

Abstraksi

Iklan telah menjadi simbiosis mutualisme antara pengiklan dan media massa. Melalui iklan seorang pembuat iklan dapat meyakinkan seseorang terhadap suatu produk baik barang maupun jasa. Selain itu, iklan dapat pula menjadi sarana untuk menyebarkan nilai. Dalam bidang politik, melalui iklan seseorang ataupun partai politik berusaha menggambarkan sebuah realitas tertentu sekaligus menawarkan sebuah gagasan kepada konstituent dengan tujuan membangun citra yang pada akhirnya mengharapkan limpahan suara dari para pemilihnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggambaran sosok Guru Bangsa dalam iklan politik PKS versi Sang Guru Bangsa. Seperti yang diketahui, sejak awal ditayangkan iklan ini, muncul perdebatan publik di media massa. Dalam iklan ini ditampilkan tokoh-tokoh nasional seperti Soekarno, Soeharto, Ahmad Dahlan, Hasyim Asy'ari, M. Natsir, M. Hatta, Jendral Soedirman, dan Bung Tomo.

Agar penelitian ini terarah, peneliti menggunakan analisis semiotik. Metodologi yang digunakan adalah kualitatif. Dengan menganalisa makna denotasi dan konotasi yang terkandung dalam iklan menggunakan analisa semiotik signifikasi dua tahap model Barthes.

Setelah melakukan analisa, dapat disimpulkan bahwa sosok guru bangsa yang digambarkan dari iklan PKS tersebut mempunyai berbagai macam bentuk, antara lain sebagai tauladan, karismatik, berwibawa, pendidik, diplomat, negarawan, serta mampu membangkitkan semangat.

Kata kunci: semiotik, penggambaran, Guru Bangsa, iklan politik.