



**SOSOK KELUARGA DALAM IKLAN KAMPANYE PEMILIHAN
WALIKOTA SEMARANG ARI PURBONO 2010**

SUMMARY SKRIPSI

Penyusun

**Nama : Teguh Imam Santoso
NIM : D2C605146**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2010

SOSOK KELUARGA DALAM IKLAN KAMPANYE PEMILIHAN WALIKOTA SEMARANG ARI PURBONO TAHUN 2010

A. PENDAHULUAN

Semakin sedikit gagasan yang disampaikan dalam sebuah iklan dan semakin iklan tersebut mencolok, maka akan semakin efektif iklan tersebut diterima khalayak. Inilah yang terlihat dalam iklan politik Ari Purbono dalam kampanye pemilihan Walikota Semarang tahun 2010.

Ari Purbono sebagai salah satu kandidat dalam pemilihan Walikota Semarang tahun 2010, hadir dengan nuansa iklan politik yang unik, sederhana dan lebih segar. Ketika para calon Walikota lain yang menjadi saingannya berlomba mencari perhatian masyarakat Semarang dengan nada-nada iklan yang sering dipakai di pemilu-pemilu daerah lain, yang cenderung bertema sama, calon yang diusung oleh Partai Keadilan Sejahtera (PKS) ini justru lebih tertarik dengan isu-isu keluarga. Pesan dalam iklannya, “Layanilah Suami Sepenuh Hati” cukup menarik perhatian oleh banyak pihak.



Gambar 1.1

Spanduk dengan pesan yang sederhana dan mencolok
Spanduk pasangan calon Walikota Semarang Ari Purbono (dok.pribadi)

Keunikan dan keterbedaannya iklan ini dengan iklan politik pada umumnya yang mengantarkan peneliti melakukan penelitian ini. Dengan menggunakan teori representasi realitas, semiotika iklan dan teori keluarga iklan ini dibedah dengan pisau metodologi milik barthes tentangenam pembedahan makna foto dan teks, yaitu *trick effect*, *pose*, *objects*, *photogenia*, *aestheticism*, dan *sintaks* (Sunardi, 2002: 153).

B. BATANG TUBUH

Dengan menggunakan analisis semiotik dari Roland Barthes, akan dibedah satu persatu tanda-tanda yang terdapat dalam iklan politik Ari Purbono, yang mengangkat tema keluarga. Jika dilakukan pengamatan secara visual dari iklan tersebut, setidaknya akan didapatkan sebuah iklan dengan warna dominan putih, yang di dalamnya terdapat sebuah foto dengan pose tersenyum lebar yang memperlihatkan

giginya, menghadap ke depan, ke arah kamera, dengan mencondongkan badan ke arah kiri, dan menggunakan teknik pencahayaan *sidelight* atau cahaya dari samping. Dalam foto tersebut terlihat pula pakaian yang dikenakan adalah peci hitam, jas hitam, kemeja putih dan dasi merah.

Selain dari foto di atas, secara visual juga didapatkan beberapa teks, yaitu "Pesan Mas Ari : ", yang menggunakan warna hitam pada kata "Pesan", dan warna merah pada kata "Mas Ari : ". Teks berikutnya adalah "ARI PURBONO PEMIMPIN BARU KOTA SEMARANG", yang menggunakan warna kuning pada kata "ARI PURBONO", dan warna putih pada kata "PEMIMPIN BARU KOTA SEMARANG". Dalam teks ini semua hurufnya menggunakan huruf kapital. Selanjutnya teks yang sangat jelas dapat dilihat, karena selain ukurannya yang paling besar, peletakkannya pun dilakukan di tengah dari iklan tersebut. Teks ini memiliki perbedaan pada masing-masing jenis iklan yang dikeluarkan oleh Ari Purbono. Tema iklan yang mengangkat tentang keluarga, kemudian dipecah kembali menjadi lima sub tema yang tertuang dalam teks, "Sayangilah Istrimu", "Layanilah Suami Sepenuh Hati", "Jadilah Dirimu Teladan Bagi Anakmu", "Berbaktilah pada Kedua Orangtua", "Bahagia Mencintai Keluarga". Kelima teks tersebut adalah merupakan *point of interest* dari masing-masing iklan. Teks tersebut dapat dikatakan menjadi inti dari masing-masing iklan. Jika diperhatikan kelima teks tersebut berbeda dengan teks-teks sebelumnya yang menggunakan perpaduan dua unsur warna. Pada kelima teks ini hanya menggunakan warna hitam saja. Tampilan visual yang terakhir dapat dilihat adalah, adanya garis

kuning dan hitam, sepanjang iklan tersebut, di bagian bawah pada masing-masing iklan.

