

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menggali makna dari tiap-tiap simbol dalam iklan kampanye Gita Wirjawan. Tiga iklan kampanye Gita Wirjawan yang ditayangkan di televisi membentuk konstruksi kepemimpinan tersendiri. Signifikansi dari penelitian ini adalah untuk mengetahui konstruksi kepemimpinan yang dilakukan melalui iklan kampanye di televisi. Tidak hanya menunjukkan bagaimana sosok pemimpin yang ideal, iklan kampanye ini menjadi media untuk pencitraan bagi calon yang diusung. Walaupun tidak secara tegas menampilkan sosok Gita dalam iklan, namun iklan ini berusaha membentuk pemikiran tentang pemimpin ideal dan bagaimana sosok Gita jika dia menjadi seorang pemimpin.

Simbol-simbol dalam penelitian ini digali dengan metode semiotik John Fiske. Tiga level analisis dalam metode ini yaitu level realitas, level representasi dan ideologi digunakan peneliti untuk dapat menemukan makna-makna yang membentuk konstruksi kepemimpinan.

Hasilnya, terdapat konstruksi kepemimpinan ideal dalam tiap-tiap iklan. Bahwa seorang pemimpin setidaknya harus memiliki kejujuran, fokus pada tujuan, rasa tanggung jawab, mau turun tangan untuk bekerja langsung di tengah-tengah masyarakat dan mau untuk terus belajar. Setiap simbol-simbol dalam iklan mewakili karakter-karakter tersebut. Pencitraan politik Gita juga tampak dari setiap simbol pada iklan mewakili visi misi, program, atau kegiatan yang memang sedang dilakukan oleh Gita Wirjawan.

**Kata kunci:** konstruksi, kepemimpinan, iklan kampanye, televisi, John Fiske.