain selain internet, kaya baliho, poster, sama media konvensional seperti TV sama radio gitu, masih relevan nggak menurutmu?
- ADHITYA : Masih bisa digunakan sebagai media reklame ya, tapi pada aplikasinya kalo poster baliho gitu lama-lama jadi sampah masyarakat. Ya momentum sih memang tapi yang suka bikin risih kalau penempatannya juga ngawur, dipaksain, semua-muanya yang dipinggir jalan banyak orang ditemeli, ditutup baliho, tempel-tempel di tiang. Jadi risih.
- PENELITI : Terus TV sama radio?
- ADHITYA : Tv sama radio mungkin masih bisa ya, TV masih ditonton juga sama orang-orang tua, radio bisa ke pelosok-pelosok, kalau radio sih jarang ya sekarang dengerin. TV masih okelah ya
- PENELITI : Kalau pendapatmu tentang Youtube sendiri, gimana sekarang perannya sebagai media?
- ADHITYA : Youtube sekarang bagus ya responnya, dulu nggak banyak video yang dibikin orang Indonesia, sekarang udah mulai banyak, dan interaksinya sesama youtubers lokal juga mulai banyak, semakin

- aktif juga orang-orang bikin video di Youtube, nggak melulu yang kualitasnya bagus tapi konten-konten mereka menarik juga untuk dilihat, kayak yang hobyist, atau artis yang punya hobi diluar profesi yang suka nggambar, atau olahraga ekstrim gitu mulai banyak di upload juga, jadi nggak Cuma buat lihat lagu aja ya, bisa jadi sumber informasi juga sih sekarang, sharing dan tanya-tanyanya bisa langsung.
- PENELITI : Oke, terakhir nih, harapanmu buat ke depan, kalo semisal ada kampanye lagi dan sudah bisa kampanye digital juga kira-kira apa?
- ADHITYA : Ya, zaman udah semakin canggih juga, bisa menciptakan kampanye yang lebih kreatif, lebih seru, lebih aman, teknologi bisa membantu menciptakan banyak hal, jadi tidak harus kampanye konvoi segala macam kalau bisa, hahaha, dengan video-video yang membangun (kontennya) aku pikir akan lebih kena ya. Apalagi anak-anak muda sekarang lebih sering pegang gadget dibanding dulu dan informasi jadi lebih gampang disebar harusnya.
- PENELITI : Mantap, terimakasih ya Dit
- ADHITYA : Sama-sama mas, gudang garam signature satu aja
- PENELITI : Wosiap hahaha

**6. Taufiq Irawan (Kipot, 20 tahun)
*Picnic YK (Warung Pasta), Pogung, Yogyakarta
23 Februari 2015, Pukul 20.53 WIB***

- Peneliti : Halo Kipot (panggilan gaul) siang
- Taufiq : Halo mas hehehe
- Peneliti : Aku wawancara sedikit buat skripsiku ya
- Taufiq : Es teh sama bakso ya mas hahaha
- Peneliti : Woo siap ! hahaha, jadi gini, kamu kemarin milih presiden pertama, bener ya?
- Taufiq : Bener, Soekarno itu presiden pertama
- Peneliti : Hahaha, serius ini !?
- Taufiq : Iya mas, baru pertama Jokowi kemarin
- Peneliti : Ikut milih kan?
- Taufiq : Iya ikut nyoblos
- Peneliti : Kemaren milih presiden berdasarkan pilihan sendiri atau pengaruh orang lain sih? Orang tua mungkin?
- Taufiq : Ya sendiri sih, ya orang tua juga ngasih nasihat, info juga calon yang ini gimana, yang itu gimana
- Peneliti : kalo dari kamu sendiri, ngulik calon-calonnya nggak?
- Taufiq : Ya lewat TV aja sih paling, nggak yang gimana banget
- Peneliti : Oke, kalo lewat internet, ngulik juga nggak?
- Taufiq : internet paling ya lewat sosmed aja, scroll-scroll random aja