Pemilihan tanda-tanda diatas adalah merupakan sebuah pemilihan dari suatu sistem paradigmatik yang ada. Penggunaan pose dengan senyum lebar yang memperlihatkan gigi, menghadap ke depan, ke arah kamera, dengan badan yang condong ke arah kiri, adalah merupakan pemilihan pose dari berbagai pose yang dapat dilakukan dalam suatu paradigma. Bisa saja pose yang digunakan adalah senyum yang merapatkan bibir dengan badan yang tegap menghadap ke depan ke arah kamera. Tetapi penggunaan pose yang seperti ini juga tentunya akan menghasilkan makna yang berbeda dibanding dengan pose yang ada dalam iklan Ari Purbono. Termasuk di dalamnya adalah pemilihan penggunaan efek *lighting* yang menggunakan teknik *side light* atau cahaya dari samping, pastinya akan menghasilkan efek yang berbeda jika teknik pencahayaan yang dilakukan adalah dengan menggunakan teknik pencahayaan dari depan (*Front Light*), pencahayaan dari atas (*Top Light*) atau bahkan pencahayaan dari belakang (*Back Light*) objek. Makna yang akan muncul juga berubah ketika penggunaan pakaian dalam iklan tersebut tidak lagi mengenakan peci, jas, kemeja, dan dasi tetapi menggunakan batik misalnya. Bahkan pemilihan warna pakaian pun dapat berarti lain jika warna peci yang tadinya hitam diganti dengan warna putih, kuning atau hijau, jas yang tadinya berwarna hitam diganti dengan putih, abu-abu atau biru. Termasuk juga pemilihan warna pada kemeja dan dasi, tidak menggunakan warna kuning, hitam atau biru

misalnya karena pemilihan warna putih pada kemeja dan warna merah pada dasi adalah merupakan serangkaian pemilihan paradigmatis dari suatu rangkaian sistem paradigmatis.

Selanjutnya pada teks yang telah ditemukan, pemilihan warna hitam dan merah pada teks "Pesan Mas Ari : ", pemilihan warna kuning dan putih pada teks "ARI PURBONO PEMIMPIN BARU KOTA SEMARANG" serta pemilihan warna hitam pada masing-masing sub tema dalam setiap iklan, adalah merupakan pemilihan paradigmatis warna. Bisa saja teks-teks tersebut menggunakan warna biru, hijau, atau abu-abu, tetapi ini pasti akan menghasilkan makna yang berbeda. Pemilihan *font* pun akan menghasilkan efek yang berbeda jika dilakukan perubahan.

Pemilihan-pemilihan paradigmatis tanda-tanda dalam iklan politik Ari Purbono membentuk suatu sintagmatis yang akhirnya menghasilkan suatu makna tertentu. (Ibrahim, 2004:134). Untuk dapat melakukan pembedahan makna, melalui tanda-tanda visual yang sebelumnya telah dibedah, diperlukan beberapa tahap. Tahap pertama yang akan dilakukan adalah dengan menemukan makna denotasi dari tanda-tanda yang digunakan dalam iklan tersebut. Untuk menemukan makna denotasi, terlebih dahulu harus ditemukan penanda dan petanda dalam makna denotasi tersebut. Penanda dan petanda ini akan disebut sebagai penanda dan petanda pada tingkat pertama. Bekal pada penanda dan petanda pada tingkat pertama yang terlihat dari foto dan teks iklan tersebut, akan mengarahkan pada penemuan penanda dan petanda tingkat kedua. Langkah selanjutnya dalam pembongkaran makna adalah menemukan

makna konotasi atau mitos yang ada dalam foto dan teks iklan politik Ari Purbono. Secara rinci pembongkaran makna pada foto dan teks dalam iklan politik Ari Purbono ini akan dilakukan dengan enam tahapan pembedahan makna yang telah dikemukakan oleh Barthes, yaitu *trick effect*, *pose*, *objek*, *photogenia*, *aestheticism*, dan *sintaks*. Tanda-tanda yang telah dipisahkan dari suatu rangkaian sistem paradigmatis, maka selanjutnya tanda-tanda tersebut akan dirangkaikan dengan ideologi dari penulis.

