

**KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM VIDEO BLOGGER KEMAL PALEVI
(Studi Analisis Semiotika John Fiske Mengenai Komunikasi Persuasif sebagai
Pernyataan Cinta Kemal Palevi dalam Video Blogger “Nembak Cewek Random”)**

Titih Nurhaipah
titihnur13@gmail.com
Dosen Tetap S1 Prodi Ilmu Komunikasi
Universitas Majalengka

Abstract

The horrendous phenomenon of the entertainment world in Indonesia, the rampant horror of YouTube online with creative content. One of them is a blogger video, a blogger activity created with a visual audio recording version. Video from blogger Channel Kemal Palevi is a content on YouTube whose content deals with jokes and jokes made by Kemal Palevi, one of which is Nembak Random Girl, the video entitled Nembak Random Girl is made just for fun where the content of the blogger of videos is Kemal Palevi has quietly expressed his declaration of love to a woman who did not even know with forced words until the woman who asked did not respond if she was accepted or rejected. In this video, Kemal Palevi behaves like a Playboy who always sells love to many women to justify any means (lying). Some of the crazy video blogger Kemal Palevi have posters that show communication, one of which is persuasive communication.

Key words: persuasive communication, video blogger, semiotika

Abstrak

Fenomena yang menghebohkan dunia hiburan di Indonesia, maraknya menghebohkan daring youtube dengan konten kreatif. Salah satunya adalah video blogger, kegiatan blogger yang dibuat dengan versi rekaman audio visual. Video Blogger Chanel Kemal Palevi adalah sebuah konten Youtube yang isi nya mengenai keisengan dan guyonan yang dilakukan oleh Kemal Palevi salah satunya adalah Nembak Cewek Random, Video berjudul Nembak Cewek Random ini dibuat hanya untuk bersenang-senang saja yang dimana isi dalam video blogger nya itu Kemal Palevi dia dengan percaya diri menyatakan pernyataan cintanya kepada seorang perempuan yang tidak dia kenal bahkan dengan kata-kata memaksa sampai perempuan yang dia tanya memberikan jawaban apakah diterima atau ditolak cintanya. Dalam video ini Kemal Palevi bertindak sebagai seorang *Playboy* yang selalu mengobrol cintanya ke banyak wanita bahkan sampai dengan menghalalkan segala cara (berbohong). Beberapa scane dalam video blogger Kemal Palevi ini terdapat tanda-tanda yang menunjukkan komunikasi salah satunya adalah komunikasi persuasif.

Kata Kunci: Komunikasi persuasif, video blogger, semiotika

A. Pendahuluan

Video Blogger adalah sebuah video dokumentasi jurnalistik yang ada didalam web berisi tentang kehidupan, pikiran, opini, dan ketertarikan. Secara sederhana Vlog adalah sebuah konten kreatif yang di buat seseorang untuk membagikan diary kehidupannya dalam bentuk video yang disengaja untuk ditayangkan kepada publik, umumnya Vlog digunakan untuk menyajikan informasi yang menarik, lucu, konyol, unik, edukatif, dan lainnya kemudian diunggah dalam sebuah situs web berbagi video yaitu Youtube.

Fenomena munculnya Vlogger kemudian menular ke banyak remaja Indonesia hingga beramai-ramai dan berlomba-lomba membuat video menarik, vlogging (istilah para vlogger membuat vlognya) biasanya dilakukan dengan berbicara di depan kamera menceritakan tentang sesuatu yang ia suka, berbicara berbagai tips, berbagi apapun yang ada di dalam pikiran, montase, bahkan ada pula yang membuat klip seperti film. Ada istilah take-a-long vlogging yang berarti vlogger yang menceritakan kesehariannya dalam durasi yang panjang, seperti pergi ke mall, kemudian mengendarai sepeda motor, lalu pulang ke rumah dan tidur yang dimuat dalam sebuah video, vlog ini sudah mewabah dikalangan remaja, artis-artis Indonesia bahkan sampai ke Presiden pun ikut menjadi seorang Vlogger, beberapa tahun terakhir. Fenomena Video Blogger atau Vlog semakin menjamur di masyarakat.