- Peneliti : Universitas Gadjah Mada, 50155, Yogyakarta, Departemen Komunikasi dan Masyarakat, Kampus Sekeloa Timur, Yogyakarta, Indonesia
- lewat handphone ya?
- Taufiq : iya sih, kebanyakan lewat handphone aja, kecuali kalo nugas ato pas selo banget sambil Dota bisa pake laptop
- Peneliti : Langganannya berapaan Pot?
- Taufiq : Standar sih yang 50 – 60 ribuan paling ya, rata-rata segitu sebulan. Udah bisa buat *tethering*² juga
- Peneliti : Sosmednya bisa lebih spesifik apa aja?
- Taufiq : Instagram, Path, Facebook, Line, Whatsapp
- Peneliti : Youtube?
- Taufiq : Youtube kalo pake laptop apa komputer (PC) sih paling
- Peneliti : Handphone nggak ya?
- Taufiq : Nggak selalu sih, paling kalo ada yang share link aja baru buka, itu aja nggak selalu juga
- Peneliti : Berarti memang pas pake laptop sama PC ya buka youtubnya?
- Taufiq : Yes
- Peneliti : Oke kalo laptopan biasanya kapan?
- Taufiq : kalo nugas paling, di kampus soalnya ada wifi nya, atau di kontrakan temen yang ada wifi nya, hahaha, fakir internet
- Peneliti : hahaha, kalo laptopan dan Online pasti buka youtube?
- Taufiq : seringnya iya sih, terus keterusan hahaha
- Peneliti : distraktif ya?
- Taufiq : Iya
- Peneliti : Kalo youtube-an biasanya buka apa atau nyari apa?
- Taufiq : Biasanya lagu sih, video klip, DOTA, atau video lucu
- Peneliti : Entertainment ya?
- Taufiq : iya
- Peneliti : Suka download juga?
- Taufiq : videoklip yang bagus-bagus sama video lucu
- Peneliti : berarti seringnya malem ya?
- Taufiq : ya, sampe pagi sambil dibuka buat streamingan gitu biar nggak sepi
- Peneliti : Oke, tau video kampanye nya Juki, Marzuki Mohammad buat pilpres kemarin?
- Taufiq : Enggak terlalu inget sih, tapi pernah liat
- Peneliti : Bagus nggak menurutmu Pot?
- Taufiq : Kreatif, dia bikin sendiri kan lagunya itu, eksklusif, orisinal
- Peneliti : Sebelumnya tau Juki juga?
- Taufiq : Ya ingetnya JHF sih ya
- Peneliti : Ngefans sama JHF juga?
- Taufiq : Ngefans sih enggak, suka dengerin iya, hahaha, berarti ngefans juga ya?
- Peneliti : Hampir sih, suka nonton live atau konsernya juga nggak?

² Thetering. Istilah penggunaan telepon pintar sebagai perangkat untuk menghubungkan internet ke medium/perangkat lain secara nirkabel.

- Taufiq : Nggak juga, kalo kebetulan pas nonton konser tapi pembukanya JHF baru mungkin nonton, nggak yang ngejar harus nonton JHF juga
- Peneliti : sering dengerin lagu JHF?
- Taufiq : Kalo lagu JHF iya lumayan sering, ada MP3 nya, jadi nggak selalu streaming
- Peneliti : Di video kampanye itu, memperhatikan kalo itu Juki?
- Taufiq : Nggak ngeh kalo itu Juki awalnya, tapi itu personil JHF
- Peneliti : Bagus nggak video kampanye?
- Taufiq : original ya, kreatif juga, dia bikin lagu sendiri untuk kampanye ini
- Peneliti : Selain itu apalagi yang menarik?
- Taufiq : Karya ini jadi inspirasi juga, buat yang lain, anak-anak muda, bikin karya yang bisa bicara, nggak asal bagus aja dan nggak asal ada aja
- Peneliti : Sebelumnya pernah lihat video ini? maksudnya sebelum aku review lagi?
- Taufiq : Pernah, di Youtube juga
- Peneliti : Waktu itu, nonton searching sendiri atau ada rekomendasi atau dapet link?
- Taufiq : Waktu itu lagi browsing terus muncul di tab samping itu (related video) sih terus penasaran juga
- Peneliti : Berarti atas pilihan sendiri ya mau menonton video itu?
- Taufiq : Iya sih penasaran juga
- Peneliti : Apa yang dilihat dari video itu?
- Taufiq : Video kampanye tentang presiden, kita diajak untuk mendukung Jokowi dengan semua latar belakang dan kepribadian Jokowi yang kurus, *ndeso*, tapi bertanggung jawab dan dekat dengan rakyat
- Peneliti : Video itu bisa menyampaikan pesan itu ya?
- Taufiq : Bisa sih, Jokowi yang suka blusukan gitu sama karakter orangnya yang santai aja meskipun dia pejabat jadi cukup tersampaikan. Videonya juga nggak ngasal, biasa aja tapi cukupan.
- Peneliti : jadi sesuai dengan bayangan dan harapan ya?
- Taufiq : Iya, nggak lebay
- Peneliti : sebelumnya pernah ketemu atau ngobrol dengan Juki?
- Taufiq : Nggak pernah hahaha
- Peneliti : pengen mungkin?
- Taufiq : nggak juga sih, biasa aja kok
- Peneliti : Suka perhatiin akun yang upload nggak?
- Taufiq : Ya, kalo ada video bagus, aku klik channelya. Liat-liat isinya apa aja.
- Peneliti : Kenapa sampai memutuskan untuk klik juga akunnya?
- Taufiq : Ngulik juga sih, penasaran juga kan, siapa tahu nemu akun-akun ajaib di daftar putarnya samping itu, namanya apa isinya apa, hahaha, dan pengen tahu apa videonya official atau original atau gimana juga, jadi klik akunnya.
- Peneliti : Kalo videonya Juki ini like nggak? Atau nonton aja?
- Taufiq : nonton aja sih
- Peneliti : ikut komentar juga di kolom komentarnya?

