



**Hiperrealitas Dalam Iklan Politik Di Indonesia (Kajian
Semiotika Jean Baudrillard Terhadap Iklan Politik
Aburizal Bakrie)**

TESIS

Oleh

Nama : Apriles Mandome
NIM : 55211110076

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
2014**



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Nama : Apriles Mandome
2. NIM : 55211110076
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Media Industri dan Bisnis
6. Judul : Hiperrealitas Dalam Iklan Politik di Indonesia (Kajian Semiotika Jean Baudrillard Terhadap Iklan Politik Aburizal Bakrie)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 23 Agustus 2014

Pembimbing



Dr. Farid hamid, M.Si

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG


1. Judul : Hiperrealitas Dalam Iklan Politik di Indonesia (Kajian Semiotika Jean Baudrillard Terhadap Iklan Politik Aburizal Bakrie)
2. Nama : Apriles Mandome
3. NIM : 55211110076
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Media Industri dan Bisnis
7. Tanggal : 23 Agustus 2014

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 23 Agustus 2014

Mengetahui

1. Ketua Sidang:

Dr. Nur Kholisoh, M.Si



(.....)

2. Penguji Ahli

Dr. Achmad Jamil, M.Si



(.....)

3. Pembimbing

Dr. Farid Hamid, M.Si



(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

1. Judul : Hiperrealitas Dalam Iklan Politik di Indonesia (Kajian Semiotika Jean Baudrillard Terhadap Iklan Politik Aburizal Bakrie)
2. Nama : Apriles Mandome
3. NIM : 55211110076
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsetrasi : Media Industri dan Bisnis
7. Tanggal : 23 Agustus 2014

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 23 Agustus 2014

Mengetahui,

1 Ketua Sidang:

Dr. Nur Kholisoh, M.Si



(.....)

2 Penguji Ahli

Dr. Achmad Jamil, M.Si



(.....)

3 Pembimbing

Dr. Farid Hamid, M.Si.




(.....)

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

1. Judul : Hiperrealitas Dalam Iklan Politik di Indonesia (Kajian Semiotika Jean Baudrillard Terhadap Iklan Politik Aburizal Bakrie)
2. Nama : Apriles Mandome
3. NIM : 55211110076
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsetrasi : Media Industri dan Bisnis
7. Tanggal : 23 Agustus 2014

Jakarta, 23 Agustus 2014

Pembimbing




Dr. Farid Hamid, M.Si

Direktur Pascasarjana

Ketua Program
Magister Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. Didik J. Rachbini



Dr. Nur Kholisoh, M.Si

PERNYATAAN

Judul : Hiperrealitas Dalam Iklan Politik di Indonesia (Kajian Semiotika Jean Baudrillard Terhadap Iklan Politik Aburizal Bakrie)

Nama : Apriles Mandome

NIM : 55211110076

Jenjang Pendidikan : Strata 2 (S2)

Program Studi : Megister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Media Industri dan Bisnis

Tanggal : Jakarta, 23 Agustus 2014

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan dan karya saya sendiri dengan dibimbing oleh komisi Dosen Pembimbing yang di tetapkan dengan Surat keputusan Direktur Pascasarjana Universitas Mercubuana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi data dan hasil pengolahan yang digunakan telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 23 Agustus 2014



Apriles Mandome

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis persembahkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Kasih dan Cinta-Nya yang diberikan sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik. Tesis ini merupakan sebuah penelitian yang mencoba menguak kandungan hiperrealitas dalam iklan politik di Indonesia, khususnya iklan politik Aburizal Bakrie. Lewat desain kualitatif dengan memakai semiotika Jean Baudrillard sebagai pisau analisis, maka penelitian ini berhasil menyimpulkan bahwa sesungguhnya iklan politik Aburizal Bakrie mengandung tanda yang tidak lagi mewakili realitas yang ada dalam masyarakat, yang mana tanda itu dihasilkan dalam proses simulasi. Sehingga iklan politik Aburizal Bakrie adalah sebuah iklan yang hiperrealitas atau sesuatu yang tidak mengacu pada realitas yang ada.

Dalam menyelesaikan tesis ini, penulis banyak menerima uluran tangan, dukungan, saran, kritik dan semangat dari berbagai pihak. Kepada mereka, penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Pihak Yayasan dan kepada Rektor Universitas Mercu Buana yang sudah memberikan kesempatan bagi saya untuk menempuh pendidikan pasca sarjana di universitas ini. Juga kepada direktur pasca sarjana Universitas Mercu Buana, Prof. Dr. Didik J. Rachbini serta kepada kepala program Pascasarjana Ilmu Komunikasi, Dr. Nur Kholisoh, M.Si atas kesempatan dan bantuan yang boleh diberikan kepada saya untuk menempuh studi di Universitas Mercu Buana dan diberi kesempatan dalam menyelesaikan penelitian ini.