Melalui pembedahan makna tersebut, iklan politik Ari Purbono ini telah mengarahkan pada beberapa penemuan makna yang terkandung di balik iklan tersebut. Setidaknya, latar belakang budaya Jawa yang ditemukan dan mendasari ide cerita dari iklan ini. Untuk itu penelitian ini melihat bagaimana propaganda iklan Ari Purbono ini membentuk pemaknaan keluarga dalam pandangan budaya Jawa. Seperti yang telah banyak diketahui, bahwa budaya Jawa adalah budaya yang menganut paham patriarki. Paham ini telah meletakkan sosok laki-laki dengan kedudukannya sebagai *superpower*. Sedangkan perempuan justru diletakkan sebaliknya. Inilah ketimpangan yang selalu diwariskan dalam kebudayaan Jawa.

Budaya Jawa sebagai dasar ideologi iklan ini telah membentuk suatu propaganda dalam penggunaan kata sapaan *mas*, propaganda, propaganda peranan laki-laki dan perempuan dalam budaya Jawa, propaganda gambaran pemimpin ideal, dan teknik propaganda yang digunakan dalam iklan ini.

C. PENUTUP

Setelah penelitian dilakukan pada iklan politik Ari Purbono dengan tema keluarga ini, ditemukan beberapa hal berkaitan dengan sosok keluarga yang terbaca melalui tanda-tanda dalam iklan ini, yaitu:

1. Sosok keluarga yang digambarkan di balik iklan ini adalah sosok keluarga Jawa. Hal ini dapat ditunjukkan dengan penggunaan kata sapaan “Mas” yang merupakan kata sapaan dalam keluarga Jawa. Dalam budaya Jawa, kata sapaan ini juga ditujukan untuk:
 - a. Senioritas dalam hirarki kekerabatan (keluarga) yang didasarkan atas umur atau generasi keluarga
 - b. Senioritas dalam hirarki lapisan sosial masyarakat
 - c. Interaksi dalam hubungan yang tidak akrab

Penggunaan kata sapaan “Mas” dalam iklan ini mengantarkan Ari Purbono menjadi senior dalam hubungan hirarki keluarga maupun dalam hirarki lapisan sosial masyarakat Kota Semarang, sehingga ia patut mendapatkan penghormatan. Kesadaran dalam memberikan kedudukan senior ini, tidak akan menjadikan hubungan antara Ari Purbono dengan masyarakat Kota Semarang menjadi renggang, karena dalam budaya Jawa memberikan penghormatan bagi senior adalah merupakan kebanggaan bagi junior. Selain itu, menjadikan Ari Purbono sebagai bagian dari keluarga masyarakat Kota Semarang juga akan mengantarkan pada hubungan yang lebih santai dan akrab.

2. Keluarga dalam budaya Jawa telah dimengerti sebagai penganut ideologi patriarki yang telah lama terus diwariskan. Ideologi patriarki ini juga ditunjukkan dalam iklan politik Ari Purbono melalui teks “Sayangilah Istrimu” dan “Layanilah Suami Sepenuh Hati”. Teks ini dengan sengaja telah memposisikan perempuan di bawah bayang-bayang laki-laki. Suami hanya bertugas memberikan kasih sayangnya kepada istri, sedangkan istri harus menjadi pelayan dengan perlakuan yang sepenuh hati kepada suami. Kata *layani* juga menunjukkan adanya posisi yang lebih rendah dari pada yang dilayani.
3. Dalam iklan ini telah ditemukan keinginan kuat Ari Purbono untuk dicitrakan sebagai seorang pemimpin yang ideal. Keinginan ini terbaca melalui foto dan nada perintah dalam setiap iklannya, yang ditujukan untuk kaum suami, istri, anak, orang tua dan masing-masing anggota keluarga secara keseluruhan. Nada perintah ini juga menunjukkan bahwa Ari Purbono adalah orang yang paham betul dalam urusan membina keluarga. Untuk itu dirinya merasa patut dijadikan sebagai seorang pemimpin, yang sikap dan tindakannya dapat menjadi standar moral dalam masyarakat.