Penggunaan media massa yaitu Youtube sebagai konten video memang hal yang tepat untuk menyampaikan ekspresi diri, menyampaikan pesan dan hiburan tergantung tujuan dari isi videonya. Video juga dianggap sebagai media komunikasi yang ampuh terhadap massa yang menjadi sasarannya, karena sifatnya yang audio visual. Dengan gambar dan suara, video mampu bercerita banyak dalam waktu singkat. Ketika menonton video, penonton seakan-akan dapat menembus ruang dan waktu yang dapat menceritakan kehidupan dan bahkan dapat mempengaruhi audiens.

Pada umumnya video dapat mencakup berbagai pesan, baik itu ekspresi diri, menyampaikan pesan dan hiburan. Pesan dalam video menggunakan mekanisme lambang-lambang yang ada pada pikiran manusia berupa isi pesan, suara, perkataan, percakapan dan sebagainya. Sehingga sebagai sebuah media komunikasi massa, video sangat sarat akan simbol dan tanda. Sedangkan ilmu yang mempelajari tentang tanda adalah semiotika. Dimana dengan ilmu semiotika ini peneliti akan sangat dibantu dalam menelaah arti kedalaman suatu bentuk komunikasi, dan mengungkap makna serta tanda yang tersirat yang ada di dalam Video Blogger Kemal Palevi.

Keberadaan Video Blogger dikalangan remaja mempunyai makna yang unik diantara media komunikasi lainnya. Selain dipandang sebagai media hiburan ternyata Video Blogger pun merupakan media komunikasi yang efektif dalam penyebarluasan ide dan gagasan, Video Blogger juga merupakan media ekspresi seni yang memberikan jalur pengungkapan kreatifitas, seperti dalam Video Blogger Kemal Palevi yang bebas berekspresi.

Peneliti menganggap bahwa Video Blogger Kemal Palevi memiliki tanda dan makna tertentu yang bisa ditelaah dengan menggunakan analisa semiotika. Karena Semiotika menurut Zoest (1992) adalah studi tentang tanda dan segala yang berhubungan dengannya: cara berfungsinya, hubungannya dengan tanda-tanda yang lain, pengirimannya dan penerimaannya oleh mereka yang mempergunakannya.

Manfaat semiotika itu sangat besar melampaui sekadar penjelasan tentang suatu bahasa, semiotika menjadi sangat penting untuk dipelajari karena sangat bermanfaat untuk menjelaskan perbagai makna seperti model pakaian, teks atau suara iklan, genre budaya populer di TV dan film, tampilan musik, wacana politik, hingga segala bentuk tulisan dan pidato. (Liliweri, 2011: 457).

Menurut John Fiske (1997) dalam (Sobur, 2006: 95) Semiotika mempunyai tiga bidang studi utama: Pertama, Tanda itu sendiri. Tanda adalah konstruksi manusia dan hanya bisa dipahami dalam artian manusia yang menggunakannya. Kedua, kode atau sistem yang mengorganisasikan tanda. Studi ini mencakup cara berbagai kode dilambangkan guna memenuhi kebutuhan suatu masyarakat atau budaya untuk mengeksploitasi saluran komunikasi yang tersedia untuk mentransmisikannya. Ketiga, kebudayaan tempat tanda dan kode bekerja. Ini pada gilirannya bergantung pada penggunaan kode-kode dan tanda-tanda itu untuk keberadaan dan bentuknya sendiri, mendefinisikan hubungan antara tanda, benda dan arti. Tanda tersebut mempresentasikan benda atau yang ditunjuk di dalam pikiran si penafsir itu.

B. Kajian Pustaka

Semiotika John Fiske

Semiotika atau semiology berasal dari bahasa Yunani, semion yang berarti tanda. Menurut John Fiske, semiotika adalah studi tentang petanda dan makna dari system tanda, ilmu tentang bagaimana makna dibangun dalam “teks” media; atau studi tentang bagaimana tanda dari jenis karya apapun dalam masyarakat mengkomunikasikan makna. John Fiske mengatakan bahwa terdapat 3 (tiga) area penting dalam studi semiotika yaitu:

1. Tanda itu sendiri, terdiri dari beberapa jenis tanda yang berasal dari disiplin ilmu yang berbeda, dengan pengertian yang berbeda dan dengan cara yang menghubungkan mereka dengan para penggunanya.
2. Kode atau sistem dimana tanda tandanya beraturan. Penelitian ini meliputi cara beragam kode yang telah dikembangkan sesuai dengan kebutuhan sosial dan budaya, atau mengembangkan saluran komunikasi yang tersedia.
3. Budaya yang berada dalam kode dan system yang berjalan. Sifatnya pada keberadaan dan bentuk kode dan tanda itu sendiri.

