

ABSTRAK

Pencitraan kandidat politik memiliki peranan yang penting dalam menentukan keberhasilan seorang kandidat dalam menduduki posisi yang diinginkan. Maka dari itu di perlukan adanya suatu pencitraan untuk membangun citra yang positif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pencitraan Yulyani, SPd sebagai salah satu calon anggota legislatif perempuan dari DPD PKS Kota Surabaya pada masa kampanye 2004

Tinjauan pustaka dalam penelitian ini membahas tentang *Public Relations* dalam politik, citra atau *image*, komunikasi politik, keterwakilan perempuan Indonesia dalam politik serta perempuan dan politik dalam perspektif Islam.

Dalam bab 2 berisi tentang kiprah perempuan dalam bidang politik di Indonesia yang dimulai pada masa periode kemerdekaan sampai periode reformasi. Selain itu pada bab ini juga berisi tentang platform PKS untuk pembangunan perempuan Indonesia seutuhnya..

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, dengan tipe penelitian deskriptif. Proses analisis data sudah dimulai sejak data mulai dikumpulkan. Data yang dikumpulkan, dibaca, ditelaah, diatur, kemudian di analisis. Dimana analisis dilakukan dengan jalan menghubungkan kategori dan data dalam kerangka yang telah ada. sesudah dianalisis data tersebut di interpretasikan, selama proses interpretasi dan penafsiran diatas tetap dibutuhkan dukungan kepustakaan terutama untuk mengkonfirmasi data dari teori.

Melalui analisis tersebut, dapat disimpulkan, pada dasarnya pencitraan yang dilekatkan pada diri seorang Yulyani adalah citra yang tidak keluar dari citra partai yaitu sebagai seorang perempuan yang "sukses dunia akhirat" dengan memanfaatkan peran publik dan domestik yang dimiliki yaitu sebagai pendidik, pengusaha, mubalighah dan sebagai seorang ibu rumah tangga yang sukses dalam mengatur rumah tangga. Akan tetapi semua citra Yulyani ini sengaja kurang ditonjolkan dibandingkan dengan citra partai. Pasalnya sebagai pemain baru di kancah perpolitikan Indonesia, dengan mengawali debutnya melalui saudaranya Partai Keadilan (PK), nama PKS kurang di kenal masyarakat, tidak hanya itu PKS juga minim tokoh-tokoh yang populer. Sehingga mau tidak mau pada pemilu 2004 PKS melakukan strategi lebih 'menjual' partai dibandingkan menjual calegnya untuk lebih menguatkan *brand awarness* calon konstituen.