- Taufiq : Bagaimana cara jawa saya yang lucu, waton ngono lah
- Peneliti : kalo video lain yang sejenis, ngulik juga nggak pas kampanye ini?
- Taufiq : Nggak ya kayaknya, yaudahlah, biasa aja, pas kampanye-kampanye gitu ya pasti suasananya begini, banyak konvoi, baliho, poster-poster
- Peneliti : kehadiran platform digital kayak kampanye di youtube atau lewat sosmed gitu, kerasa nggak?
- Taufiq : Kerasa sih dan wajar sih, lan lagian pas waktu kampanye juga, masih masuk akal, sekarang saling terhubung ya, semua-semuanya bisa nyambung, link-link nya, dari mana ke mana udah gampang, kalo mau share video gampang kita juga kalo mau nyari info apa aja jadi gampang
- Peneliti : Jadi lebih interaktif ya?
- Taufiq : nah iya, klik klik klik kebuka semua
- Peneliti : Penting nggak sih sekarang kampanye via digital gini?
- Taufiq : Penting, soalnya sekarang semua juga udah bisa diakses pake gadget, pake internet, nggak harus pake komputer terus
- Peneliti : Ke depan berarti perlu ya kampanye digital dilakukan?
- Taufiq : Perlu sih, jaman udah canggih juga, kampanye nggak cuma *blayer-blayer* motor terus, pake internet juga bisa, kalo bisa kreatif kan pasti menarik juga
- Peneliti : Kembali ke sosmed lagi, sosmed yang paling sering kamu buka untuk mencari info apa sih?
- Taufiq : Apa ya, paling instagram, facebook, twitter juga
- Peneliti : Masih bisa nemu info yang kamu cari di platform itu?
- Taufiq : ya masih sih, nyaman aja pake aplikasi itu, dan udah lama juga jadi ya kehabasaan aja
- Peneliti : Nyaman dan terbiasa ya, kalo pake aplikasi baru kurang nyaman berarti?
- Taufiq : Ya mungkin belum terbiasa aja sih, harus belajar lagi, ngulik lagi, kadang males juga.
- Peneliti : Integrasi sosmed dan kampanye digital ini berarti bagus untuk pergerakan politik ke depan ya?
- Taufiq : Benar, cuma kadang juga risih sih, ketika semua orang jadi bahas kampanye dimana-mana, agak terganggu ketika sosmed yang harusnya personal jadi ikutan rame gara-gara kampanye
- Peneliti : Tapi kan sosmed juga area privat yang bisa dilihat publik Pot?
- Taufiq : Iya, secara pribadi aja sih mas, soalnya bikin males buka sosmed kalo isinya kampanye semua juga, terlalu serius hahahaha
- Peneliti : hahaha, oke, ini personal kamu aja ya yang merasa kurang nyaman kalo sosmed terlibat terlalu jauh, terus kalo dari capres itu sendiri mulai menggunakan sosmed secara pribadi untuk kampanye juga, gimana pendapatmu?
- Taufiq : Gapapa, asal ya itu tadi, tergantung dia update nya gimana, sisinya apa, kalo kurang seru atau kurang kreatif ya anak-anak muda jadi biasa aja, mungkin ada ekspektasi lain juga kalo politisi gitu mainan sosmed

- Ya, kalau admin juga, nggak dipegang sendiri, makanya biasanya isinya kaku terus formal kesannya
- Peneliti : Kurang gaul ya berarti?
- Taufiq : Ya, kalau terlalu serius anak-anak muda juga males, ngomongin politik yang ruwet gitu
- Peneliti : Hahaha, Apa sih yang bikin ruwet?
- Taufiq : Ya, kepentingan-kepentingan orang-orang atau oknum-oknum yang nggak jelas tujuannya atau bentuknya seperti apa terus saling rebutan kekuasaan gitu lah, atau janji-janji palsu juga
- Peneliti : Hahaha, ada contohnya?
- Taufiq : Ya intinya misal pernah ada yang bilang kalau mau kampanye yang tertib dan bersih, tidak mengganggu kenyamanan masyarakat, tapi pada prakteknya tetep rusuh, konvoinya nggak kondusif, soalnya tarafnya udah mengganggu jadinya.
- Peneliti : Kampanye konvoi gitu kamu setuju nggak sih?
- Taufiq : Wah, hahaha, seru sih sebenarnya, aku kalo supporteran masih konvoi juga dari kampus ke tempat tandingan, turnamen futsal atau basket gitu, hahaha
- Peneliti : Oh jadi hampir sama ya sensasinya dengan kampanye konvoi gitu?
- Taufiq : Mungkin, cuma ya rute nya dari kampus ke tempat tanding aja
- Peneliti : Ada tujuan khusus selain supporteran?
- Taufiq : Oh gada sih, kalo yang serius-serius harus ngapain nggak, rawan rusuh, takutnya kepancing atau mancing pihak lain. Paling gengsi-gengsian antar jurusan, rame-ramean aja, gada maksud konvoi yang kayak konvoi kampanye motor gitu.
- Peneliti : Oh, oke berarti pada dasarnya tergantung konteks dan praktek lapangannya ya?
- Taufiq : Hahaha, cenderung kurang setuju sih, soalnya yang sering terjadi kebanyakan akhirnya yang kedengaran rusuhnya daripada tertibnya.
- Peneliti : Blayer-blayer gitu ya?
- Taufiq : Ya, yang bikin was-was sebenarnya rusuh yang sampai anarkis, bikin males jalan kalau pas banyak kampanye. Biasanya ada beberapa broadcast message juga kan, siapa mau konvoi lewat mana, jadi ya antara bingung juga mau lewat mana akhirnya sementara konvoi kan dari banyak pihak juga, suka empuk juga malah rusuh jadinya
- Peneliti : berarti Citra konvoi kampanye yang naik motor itu memang jelek ya?
- Taufiq : sejauh ini bisa dikatakan demikian.
- Peneliti : menurutmu Pot, bisa nggak sih ditertibkan atau dilakukan dengan cara yang lebih baik mungkin?
- Taufiq : Ya tinggal aparatnya sih, berani atau dibayar nggak? Kan rahasia umum to itu, partai mana polisi mana, daerah mana buat siapa. Asal utopia ini berani diwujudkan seharusnya sangat bisa ditertibkan, dikawal, atau paling tidak terlaksana dengan izin. Konvoi atau pawai kendaraan itu bagaimanapun ya butuh jalan dan massa nya nggak