Dari ketiga bidang studi utama semiotika diatas, bidang ketigalah yang akan digunakan dalam penelitian ini. Hal ini mengingat bahwa semiotika berusaha untuk menggali hakikat system tanda yang beranjak keluar kaidah tata bahasa dan sintaksis dan yang mengatur arti teks yang rumit, tersembunyi, dan tergantung pada kebudayaan. Tanda merupakan sesuatu yang bersifat fisik, bisa dipersepsikan oleh indera kita tanpa mengacu pada sesuatu diluar tanda itu sendiri dan bergantung pada pengenalan oleh penggunanya sehingga bisa disebut tanda.

1. level realitas

Kode kode sosial yang termasuk dalam level pertama ini yakni meliputi appearance (penampilan), dress (kostum), make up (riasan), environment (lingkungan), behaviour (perilaku), speech (gaya bicara), gesture (gerakan), expression (ekspresi).

2. Level Representasi

Kode kode yang termasuk dalam level kedua ini berkaitan dengan kode kode teknik, seperti camera (kamera), lighting (pencahayaannya), editing (pertelevisian), music (Musik) dan sound (suara). mencakup kode kode representasi seperti narrative (narasi), conflict (konflik), character (karakter), action (aksi), dialogue (dialog), setting (latar), dan casting (pemeran).

3. Level Ideologi

Terorganisir dalam penerimaan hubungan sosial oleh kode kode ideology seperti :individualis, patriaki, ras, kelas, materialisme, kapitalisme, dan lain lain.

Komunikasi Interpersonal

Komunikasi intrapribadi (intrapersonal communication) adalah komunikasi dengan diri sendiri. Contohnya berfikir. Komunikasi ini merupakan landasan komunikasi antarpribadi dan komunikasi dalam konteks-konteks lainnya, meskipun dalam disiplin komunikasi tidak dibahas secara rinci dan tuntas. Dengan kata lain komunikasi intrapribadi ini melekat pada komunikasi dua orang, tiga orang, dan seterusnya, karena sebelum

berkomunikasi dengan orang lain kita biasanya berkomunikasi dengan diri sendiri (mempersepsi dan memastikan makna pesan orang lain), hanya saja caranya sering tidak disadari. Keberhasilan komunikasi kita dengan orang lain bergantung pada keefektifan komunikasi kita dengan diri sendiri.

C. Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitatif dengan menggunakan metode analisis semiotika John Fiske. Metode penelitian kualitatif digunakan untuk mengetahui dan menjelaskan lebih mendalam penelitian ini. Sedangkan metode analisis semiotika John Fiske digunakan untuk mengetahui secara detail Realita, Representasi dan Ideologi dari Komunikasi Persuasif dalam Video Blogger Kemal Palevi.

Riset komunikasi jenis kualitatif dilakukan untuk menyikapi sebuah objek yang diteliti yang cenderung berubah. Hal demikian tidak dapat diformulasikan atau dimasukkan dalam sebuah pertanyaan-pertanyaan dalam kuisioner. Penelitian kualitatif tentu saja bersifat empiris, hanya saja pengamatan atas data bukanlah atas dasar ukuran-ukuran matematis yang terlebih dulu diterapkan peneliti dan harus disepakati oleh pengamat, melainkan berdasarkan ungkapan subjek penelitian, sebagaimana dikehendaki dan dimaknai oleh subjek penelitian (Mulyana & Solatun, 2007: 11)

D. Hasil Pembahasan

Berdasarkan temuan penelitian yang dilakukan, peneliti akan menggunakan Analisa Semiotika John Fiske mengenai Komunikasi Persuasif dalam Video Blogger Kemal palevi yang terbagi dalam tiga level sebagai berikut:

1. Level Realitas (*reality*) : Kode sosial yang termasuk di dalamnya adalah *appearance* (penampilan), *dress* (kostum), *make-up* (riasan), *environment* (lingkungan), *behavior* (kelakuan), *speech* (dialog), *gesture* (gerakan), *expression* (ekspresi), *sound* (suara),
2. Level Representasi (*representation*): Kode-kode sosial yang termasuk didalamnya adalah kode teknis, yang melingkupi *camera* (kamera), *lighting* (pencahayaan), *editing* (perevisian), *music* (musik), dan *sound* (suara), serta kode representasi konvensional yang terdiri dari naratif; konflik; karakter; aksi; dialog; *setting* dan *casting*. Dan
3. Level Ideologi (*ideology*): Kode sosial yang termasuk di dalamnya adalah individualisme (*individualism*), feminisme (*feminism*), ras (*reins*), kelas (*class*),

materialisme (*materialism*), kapitalisme (*capitalism*), konservatisme (*conservatism*) dan lain-lain.

Realitas *speech*

Realitas *Speech* dalam Video Blogger Kemal Palevi “Nembak Cewek Random Komunikasi Persuasif dalam Video Blogger Kemal Palevi “Nembak Cewek Random” di bagian *Speech*: Realitas Komunikasi Persuasif dalam Video Blogger Kemal Palevi “Nembak Cewek Random” pada dialog ini adalah *speech* bagian “*justru gue disini supaya elu ga galau lagi*”, “*jadi hari ini gue mau nembak elu*”, “*eh kita satu kampus kali, ngga nyadar ya?*”, “*Iya makanya gue naksir sama Tiffa udah dari lama*”, “*mau ga jadi cewe gua?*”

Potongan dialog diatas berusaha menyampaikan kode realitas yaitu sebagai cara Kemal Palevi untuk menyatakan cintanya kepada seorang perempuan agar mencapai puncak dari apa yang akan Kemal Palevi tuju yaitu menyatakan cinta, dan realitas dalam kehidupan yang sebenarnya mungkin Kemal Palevi itu mendapatkan cara untuk menyatakan cintanya dari pengalaman orang lain karna Kemal Palevi dalam kehidupan sehari-harinya tidak seperti yang orang lihat di Video Blogger Kemal Palevi “Nembak Cewek Random”. Hal ini didukung pula dengan pernyataan Ocky Sandi (Kang Ocky) Ahli Teater.

Dialog Kemal ini dia mencoba membuat dramaturgi dalam videonya dia, menembak perempuan itu menjadi klimaks dari videonya dia. Dialog ini adalah dialog yang sedang mencoba di bangun oleh si kemal untuk mencapai klimaksnya. Dialog ini adalah realitas yang sangat real dari peristiwa yang mau dibangun oleh si kemal, realitas banget untuk film si kemal, dan dia ngomong gitu juga termotipasi dari jawaban si perempuan, yang paling penting itu kan motif, dan dalam motif itu ada sebuah rangsangan dan respon, di tengah-tengah rangsangan dan respon pasti ada konflikasi, konflikasinya adalah dia mencoba membuat pertanyaan-pertanyaan supaya menuju klimaks.

Realitas *appearance*

Komunikasi Persuasif dalam Video Blogger Kemal Palevi “Nembak Cewek Random” di bagian *appearance*: Realitas Komunikasi Persuasif dalam Video Blogger Kemal Palevi “Nembak Cewek Random” di bagian *appearance* (Penampilan) Kemal Palevi, yang ada dalam potongan gambar diatas yaitu pada bagian Rambut Kemal Palevi yang di cat warna coklat.

Potongan gambar diatas berusaha menyampaikan kode realitas yaitu penampilan Kemal Palevi yang menggunakan cat rambut yang artinya Penampilan Kemal Palevi ini

mewakili dari generasi milenial generasi kekinian generasi yang sangat memperhatikan identitas personal yang kadang mereka terjebak oleh identitas visual tidak identitas intelektual jadi yang penting keren, ciri-ciri masyarakat milenial yang utamanya adalah mereka masyarakat hedon.

