

## Ringkasan

Penelitian ini merupakan analisis tekstual iklan politik TV KaJi (Khofifah Indar Parawansa - Mudjiono) dan KarSa (Soekarwo - Saifullah Yusuf) pada masa kampanye Pemilihan Gubernur Jawa Timur (Pilgub Jatim) tahun 2008. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana iklan mengkonstruksi pesan untuk kepentingan pencitraan politik mereka dalam rangka mendapatkan simpati dan dukungan dari calon pemilih. Isu-isu apa yang diangkat dan dilekatkan dalam iklan politik TV KaJi dan KarSa terkait upaya pembentukan citra (*image*) politik kandidatnya, serta apa alasan isu/tema pencitraan tersebut yang diangkat dalam konteks kampanye politik di Jawa Timur. Penelitian ini juga dapat digunakan untuk melihat gaya dan strategi iklan politik Soekarwo sebagai *incumbent* dengan Khofifah sebagai kandidat penantang.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruksionis, yakni memandang bahwa iklan politik TV sebagai sarana komunikasi dan konstruksi citra (*image*). Sebagai sarana komunikasi, iklan politik TV dapat mempertukarkan makna tertentu melalui simbol-simbol unsur pembentuknya. Sedangkan sebagai sarana konstruksi citra (*image*), iklan politik adalah alat konstruksi atas representasi dan persepsi publik terhadap individu kandidat yang dibangun melalui perangkat tekstual (*textual devices*) iklannya baik berupa simbol-simbol verbal, visual maupun audio sebagai unsur-unsur utamanya.

Penelitian kualitatif ini menggunakan pendekatan eksploratif, dimana peneliti berusaha mengungkap dunia konseptual dari objek yang diteliti. Metode ini dipilih sebagai pendekatan studi karena dinilai peneliti dapat mengeksplorasi dan menganalisis lebih jauh makna pesan yang terkandung dalam tekstual iklan. Dengan bantuan metodologi visual (*visual methodologies*) sebagai metode untuk menelaah iklan sebagai produk budaya visual, peneliti berupaya mengungkap makna tekstual melalui hubungan teks dan konteksnya.

Berdasarkan hasil penelitian terhadap tekstual iklan politik keduanya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa: Isu yang diangkat dalam iklan politik TV KaJi adalah isu gender dalam pembangunan. Pesan inti (*core message*) yang ingin dibangun dalam iklan KaJi adalah pencitraan Khofifah sebagai sosok ibu (pemimpin perempuan) yang sangat dibutuhkan rakyat Jawa Timur. Melalui representasi simbolis unsur-unsur naratif dan sinematikanya, Khofifah dikonstruksi citranya sebagai calon pemimpin yang sangat *concern* terhadap nasib perempuan. Setidaknya ada tiga alasan utama yang dilekatkan melalui pesan iklan politik TV KaJi terkait dengan upaya meraih simpati dan dukungan calon pemilihnya

terutama kaum perempuan, antara lain: *pertama*, alasan keadilan dan persamaan hak untuk mendukung keterwakilan perempuan dalam bidang politik. *Kedua* adalah alasan pragmatis yang memanfaatkan gagasan pentingnya perempuan memilih perempuan sebagai calon pemimpin, dan *ketiga* alasan perbedaan bahwa perempuan akan membawa gaya dan pendekatan berbeda dalam politik yang kemudian akan mengubahnya menjadi lebih baik.

Sementara isu yang diangkat dalam iklan KarSa adalah tentang nasionalisme romantik. Pesan inti (*core message*) yang dibangun dalam iklan KarSa adalah penguatan citra Soekarwo sebagai tokoh nasionalis Jawa Timur. Dengan mengusung figur Soekarno sebagai tokoh besar nasionalis Indonesia, Soekarwo diasosiasikan sebagai calon pemimpin yang mewarisi semangat nasionalisme Bung Karno. Alasan Soekarwo menggunakan figur Bung Karno dalam representasi iklannya, tidak terlepas dari target segmen kampanye, yakni kelompok massa yang masih memiliki ikatan emosional dengan figur Bung Karno sebagai tokoh nasionalis. Tujuan akhirnya tentu saja adalah untuk meraup suara dari pendukung partai-partai nasionalis yang memiliki ikatan emosional dengan figur Bung Karno sebagai tokoh nasionalis besar bangsa Indonesia.

Akhir kata, bahwa iklan politik sebagai sarana komunikasi dan konstruksi citra kandidat seharusnya dapat mengaktualisasikan peranannya untuk menjadi sarana informasi dan pendidikan politik yang mensejahterakan rakyat. Harapan peneliti yang juga mengacu pada etika periklanan untuk membangun kampanye periklanan politik yang lebih bertanggung jawab, dengan menciptakan persaingan yang sehat antar kandidat. Semoga ke depan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para peneliti, pengiklan, politisi dan tim sukses dalam merencanakan dan mengaplikasikan iklan politik TV dengan lebih kreatif sebagai bagian dari strategi komunikasi dan sarana edukasi politik masyarakat.

## Abstract

This research is a textual analysis towards the political TV ad of Khofifah Indar Parawansa - Mudjiono (KaJi) and Soekarwo - Saifullah Yusuf (KarSa) on the 2008 East Java's governor election campaign's period. This research tends to discover how an ad construct a message for the importance of shaping a political image, in order to gain the simphaty and support of the voter candidate. What issues which being attached on the TV ad, related to the effort in shaping the image of the political candidate, and what is the main reason for choosing those image on the image construction.

This qualitative research is using explorative approach, in which the researcher try to elaborate the findings which was contained on the text of the ad and its connection with the image construction of the candidate. So that it is very possible to discover the main issues and the core message behind the contextual symbols. This research can also be applied to understand the style and strategy of Soekarwo political ad as the incumbent with Khofifah as the opponent candidate.

As the result, it can be concluded the core message which was wished to build on the KaJi's ad is the image of Khofifah as a mother figure (woman leader) which is needed by the east java people. Meanwhile, the main issue in KarSa's ad is the romantic nationalism. The core message which was tried to build is the strenghten of image of Soekarwo as Nationalist figure of East Java. By carrying the figure of Soekarno as a great Indonesia nationalist figure, Soekarwo was associated as a leader candidate whose inherited the nationalism spirit of Soekarno.

**Keyword : Political TV ad, candidate image's construction, political communication, media's campaign.**