- saya merasa susah juga
- Peneliti : hahaha, kalau kampanye gelap atau serangan fajar seperti itu, tanggapanmu gimana?
- Taufiq : hahaha, masih tidur mas, ngerjain tugas sampai pagi, mana sempat dapet serangan fajar. Tapi ya harusnya itu malu-maluin diri sendiri malah. Lagi-lagi rahasia umum sih itu, dapet duit lah, dapet apa lah, tapi ya sama aja bohong. Bukan masalah hati nurani ya, kan kurang fair to. Hahaha.
- Peneliti : Hahaha, oke. Berarti kehadiran kampanye digital ini memberi perbedaan ya?
- Taufiq : Ya, ada sesuatu yang baru aja sih, mungkin kalo nggak pake kampanye digital ini, kita nggak lihat TV ya bisa ketinggalan bener tapi sekarang lewat gadget udah bisa
- Peneliti : Menurutmu sendiri, posisi Youtube sebagai media sekarang ini gimana?
- Taufiq : Youtube sekarang semakin dilihat orang ya, kita bebas pakainya, gampang juga, semua orang pasti langsung bisa pakai youtube, lagipula banyak orang-orang yang upload aktivitas mereka di youtube, ya penting nggak penting sih, tapi juga banyak youtuber-youtuber lokal yang sekarang muncul juga, jadi sosial media juga sih
- Peneliti : Harapan kamu setelah ada kampanye digital seperti ini apa Pot?
- **Taufiq : Semoga besok-besok kampanye semakin positif dan kreatif ya, kalau mau konvoi ya tertib, terus bikin kampanye yang jelas, nggak asal-asalan, nggak asal rame aja. Dan semoga perkembangan media bisa membawa arah yang lebih baik. Buat politisinya ya melek media nggak gaptek jadi bisa update terus. Baik secara isinya ataupun pergerakannya ya, jangan alay.
- Peneliti : Oke siap, makasih ya Pot...

7. Tamtomo Priyo Adi (Adi, 20 tahun)

Coffee and Drama, Nologaten, Yogyakarta

23 Februari 2015, Pukul 22.32 WIB

- Peneliti : Halo Adi, selamat sore
- Adi : Halo Mas, sore juga
- Peneliti : *Selo*³ ya, terkait sms ku kemarin aku mau wawancara untuk data skripsi
- Adi : Siap, selo kok hahaha
- Peneliti : Oke, Straight to the point, seberapa sering sih kamu mengakses youtube?

³ "Selo" merupakan bahasa populer pada anak muda terutama yang berasal dari daerah Jawa berarti memiliki makna "waktu luang" senggang "senggang". Bahasa tersebut disadur dalam bahasa Indonesia dan memiliki makna yang serupa dengan kata "sela"

Peneliti : Seberapa penting Youtube sebagai media buat kamu?

Adi : Penting banget, kita bisa nemu apa aja di Youtube. Ya tergantung kepentingan dan relevansinya sih

Peneliti : Maksudnya?

Adi : Di Youtube aku biasanya nyari hiburan sih sebagian besar, tapi sering juga nemu video yang topiknya random kepikiran juga dan bisa buat ngulik juga

Peneliti : Biasanya ngakses youtube dimana?

Adi : di rumah, di kontrakan temen

Peneliti : Wahaha, nebeng di kontrakan temen juga? Lewat apa du gadget atau laptop?

Adi : sering kali lewat PC atau laptop kalo lagi males atau kepake semua ya paksa handphone, paling males tapi kalo pake handphone, enggak praktis, harus sambil di charge dan pake earphone.

Peneliti : Adi langganan sendiri atau selalu cari wifi?

Adi : Langganan sendiri di *handphone*, kalo ada wifi baru nebeng, gratis apalagi

Peneliti : Wah, oke, kalo langganan gitu biasanya berapa Di?

Adi : Kalo lagi ada duit yang 50 atau 60 ribu, kalo enggak ya paling 25-40 ribuan, yang paling efisien sih, paling nggak bisa buat chatting

Peneliti : Kapan aja sih sering ngakses Youtube?