Yang kedua mereka generasi artistik, dimana dalam generasi ini masyarakat hanya mementingkan penampilan yang keren dan dipaksa untuk berpenampilan keren, karena memang desain global itu sedang di arahkan kesana, khususnya remaja Indonesia semakin dijauhkan dari ideologi-ideologi kebangsaannya untuk menjadi masyarakat milenial yang memperhatikan tampilan fisik, sehingga mereka akan menjadi generasi konsumtif selalu harus beli apa yang sedang menjadi trend. Maka penampilan Kemal ini mewakili dari generasi kekinian yang sangat memperhatikan penampilan dan butuh eksistensi, mereka akan mencari hal-hal yang sifatnya keren salah satunya adalah rambut di warnain dan untuk masyarakat sekarang itu suatu hal yang keren mewakili ideologi kebebasan kita anak muda yang masih bisa memilih tanpa banyak pertimbangan.

Realitas *dress*

Realitas Komunikasi Persuasif dalam Video Blogger Kemal Palevi “Nembak Cewek Random” di bagian *dress* (Kustom) yang ada dalam potongan gambar diatas yaitu baju Kemal Palevi yang memakai kemeja kotak-kotak. Potongan gambar diatas berusaha menyampaikan kode realitas yaitu kostum Kemal Palevi yang menggunakan baju kotak-kotak yang artinya menggunakan kemeja untuk terlihat lebih rapih dan dewasa, dan untuk kemeja motif kotak-kotak mungkin itu hanya kebetulan saja dan mungkin juga Kemal Palevi mempunyai kemeja lain yang motifnya berbeda. Hal ini ditegaskan oleh Ocky Sandi ahli teater.

“Kemal Palevi memakai baju kotak-kotak mewakili masyarakat saat ini, hanya kalau lebih spesifik Kemal Palevi sadar ga dia memakai baju kotak-kotak, karna saat ini memakai baju kotak-kotak itu mewakili genre sebuah golongan seperti yang di pakai oleh salah satu pemimpin di Indonesia pada fenomena pilkada ada yang memakai baju kotak-kotak untuk mewakili banyak golongan”.

Realitas *environment*

Komunikasi Persuasif dalam Video Blogger Kemal Palevi “Nembak Cewek Random” di bagian *environmen*: Realitas Komunikasi Persuasif dalam Video Blogger Kemal Palevi “Nembak Cewek Random” di bagian *environment* (lingkungan) yang ada dalam potongan gambar diatas yaitu lokasi pembuatan video blogger Kemal Palevi tempatnya di sebuah Kafe. Potongan gambar diatas berusaha menyampaikan kode realitas

yaitu *environment* (lingkungan) Kemal Palevi yang menggunakan lokasi di sebuah kafe artinya itu tempat yang paling banyak dikunjungi anak muda masa kini khususnya mahasiswa.

Sebuah kafe adalah tempat berkumpulnya orang dari berbagai macam latar belakang, jaman dulu hanya satu yang sama dari semua orang yang datang ke kafe yaitu makan dan minum, jaman sekarang yang datang ke kafe itu niatnya nongkrong dan sekarang mulai muncul sebagai masyarakat milenial yaitu mencari sinyal wifi karena selalu ingin eksis, di mana menjadi suatu hal yang saru ketika datang ke kafe antara niat makan dan mencari sinyal wifi hasilnya banyak yang mencari sinyal wifi dan mencari makan itu hanya suatu pengorbanan mereka untuk mendapatkan sinyal wifi.

Sehingga munculah fenomena remaja yang jarang makan di rumah karna lebih memilih makan di kafe, di rumah memang dia makan tetapi ketika datang ke kafe remaja itu akan memesan makanan padahal niatnya itu mendapatkan sinyal wifi, dari kejadian itu kita digiring menjadi generasi yang konsumtif. Kafe itu tempat bertemunya banyak orang dari berbagai macam latar belakang, Kemal Palevi memilih kafe karna memang mudah untuk mencari mangsa buat keisengannya, jika dia datang nya ke tempat yang tematik misalkan tempat pengajian dan perpustakaan itu niatnya yang datang kesana memang untuk ngaji dan baca buku, tapi kalau datang nya ke kafe itu random orang yang datang ke kafe kita tidak tau niatnya untuk apa jadi lebih memungkinkan untuk Kemal palevi melakukan keisengannya dan bisa lebih mengekspresikan keisengannya dengan bebas tetapi terlepas dari itu Kemal Palevi dasarnya orang timur maka meskipun dia iseng orang timur pasti punya etika dan akan berperilaku sopan.

