

Abstraksi

JUDUL : REPRESENTASI FIGUR PEMIMPIN pada TAYANGAN IKLAN POLITIK KANDIDAT CALON PRESIDEN di TELEVISI
DISUSUN OLEH : PUTHUT AMI LUHUR
NIM : D2C305068

Perubahan kondisi sistem politik di Indonesia dari sistem yang otoritarianisme ke sistem demokrasi membuat persaingan untuk merebut suara dari para pemilih semakin bebas dan terbuka. Anggota partai politik dan perseorangan yang akan mencalonkan diri sebagai anggota legislatif melakukan segala upaya untuk meraih simpati para pemilih. Kampanye konvensional, seperti rapat akbar dan arak-arakan mulai ditinggalkan para kontestan. Iklan kemudian dilirik sebagai cara yang dianggap mampu menggantikannya. Kontestan mulai menggunakan jasa profesional perusahaan periklanan untuk membuat iklan yang dapat membujuk pemilih, terutama pemilih yang belum menentukan sikap.

Namun yang terjadi dari pemilu ke pemilu di era reformasi ini, iklan politik yang muncul tidak beranjak dari materi yang mengedepankan penggambaran sosok, figur seseorang yang digambarkan sebagai pemimpin. Baik pemimpin partai politik, maupun tokoh yang akan maju mencalonkan diri sebagai calon presiden. Kemunculan iklan politik yang selalu menggambarkan sosok figur seseorang menarik diamati, mengingat banyak makna yang tersembunyi di balik iklan tersebut yang ingin disampaikan kepada khalayak, baik secara langsung maupun tidak.

Berangkat dari fenomena tersebut, penelitian ini bermaksud menguak tanda dan simbol dengan menggunakan pendekatan semiotika. Iklan yang dianalisis merupakan materi iklan politik kandidat calon presiden dalam iklan politik Wiranto, Prabowo Subianto, Soetrisno Bachir dan Yusril Ihza Mahendra, di mana materi iklan-iklan tersebut lebih menonjolkan tokoh, sosok dan figur seseorang, bukan program atau partai politik yang mengusungnya.

Pada perkembangannya iklan politik sudah digunakan di Indonesia mulai saat Pemilu 1955, dengan berbagai bentuk. Saat itu, bentuk-bentuk dan materi iklan politik masih sangat sederhana, umumnya mengenalkan dan ajakan untuk mencoblos salah satu partai politik. Pada pada era orde baru, partai politik tidak diperkenankan menggunakan iklan sebagai ajang berkampanye. Iklan politik kembali marak paska tumbanganya orde baru, pada Pemilu 1999.

Hasil penelitian pada tingkatan sintagmatik menunjukkan bahwa materi iklan politik Wiranto versi Breaking News dan Sayembara Nasional, menggambarkan Wiranto sebagai tokoh yang berbeda dengan pemimpin negara saat ini yang tidak mampu menepati janjinya dan mengerti akan penderitaan rakyat sebagai akibat dinaikkannya harga bahan bakar minyak (BBM). Lain halnya dengan Prabowo Subianto dalam materi iklan versi Prabowo dan Asosiasi Pedagang Pasar Indonesia, ia menawarkan sebuah solusi dalam menyelesaikan semua permasalahan yang ada di dalam masyarakat, dan di sisi lain, ia juga digambarkan dekat dengan rakyat dan mengerti akan kesulitan yang sedang dialami masyarakat. Berbeda dengan kedua tokoh tersebut, Soetrisno Bachir hadir di dalam materi iklan politik versi Soetrisno Bachir 3 dan 5 untuk 100 tahun Kebangkitan Nasional sebagai tokoh yang optimis, tidak mengenal menyerah, mempunyai pemikiran positif dan mempunyai semangat yang tinggi untuk masa depan bangsa. Ia juga digambarkan dekat dengan anak-anak, yang notabene juga kelompok yang tidak memiliki kuasa di dalam masyarakat. Sementara Yusril Ihza Mahendra dalam materi iklan politik versi Yusril Membantu Anak Kecil, ia digambarkan sebagai tokoh yang mampu mengurai semua permasalahan yang ada dan selalu mempunyai solusi atas semua permasalahan bangsa. Bangsa Indonesia dalam materi politiknya, digambarkan sebagai anak remaja yang sedang kesusahan mengurai benang kusut.

Sementara pada tataran paradigmatis bahwa materi politik keempat tokoh tersebut mengandung makna dan arti yang berbeda, yang dilatarbelakangi oleh kebudayaan dan pandangan masing-masing tokoh. Melalui simbol dan tanda yang digunakan, Wiranto menggambarkan dirinya sebagai pemimpin yang ditunggu kehadirannya untuk membebaskan rakyat dari kesulitan yang melilit kehidupan. Sementara Prabowo digambarkan sebagai pemimpin yang berwibawa, dihormati dan disegani oleh para pengikutnya. Sedangkan Soetrisno Bachir direpresentasikan sebagai pemimpin yang mempunyai pandangan dan visi ke depan. Serta Yusril Ihza Mahendra sebagai pemimpin yang mempunyai kematangan emosional dan memiliki kepercayaan diri yang tinggi.

Namun dari keempat tokoh tersebut memiliki kesamaan dalam masing-masing materi iklan politik, yaitu digambarkan sebagai pemimpin yang mempunyai kelebihan daripada orang-orang kebanyakan. Terutama kelebihan secara fisik, di mana selalu digambarkan pemimpin tersebut gagah, tegap dan menarik untuk dilihat. Selain sang tokoh selalu digambarkan sebagai seseorang yang mampu membuat perubahan, dan menyelesaikan semua permasalahan yang sedang melilit bangsa. Dalam materi iklan politik yang mereka buat, juga lebih banyak bermaksud untuk melakukan pencitraan diri, bukan sebuah program atau gagasan.

Semarang, Maret 2010
Dosen Pembimbing I

Triyono Lukmantoro, S.Sos, M. Si