Adi : Almost everytime ya, kalo bisa Online lewat PC atau laptop, selalu buka Youtube. Entah buat selingan atau memang browsing disitu. Nggak lengkap Online nggak youtube. Kaya Online itu rasanya buat buka Youtube hahaha

Peneliti : Bisa lebih spesifik nggak Di, kapannya, jamnya, atau momennya mungkin?

Adi : Mmmm, waktu begadang nunggu bola atau senggang tapi begadang juga. Atau siang pas senggang males makan atau nggak ada acara. Tapi kebanyakan sih malem ya, lebih private.

Peneliti : Lebih Private, maksudnya?

Adi : Ya lebih intimate aja, kita enggak ada temen atau orang yang perlu ditemenin ngobrol atau harus basa-basi, lebih fokus aja browsingnya. Kalo malem ya koneksi lebih stabil dan kenceng juga, sepi yang pak sendiri kalo di kontrakan. Kalo dirumah sih hampir sama cuma paling rebutan gadget aja misal mau pake tap atau tablet sama adek. Kalo di kontrakan mungkin lebih seru sih, karena bisa sambil ngobrol jadi kadang-kadang dapet ide juga browsing apa, dapet ide tontonan.

Peneliti : Cukup nggak Youtube memenuhi informasi yang kamu cari ?

Adi : Beberapa film belum ada yang upload nih, hahaha, sejauh yang aku temui lumayan menjawab sih, meski tidak sepenuhnya menjawab tapi at least dapet clue

Peneliti : Ketika ngulik Youtube, langsung search aja atau randomly ngikut apa yang kepikiran aja?

Peneliti : Dia sering dipanggil Juki, doo personel JHF. Nama panggung lainnya sih KillTheDJ.

peneliti menunjukan video kampanye tersebut

Adi : Oooh iya, ngerti-ngerti, ya yaa JHF, bener bener...

Peneliti : Pernah liat video ini?

Adi : Pernah, cuma nggak di Youtube, di TV. Nggak sering sih, tapi beberapa kali aku liat di TV

Peneliti : Berarti di Youtube malah nggak nonton sama sekali?

Adi : Sempat sih nonton, tapi nggak selesai, aku pindah video lain

Peneliti : Waktu pertama kali menonton video itu di Youtube, dapet linknya dari mana?

Adi : Waktu itu kalo nggak salah pas di Home keluar di video populer. Iseng aja sih, pengen ngerti aja, mukanya familiar

Peneliti : Di Youtube itu kan ada tautan-tautan video yang muncul di tab sebelah samping itu kan, sering memperhatikan nggak?

Adi : Oh iya, link yang ada hubungannya sama video yang kita tonton, video-video yang kontennya mirip ya biasanya

Peneliti : Pernah mendapat rekomendasi videonya Juki ini?

Adi : Enggak ngeh sih, tapi pernah kayaknya, cuman ya aku cuekin aja sih

Peneliti : Hahaha, berarti mengenali wajah juga ya karena muncul di thumbnail-nya?

Adi : Ya, merasa nggak asing aja sama wajahnya

Peneliti : Tapi tetep nggak ngeh kalo itu Juki ya?

Adi : Nggak langsung ngeh sih

Peneliti : Punya ketertarikan khusus dengan Juki? Atau JHF mungkin?

Adi : Enggak juga sih, tapi tahu JHF karena lagunya ada dimana-mana.

Peneliti : Pernah ketemu sama Juki?

Adi : Enggak sih

Peneliti : Pernah nonton JHF tapi?

Adi : Oh, pernah

Peneliti : Tanggepanmu mengenai video kampanye seperti ini gimana Di?

Adi : Ya baguslah, ada karya nyata yang merespon peristiwa yang terjadi di Indonesia. Nggak semata-mata latah aja bikin buat seru-seruan, tapi niatnya serius buat berekspresi berpendapat tentang politik. Jadi bikin suasana pemilu itu kental banget.

Peneliti : Perlu nggak sih video kayak ini?

Adi : Perlu sih ada yang bikin video beginian, soalnya kalo yang bikin beginian dari parpolnya langsung atau dari tim suksesnya suka ngawur, terlalu gamblang, atau kaku. Sementara mungkin mereka kan mulai nyasar anak muda, kan pada males juga liat video yang kaku gitu.

Peneliti : Berarti kehadiran video seperti ini penting ya?

Adi : Ya, penting juga sih, untuk memberi warna baru, lebih kreatif, sederhana tapi jelas tujuannya.

Peneliti : Apakah Youtube selalu menjadi tujuan ketika kamu Online?