Realitas *gesture*

Realitas Komunikasi Persuasif dalam Video Blogger Kemal Palevi “Nembak Cewek Random” di bagian *gesture* (gerakan) yaitu ketika dia percaya diri dia pasti menatap lawan mainnya, pada saat di menggerak-gerakan tangannya itu posisi yang tidak percaya diri, dia juga sedang berpikir untuk mencari kata-kata yang tepat untuk disampaikan kepada perempuan tersebut, sehingga dia melakukan sesuatu untuk membantu menggali agar mendapatkan kembali apa yang akan dia katakan sehingga kembali percaya diri, karna biasanya orang secara psikologi kalau tidak dalam puncak kepercayaan dirinya dia akan melakukan aktifitas secara reflek untuk membantu supaya percaya diri, berbeda dengan sebuah karakter, karakter orang yang kecenderungan ketika bicara tangannya selalu bergerak akan berbeda dengan orang yang Bergeraknya karna dorongan dari dalam dirinya

yang tidak dalam posisi siap dan tidak percaya diri dan biasanya gerakan itu di ulang-ulang. Hal ini ditegaskan oleh Ocky Sandi ahli teater.

Dia membungkuk mencoba mensejajarkan untuk membuat sama (0-0) agar perempuannya tidak merasa tertekan sehingga tidak membuat benteng dan tidak mengeluarkan kata-kata rasis, dan ketika sudah sejajar maka perempuan tersebut akan merasa terapresiasi sehingga perempuan itu akan terbuka dan terus terang.

Dan ketika meninggikan badan Kemal Palevi kembali lagi menguasai percakapan dia akan meinggikan kembali badannya sebagai simbol bahwa Kemal Palevi itu berhasil (1-0), karna perempuan itu sebagai objek maka Kemal Palevi yang harus membuka diri membuka percakapan supaya perempuan itu tidak diam dan bingung, maka Kemal Palevi harus kembali membungkukan badan. Ketika mencapai klimaksnya di kembali berdiri dengan percaya diri dia menyatakan cintanya ke perempuan itu. Dari gerakan ini ada bahasa tubuh, pernyataan, pertanyaan sekaligus tendensi untuk menguasai. Maksudnya bahwa Kemal Palevi telah mencapai tujuannya untuk menyatakan cinta ke perempuan tersebut.

Ketika Kemal menguasai percakapan dia pasti menatap wajah perempuan itu dan dia selalu meninggikan badannya, dan untuk mendekati perempuan itu dia akan mensejajarkan badannya dengan posisi perempuan itu, dan membuat aktifitas yang tidak sadar dalam rangka mencairkan suasana. Jadi kesimpulannya secara psikologi Kemal Palevi menggerak gerakan tangannya itu untuk menggali lagi kepercayaan dirinya, kalau dalam perspektif pemeranan namanya bisnis ekting kecenderungan orang sarapnya tidak dalam kondisi stabil akan masuk ke titik tubuh yang mana yang nantinya tubuh itu akan memacu kembalinya kesadaran. Ketika kemal mendapatkan kembali kepercayaan dirinya dia kembali lagi ke tatapan mata perempuannya dan masuk lagi ke tema nya untuk menyatakan cinta ke perempuan itu, dan tidak melakukan lagi gerakan yang tidak penting hanya untuk membuat rileks.

Realitas *expression*

Komunikasi Persuasif dalam Video Blogger Kemal Palevi “Nembak Cewek Random” di bagian *expression*: Realitas Komunikasi Persuasif dalam Video Blogger Kemal Palevi “Nembak Cewek Random” di bagian *expression* (ekspressi) yaitu ketika Kemal Palevi mengajak perempuan itu untuk menjadi pacarnya yang artinya komunikasi Kemal Palevi dan perempuan tersebut berupa ajakan tetapi kemal juga terlihat percaya diri karna dia tidak sedang berakting.