ABSTRAKSI

Judul : SOSOK KELUARGA DALAM IKLAN KAMPANYE PEMILIHAN
WALIKOTA SEMARANG ARI PURBONO 2010
Nama : Teguh Imam Santoso
NIM : D2C605146

Keyword : Analisis semiotika, kata sapaan, keluarga dalam budaya Jawa

Kesederhanaan tampilan dan keunikan tema pada iklan politik yang dilakukan oleh Ari Purbono membuat iklannya patut untuk dilihat dan diamati lebih dalam terhadap tanda-tanda yang ada di balik iklan tersebut. Untuk dapat membaca makna melalui tanda-tanda dalam iklan politik Ari Purbono yang mengangkat tema keluarga ini, dapat digunakan analisis semiotik yang telah banyak dibicarakan oleh Roland Barthes. Sebagai pembedah selanjutnya, iklan ini akan dikupas dengan metode enam tahapan pembacaan foto dan teks milik Roland Barthes. Enam tahapan ini adalah *trick effect*, *pose*, *objects*, *photogenia*, *aestheticism*, dan *sintaks*.

Dalam penelitian ini ditemukan ideologi budaya Jawa yang melatarbelakangi ide cerita iklan ini. Ideologi Jawa dapat terlihat dari penggunaan kata sapaan “Mas”, sebagai kata sapaan yang umum digunakan dalam hubungan kekerabatan (keluarga) dalam budaya Jawa. Penggunaan kata sapaan “Mas” ini, telah mengikatkan Ari Purbono sebagai bagian dari keluarga masyarakat Kota Semarang. Selain itu, kata sapaan ini juga menunjukkan senioritas baik dalam hubungan keluarga maupun dalam tingkat lapisan sosial masyarakat yang dimiliki Ari Purbono, sehingga membuatnya berhak untuk mendapatkan penghormatan dari khalayak Kota Semarang. Kata sapaan ini juga turut memperkuat pencitraan Ari Purbono sebagai pemimpin yang ideal melalui foto dalam iklan politiknya. Kata sapaan “Mas” yang menunjukkan pada seseorang yang belum tua, menjadi gambaran ideal pemimpin muda yang saat ini banyak diharapkan.

Ideologi Jawa lain tentang patriarki, juga terbaca melalui teks-teks dalam iklan politik ini. Ari Purbono yang dapat dikatakan sebagai *priyayi modern*, tetap mempertahankan ideologi yang saat ini berusaha untuk dihilangkan, karena ia ingin tetap memposisikan kaum wanita atau para istri di Kota Semarang berada di bawah bayang-bayang laki-laki. Itulah pemaknaan di balik iklan politik Ari Purbono yang secara halus disusun sebagai bentuk propaganda. Melalui teknik propaganda *Glittering Generality* dan *transfer*, tanda-tanda dalam iklan ini ditujukan untuk menjaring dukungan penuh bagi Ari Purbono sebagai calon Walikota Semarang.

ABSTRACTION

Title : FAMILY FIGURE ON POLITICAL CAMPAIGN ADVERTISEMENT of ARI
PURBONO AS MAYOR OF SEMARANG CANDIDACY 2010
Name : Teguh Imam Santoso
NIM : D2C605146

Keyword: semiotic analysis, the preference, the family of Javanese culture

The simplicity of the look and the uniqueness of the theme in Ari Purbono's political ads make his ads ought to be seen and observed the signs behind. To be able to read a meaning through the signs in Ari Purbono's political family theme ads, we can use semiotic analysis which has been widely discussed by Roland Barthes. For further analysis, this ads will be discover by a six-step method of reading images and text regard to Roland Barthes. Six of those step are trick effects, pose, objects, photogenia, aestheticism, and syntax.

The research found that Javanese cultural ideology cover the story idea of the ads. Java ideology can be seen from the use of the word greeting "Mas", a word common greeting used in kinship (family) in Javanese culture. The use of the word greeting "Mas" is, has been tied Ari Purbono as part of the family community of Semarang. In addition, it also shows the preference of seniority in both the family relationships as well as the level of Ari Purbono's social strata, thus making it eligible to earn respect from the audience of Semarang. The word has also support to strengthen Ari Purbono imaging as an ideal leader through images in political advertising. Greeting word "Mas" which refers to someone who is not old, became the ideal of young leaders that currently been expected.

We could also read through the texts in the political ads from other Java ideology of patriarchy. Ari Purbono which can be regarded as a modern aristocratic, still preserve ideology that is currently trying to lose by society, because he wanted to stereotyped women or the wives in the city of Semarang as under the shadow of men. That is the meaning behind political ads of Ari Purbono which subtly arranged as a form of propaganda. Through *Glittering generality and transfer* propaganda techniques, the signs in this ads is intended to encompass the full support for Ari Purbono as a candidate for Mayor Semarang.