Adi : Iya

- Adi : Di Youtube semua ada sih, hahaha, rasanya kayak gitu aja, kayaknya semua hal baru itu di upload di youtube. Jadi seru aja bisa nemu hal baru, atau browsing bebas aja. Kampanye juga gitu malahan, banyak nemu informasi yang lebih kita butuh tahu atau kita pengen aja, sementara kalo di tivi atau yang lain kita bosan atau males kan
- Peneliti : Ketika masa kampanye gitu, ngulik politik lewat youtube nggak?
- Adi : Biasa aja sih, tetep dari TV sih aku nemu atau liat berita politik.
- Peneliti : Kenapa media utama tetep milih TV, dan enggak youtube?
- Adi : soalnya TV lebih cepet ganti ya topiknya, pagi apa, malem ludah lain lagi. Nggak semua berita kita ngeh juga sih ya, jadi seakan-akan topik atau isunya berubah terus, padahal mungkin ya masih itu-itu aja.
- Peneliti : Kalo ngulik sesuatu, topik, isu, atau informasi baru lewat handphone, laptop, atau PC? Atau ada media lain?
- Adi : Laptop atau PC seringnya, HP biasanya buat *socialize* aja tapi sambil googling-googling juga atau dapet topik karena ngobrol sama temen.
- Peneliti : Balik lagi ke Youtube, pas browsing gitu suka memperhatikan akun yang mengunggah nggak?
- Adi : Nggak selalu sih, tapi kalo ada video yang oke atau kontennya bagus, biasanya aku visit, liat-liat.
- Peneliti : kalo kolom komentarnya suka perhatiin juga?
- Adi : kadang-kadang sih, ya itu kalo kontennya bagus atau justru goblok banget tertarik buat baca-baca komen orang-orang.
- Peneliti : ikutan komen?
- Adi : Nggak juga
- Peneliti : Ngelike?
- Adi : nggak selalu
- Peneliti : video yang Juki ini?
- Adi : nonton aja
- Peneliti : Inspiring nggak tapi?
- Adi : ya, ada trigger buat punya ide, punya insight juga
- Peneliti : Insightnya apa tu?
- Adi : Insightnya jadi punya ide untuk bikin video yang sederhana tapi kontennya jelas sama ini juga gagasan politik yang di share sama Juki, nggak semata-mata kita mendukung Jokowi tapi di satu sisi kita juga harus mengawasi kinerjanya jadi politik yang *fair*.
- Peneliti : Pertama kali nonton video itu dimana?
- Adi : Di rumah sih di komputer
- Peneliti : Dari video itu, apa yang ingin disampaikan oleh Juki?
- Adi : Ya itu video kampanye yang cukup jelas sih, dia ingin mengajak semua orang untuk memilih calon nomer 2 dari lirik-liriknya yang isinya karakternya Jokowi tapi yang menarik sih dia menulis “bersatu padu” seakan-akan dia juga mengharapkan para pemilihnya nggak sekedar milih aja, tapi juga Bener-bener bersatu buat milih Jokowi sama itu tadi tentang demokrasi juga

Peneliti : Video ini kemunculan nya oke nggak? Rasanya kampanye dan lewat Youtube gitu?

Adi : Ya bagus ya, mereka niat kampanye berarti, hahaha, penting juga sih, udah waktunya kampanye modern, pindah ke sosmed, digital, nggak konvoi terus dan Oke sih, lewat youtube, bener, tinggal buzzingnya aja. Kalo buzzing via sosmednya juga oke, pasti yang nonton banyak.

Peneliti : kenapa bisa banyak menurutmu?

Adi : soalnya banyak anak muda Online, dan jaman sekarang ludah gampang banget mau dapet ato ngulik apa aja Online kan, asal buzzingnya oke, bisa dapet itu.

Peneliti : Cerita-cerita ke temen-temen nggak tentang video ini?

Adi : Nggak sih

Peneliti : Membawa pengaruh nggak video ini sama daya pilih?

Adi : Nggak juga sih

Peneliti : Kalo dengan adanya video yang serupa dengan kuantitas yang besar, bisa mempengaruhi?

Adi : nggak juga sih, tergantung sama persepsi masing-masing ya. Aku biasa aja, tapi bisa tau karakter atau influence orang-orang yang ngedukung dia, siap aja, ngapain aja.

Peneliti : Video tersebut kreatif nggak?

Adi : Ya, semua orang pasti bikin video-video yang mirip, latah, tapi di video ini, pesan dan konsepnya ringan tapi serius dan jelas jadi penonton gampang paham. Gamblang aja ngerti gitu nggak terlalu dipaksain

Peneliti : Selain sebagai instrumen kampanye, video tersebut layak nggak sih disebut sebagai karya?

Adi : Ya, bagaimanapun itu karya yang dibikin dan bentuknya adalah video klip, ada lagunya, ada liriknya, ada konsepnya, bukan asal video yang dibikin

Peneliti : Video tersebut mengganggu nggak pada proses kampanye presiden ini?

Adi : nggak lah, justru jadi satu contoh yang bagus buat yang lain, bikin lagu yang serius tapi jelas nggak cuma sekedar karya yang ngasal aja

Peneliti : Karya tersebut apakah bisa jadi representasi ekspresi politik? Anak muda?

Adi : Bisa, dari Juki atau siapapun yang muncul untuk memerankan atau sekedar cameo pun itu menunjukkan ekspresi politik mereka, karena mereka musisi, ya ini oke. Buat anak muda ini bagus juga, ada contoh yang bagus.

Peneliti : Menurutmu ada video tandingan nggak?

Adi : Yang Ahmad dhani itu kayaknya ya

Peneliti : Kalo melihat video yang itu, pendapatmu gimana?