Representasi Komunikasi Persuasif

Representasi Komunikasi Persuasif dalam Video Blogger Kemal Palevi “Nembak Cewek Random” di bagian *editing* (perevisian) yaitu ada tulisan-tulisan dalam video tersebut seperti pada potongan gambar di atas yang artinya itu adalah sebuah penegasan karena Kemal Palevi misinya menyatakan cinta dengan kondisi yang sangat tidak direncanakan, kalau tidak dibantu dengan sesuatu yang ditandai tidak ditegaskan titik-titik yang mau disampaikan takut kita sebagai penonton tidak mengerti nantinya pesan yang akan disampaikan oleh Kemal Palevi tidak sampai, ditambah sekarang dalam generasi milenial sedang rame kata memakai tanda hastag (#), terlihat dalam scene menanyakan nama ketika menanyakan nama kepada Tifa muncul #Tifa dan ketika menanyakan nama ke temennya tidak muncul kata yg memakai hastag karena memang sasarannya adalah Tifa, jadi kesimpulannya untuk menjelaskan dan menebalkan informasi kepada penonton supaya mengerti dan memahami peristiwa video ini, karena ini tanpa audio yang benar, dikhawatirkan dengan suasana yang serba mendadak ada beberapa hal teknis sehingga membuat pesan ini tidak sampai ke penonton, alasannya ini sangat tidak teknis jadi membutuhkan improfisasi

Ideologi Komunikasi Persuasif

Ideologi Video Blogger Kemal Palevi “Nembak Cewek Random” yang tampak pada semua Setting Penelitian yang Peneliti lakukan ini adalah Ideologi Anarkisme (*anarchism*), sebuah teori politik yang bertujuan untuk menciptakan anarki, ketiadaan tuan tanpa raja yang berkuasa. Dengan kata lain, anarkisme adalah teori politik yang bertujuan untuk menciptakan suatu masyarakat yang didalamnya individu, bebas berkumpul bersama dengan sederajat. Yakni dalam Video Blogger Kemal Palevi “Nembak Cewek Random” dia memperlihatkan sisi ideologi anarkisme seperti yang peneliti lihat dia merasa sederajat dengan sasarannya dan juga Kemal Palevi tidak memaksakan kepada sasarannya untuk mengikuti apa yang dia mau.

Kemal Palevi di tokohkan sebagai seorang Playboy dalam Video Blogger “Nembak Cewek Random” karena penggunaan bahasa saat Kemal Palevi menyatakan cinta kepada perempuan tersebut umumnya digunakan oleh banyak laki-laki yang juga akan menyatakan cinta terhadap seorang perempuan, dari segi penampilan Kemal Palevi itu mewakili anak muda jaman sekarang khususnya para lelaki yang suka mencari banyak perempuan untuk dijadikan pasangannya.

E. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian Komunikasi Persuasif dalam Video Blogger Kemal Palevi “Nembak Cewek Random”, maka peneliti menarik kesimpulan antara lain:

1. Realitas Komunikasi Persuasif dalam Video Blogger Kemal Palevi “Nembak Cewek Random” menggunakan kode sosial *speech* (Dialog), *appearance* (Penampilan), *dress* (Kostum), *environment* (lingkungan), *gesture* (Gerakan), *expression* (Ekspresi) yaitu gaya bahasa, penampilan, dan ekspresi untuk menyatakan cinta kepada seorang perempuan banyak digunakan oleh anak muda pada generasi milenial
2. Representasi Komunikasi Persuasif dalam Video Blogger Kemal Palevi “Nembak Cewek Random” menggunakan kode sosial berupa *Editing* (Perevisian) yaitu untuk memberikan informasi atas aktifitas yang akan dilakukan dalam Video Blogger tersebut.
3. Ideologi Komunikasi Persuasif dalam Video Blogger Kemal Palevi “Nembak Cewek Random” yang tampak pada keseluruhan Video Blogger ini adalah mengisyaratkan kepada Ideologi Anarkisme (*anarchism*), Mengusung sistem personaliti yang punya kebebasan melakukan apapun tapi tetap menghargai sistem kebebasan yang dimiliki orang lain.

Daftar Pustaka

- Bungin, Burham. 2006. *Sosiologi komunikasi, Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sobur, Alex. 2006. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- <http://www.komunikasipraktis.com/2015/04/komunikasi-massa-pengertian.html>
- <http://www.referensimakalah.com/2015/04/komunikasi-massa-pengertian.html>
- <http://erpandsima.blogspot.co.id/2014/05/teori-dalam-komunikasi-persuasif>.
- <http://mettayualin.blogspot.co.id/2013/11/semiotika-para-ahli>.
- <http://www.academia.edu/komunikasi-interpersonal-dan-intrapersonal>