

ABSTRAKSI

Penerapan konsep marketing saat ini mulai merambah ke bidang-bidang lain di luar ekonomi, termasuk politik. Politik dianalogikan sebagai pasar dimana para figur politik saling berkompetisi untuk memperebutkan pangsa pasar pemilih. Di sinilah konsep marketing yaitu marketing politik berperan untuk merebut pangsa pasar pemilih yang sebesar-besarnya. Namun selain melakukan marketing politik, figur politik juga memerlukan citra politik sebagai sebuah strategi *positioning* untuk membedakan antara satu figur politik dengan figur politik lainnya. Melalui *positioning* tersebut figur politik bisa memiliki posisi yang khas, jelas, *meaningful*, dalam sistem keyakinan dan kognitif para pemilih yang memudahkan para pemilih tersebut mengidentifikasi figur politik tertentu.

Presiden SBY juga merupakan figur politik, sehingga Presiden SBY memerlukan citra politik yang dapat menjadikan dirinya lebih menonjol diantara figur politik lainnya. Oleh karena itu permasalahan yang dikemukakan dalam penelitian ini menyangkut pertanyaan citra-citra apa sajakah yang dimunculkan melalui berita-berita pada kolom Berita Utama di situs resmi pribadi Presiden www.presidensby.info.

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi dengan unit analisis tematik. Analisis dilakukan dengan menggunakan lembar koding yang telah disiapkan dengan mengkategorikan isi berita-berita menurut kategorisasi citra figur politik yang telah ditetapkan yang sebelumnya telah dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan rumus R. Holsti dan Scott. Data yang telah dikategorikan tersebut disajikan ke dalam bentuk tabel distribusi frekuensi.

Setelah dilakukan penelitian diperoleh kesimpulan bahwa terdapat 5 citra Presiden SBY yang dimunculkan melalui berita-berita pada kolom berita utama di situs www.presidensby.info periode Oktober 2007 – Maret 2008. Citra-citra tersebut adalah citra Presiden SBY sebagai figur pemimpin yang aktif, kuat, cerdas, jujur, dan nasionalis. Citra Presiden SBY yang paling banyak muncul adalah citra Presiden SBY sebagai figur pemimpin yang aktif, yaitu sebanyak 59% atau 41 kali dari 70 kali pemberitaan. Sedangkan citra Presiden SBY yang paling sedikit muncul adalah citra Presiden SBY sebagai figur pemimpin yang nasionalis, yaitu sebanyak 4% atau 3 kali dari 70 kali pemberitaan. Terdapat 2 citra Presiden SBY yang muncul hampir sama banyaknya, yaitu citra Presiden SBY sebagai figur pemimpin yang kuat, dan citra Presiden SBY sebagai figur pemimpin yang cerdas, yang masing-masing muncul sebanyak 16% atau 11 kali dari 70 kali pemberitaan, dan 14% atau 10 kali dari 70 kali pemberitaan.

Keyword: marketing politik, citra