Adi : Wahaha, kocak itu, over-expressed itu dan konsepnya kurang hati-hati. Aku sih nggak setuju juga kalo dia (Ahmad dhani) bawa konsep itu jadi video kampanye. Kontroversif. Hahaha, Hitler Hitler gitu

Peneliti : Hahaha, mempengaruhi nggak?

Adi : Wah, jela, nggak lah Malah ngaci sendiri dia caranya yang begitu

Peneliti : Berkesan mana kalo dibanding sama punya Juki?

Adi : Ahmad dhani, kontroversial soalnya, jadi di bully di media

Peneliti : Tapi terlepas dari konten dan keberpihakan video tersebut, perlu nggak sih metode kampanye seperti ini dilakukan?

Adi : Ya tetep perlu, media itu banyak banget soalnya, apalagi pake internet kan jadi semuanya bisa saling terkait, nge-share-nya gampang justru sekarang juga harus peka dengan era digital, kampanye di jalan kalo ngasal juga malesin soalnya

Peneliti : kalo lewat youtube gini, cukup nggak?

Adi : Cukup ya, justru bagus juga, Youtube sekarang semakin banyak peminatnya, dulu paling cuma buat entertainment, sekarang orang Indonesia udah banyak memanfaatkan youtube ke lebih banyak purpose, hahaha, video blog semakin banyak, dan topiknya macem-macem juga, *awareness* orang-orang tentang konten Youtube juga semakin peka juga sih.

Peneliti : Harapanmu buat kampanye digital atau kampanye politik secara umum ke depan?

Adi : Ya harus melibatkan banyak anak muda ya dan mungkin bisa memanfaatkan agensi-agensi iklan juga, biar idenya segar terus dinamis, nggak terlalu kaku dan formal. Anak muda ya pendekatannya juga pake hal-hal muda yang baru, dinamis, menarik, seru, dan kreatif. Nggak melulu harus konvoi sih, kayak Jokowi yang kampanye terpusat di GBK itu, aku fikir lebih tertib dan menarik ya, bisa ketemu langsung, dan juga ketika kampanye jelas juga tujuannya apa



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Kaum Muda, Internet Dan Pemilihan Umum (Analisis Resepsi Pemilih Pemula Pemilu 2014 Terhadap Instrument Kampanye Politik Melalui Situs Bebas Youtube.Com Berjudul Ã¢ï¿½ï¿½ Bersatu Padu Coblos No. 2 versi Marzuki

MohammadÃ¢ï¿½ï¿½ Di Kalangan Mahasiswa Di Yogyakarta)

HANIF HANINDITO JATI, Budhy Komarul Zaman, Drs., M.Si.

Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

SURAT PERNYATAAN INFORMAN

SURAT PERNYATAAN INFORMAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Adhitya Nugroho
Status : ~~Belum~~ Mahasiswa
Jenis Kelamin : laki-laki
Usia : 21

Menyatakan diri sebagai informan dalam penulisan skripsi yang dilakukan oleh Hanif Hanindito Jati berjudul "Kaum Muda, Internet Dan Pemilihan Umum (Analisis Resepsi Pemilih Pemula Pemilu 2014 Terhadap Instrument Kampanye Politik Melalui Situs Bebas Youtube.com Berjudul "Bersatu Padu Coblos No. 2 versi Marzuki Mohammad" Di Kalangan Mahasiswa Di Yogyakarta) sebagai tugas akhir studi mahasiswa di Universitas Gadjah Mada, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Jurusan Komunikasi.

Saya sudah membaca seluruh hasil transkrip wawancara dan menyatakan bahwa semuanya adalah benar dan telah sesuai dengan apa yang saya utarkan.

Yogyakarta, 23 Februari 2015

Informan



Adhitya N

SURAT PERNYATAAN INFORMAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Tamtomo Priyo Adi
Status : Laki-laki
Jenis Kelamin : Mahasiswa
Usia : 20

Menyatakan diri sebagai informan dalam penulisan skripsi yang dilakukan oleh Hanif Hanindito Jati berjudul "Kaum Muda, Internet Dan Pemilihan Umum (Analisis Resepsi Pemilih Pemula Pemilu 2014 Terhadap Instrument Kampanye Politik Melalui Situs Bebas Youtube.com Berjudul "Bersatu Padu Coblos No. 2 versi Marzuki Mohammad" Di Kalangan Mahasiswa Di Yogyakarta) sebagai tugas akhir studi mahasiswa di Universitas Gadjah Mada, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Jurusan Komunikasi.

Saya sudah membaca seluruh hasil transkrip wawancara dan menyatakan bahwa semuanya adalah benar dan telah sesuai dengan apa yang saya utarakan.

Yogyakarta, 23 Februari 2015

Informan



TAMTOMO PRIYO ADI

SURAT PERNYATAAN INFORMAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

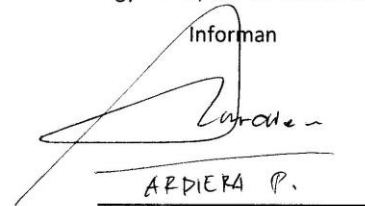
Nama : *Ardiera P*
Status : *Mahasiswa*
Jenis Kelamin : *Perempuan*
Usia : *18 Tahun.*

Menyatakan diri sebagai informan dalam penulisan skripsi yang dilakukan oleh Hanif Hanindito Jati berjudul "Kaum Muda, Internet Dan Pemilihan Umum (Analisis Resepsi Pemilih Pemula Pemilu 2014 Terhadap Instrument Kampanye Politik Melalui Situs Bebas Youtube.com Berjudul "Bersatu Padu Coblos No. 2 versi Marzuki Mohammad" Di Kalangan Mahasiswa Di Yogyakarta) sebagai tugas akhir studi mahasiswa di Universitas Gadjah Mada, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Jurusan Komunikasi.

Saya sudah membaca seluruh hasil transkrip wawancara dan menyatakan bahwa semuanya adalah benar dan telah sesuai dengan apa yang saya utarakan.

Yogyakarta, 23 Februari 2015

Informan



ARDIERA P.

SURAT PERNYATAAN INFORMAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

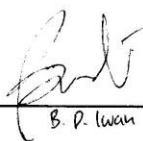
Nama : Bernadus Dwi Iwan Setyono
Status : Mahasiswa
Jenis Kelamin : Pria
Usia : 21 tahun

Menyatakan diri sebagai informan dalam penulisan skripsi yang dilakukan oleh Hanif Hanindito Jati berjudul "Kaum Muda, Internet Dan Pemilihan Umum (Analisis Resepsi Pemilih Pemula Pemilu 2014 Terhadap Instrument Kampanye Politik Melalui Situs Bebas Youtube.com Berjudul "Bersatu Padu Coblos No. 2 versi Marzuki Mohammad" Di Kalangan Mahasiswa Di Yogyakarta) sebagai tugas akhir studi mahasiswa di Universitas Gadjah Mada, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Jurusan Komunikasi.

Saya sudah membaca seluruh hasil transkrip wawancara dan menyatakan bahwa semuanya adalah benar dan telah sesuai dengan apa yang saya utarakan.

Yogyakarta, 23 Februari 2015

Informan



B. D. Iwan Setyono

SURAT PERNYATAAN INFORMAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

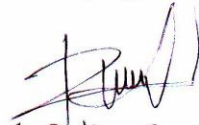
Nama : Muhammad Ridho Gustandhy
Status : Mahasiswa
Jenis Kelamin : Pria
Usia : 21

Menyatakan diri sebagai informan dalam penulisan skripsi yang dilakukan oleh Hanif Hanindito Jati berjudul "Kaum Muda, Internet Dan Pemilihan Umum (Analisis Resepsi Pemilih Pemula Pemilu 2014 Terhadap Instrument Kampanye Politik Melalui Situs Bebas Youtube.com Berjudul "Bersatu Padu Coblos No. 2 versi Marzuki Mohammad" Di Kalangan Mahasiswa Di Yogyakarta) sebagai tugas akhir studi mahasiswa di Universitas Gadjah Mada, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Jurusan Komunikasi.

Saya sudah membaca seluruh hasil transkrip wawancara dan menyatakan bahwa semuanya adalah benar dan telah sesuai dengan apa yang saya utarakan.

Yogyakarta, 23 Februari 2015

Informan



M. Ridho G.

SURAT PERNYATAAN INFORMAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,


Nama : TAUFIK IDAWAN
Status : MAHASISWA
Jenis Kelamin : LAKI - LAKI
Usia : 20 TAHUN

Menyatakan diri sebagai informan dalam penulisan skripsi yang dilakukan oleh Hanif Hanindito Jati berjudul "Kaum Muda, Internet Dan Pemilihan Umum (Analisis Resepsi Pemilih Pemula Pemilu 2014 Terhadap Instrument Kampanye Politik Melalui Situs Bebas Youtube.com Berjudul "Bersatu Padu Coblos No. 2 versi Marzuki Mohammad" Di Kalangan Mahasiswa Di Yogyakarta) sebagai tugas akhir studi mahasiswa di Universitas Gadjah Mada, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Jurusan Komunikasi.

Saya sudah membaca seluruh hasil transkrip wawancara dan menyatakan bahwa semuanya adalah benar dan telah sesuai dengan apa yang saya utarakan.

Yogyakarta, 23 Februari 2015

Informan



TAUFIK IDAWAN

SURAT PERNYATAAN INFORMAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Riddho Noervianto
Status : Mahasiswa
Jenis Kelamin : laki - laki
Usia : 19

Menyatakan diri sebagai informan dalam penulisan skripsi yang dilakukan oleh Hanif Hanindito Jati berjudul "Kaum Muda, Internet Dan Pemilihan Umum (Analisis Resepsi Pemilih Pemula Pemilu 2014 Terhadap Instrument Kampanye Politik Melalui Situs Bebas Youtube.com Berjudul "Bersatu Padu Coblos No. 2 versi Marzuki Mohammad" Di Kalangan Mahasiswa Di Yogyakarta) sebagai tugas akhir studi mahasiswa di Universitas Gadjah Mada, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Jurusan Komunikasi.

Saya sudah membaca seluruh hasil transkrip wawancara dan menyatakan bahwa semuanya adalah benar dan telah sesuai dengan apa yang saya utarakan.

Yogyakarta, 23 Februari 2015

Informan



Riddho Noervianto