2. Penghargaan dan rasa hormat serta terima kasih yang mendalam juga saya berikan kepada dosen pembimbing dalam penulisan tesis ini, Dr. Farid Hamid, M.Si yang dengan telaten dan penuh kesabaran membimbing saya dalam segala keterbatasan yang saya miliki. Terima kasih pak, untuk ilmu dan pemahaman yang sudah diberikan lewat dialektika yang menarik dan menantang.
3. Segenap dosen dan staf Pascasarjan Ilmu komunikasi Universitas Mercu Buana, yang saya sapa dengan penuh penghormatan; Dr. Heri Budianto, M.Si, Dr. Ahmad Mulyana, Prof. Burhan Bungin, Dr. Irwansyah, Dr. Umaimah Wahid, bapak Atmaji Sumarkidjo, MM serta yang lainnya yang dalam keterbatasan kata dan daya yang tidak dapat diucapkan. Terimakasih buat waktu dan dedikasi dalam memberikan ilmunya bagi kami. Kepada Pak Warsa, Ibu Dwi dan Ibu Diah, terima kasih untuk segenap bantuan dan kerepotan yang saya timbulkan namun yang tetap sabar dan tulus melayani.
4. Yang terkasih dan tercinta, Maria Grace Damopolii. Istri, sahabat juga pendamping yang memberikan dukungan dengan tak berjerih. Maaf jika kita harus terpisah waktu dan jarak untuk beberapa saat. Pengertian dan dukungan yang engkau hadirkan menjadi semangat bagi diri ini dalam satu tekad bahwa ada cinta dan kerinduan yang selalu hadir dan menanti. Terima kasih banyak sayang, semoga ini menjadi awal bagi langkah kita bersama yang terayun dalam bahagia. Serta kepada Mami, Papi, Della, Novi, (kakak) Christi, Careshel (bucu), Andre, Jenet dan Joy (mata berbinar)
5. Almarhum/almarhumah, papa dan mama saya yang dengan bersusah namun penuh cinta telah membesarkan dan merawat saya hingga beliau berdua harus

kembali ke rumah Bapa di Sorga. Terima kasih papa – mama untuk cinta tak berjerih yang senantiasa hadir dan melingkupi saya. Semoga pencapaian di hari ini dan hari-hari ke depan dapat terus menegakkan nama kalian dalam keharuman yang mewangi. Juga buat kakak-kakak tercinta dan keluarga besar masing-masing, yang senantiasa menghadirkan support bagi saya, Andrisirus (Popo) serta Neni dan Yosua, Adeltje (Dei) serta Bara (alm) juga Viona dan Selomitha, Algristje (Is) serta Tamrin juga Venia (biru) dan Yehuda dan Masye serta Harmen juga (kakak) Febrian. Semoga ini menjadi warta indah untuk support yang kalian hadirkan bagi saya bahwa semuanya tidak menjadi sia-sia.

6. Rekan-rekan mahasiswa semenjak semester 1 hingga semester 4 yang telah bersama melewati hari-hari yang penuh pertarungan ide dan argumentasi. Kebersamaan kelas kita akan selalu menjadi cerita menarik dalam sejarah kita. Pak Wid (terima kasih pak telah memebrikan beberapa masukan dalam percakapan informal, sangat membantu dalam penyusunan tesis ini), Aa Adhie, Kang Andri, Mba Yanti, Dani, Daniel, Ucup, Mila, Mba Dindin, Mba Tiwi, Max, Bang Ranto, Mas Gun, Sandi, Pak Ahmad, Mba Aci (terima kasih mba untuk beberapa pinjaman buku dan diskusi menarik soal isi buku itu dan beberapa tema lainnya, jadi penambah bahan dalam tesis saya), Mba Yulike, Nico, Mba Sari, Tata, serta yang lain yang tidak sempat disebutkan.
7. Kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih untuk dukungan dan bantuan yang selalu diberikan dalam seluruh proses ini.

Semoga semua bantuan dan dukungan yang diberikan senantiasa diperhitungkan Tuhan yang Maha Kuasa sebagai bagian berkat-Nya yang akan dicurahkan bagi kalian semua. Akhirnya, saya persembahkan tesis ini. Semoga dalam segala kekurangan dan keterbatasan yang terkandung di dalamnya, dapat berperan dalam pengembangan bidang ke-ilmu-an komunikasi di Indonesia.

Jakarta, Agustus 2014

Penulis



DAFTAR ISI

JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRACT/ABSTRAK.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II : KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Kajian Pustaka.....	21
2.2.1 Politik dan Komunikasi Politik.....	21
2.2.2 Iklan dan Komunikasi.....	25
2.2.3 Iklan Politik.....	26
1). Pengertian Iklan Politik.....	26
2). Iklan Politik dan Pembentukan Image Politik.....	28

2.2.4 Semiotika dan Komunikasi.....	32
1). Teori Simbol	34
2). Teori Bahasa	35
3). Teori Perilaku Non-Verbal.....	36
2.2.5 Media dan Realitasnya dalam Politik di Indonesia.....	39
2.2.6 Jean Baudrillard dan Tahapan Pemikirannya....	43
2.2.7 Jean Baudrillard: Semiotika, Simulasi Media dan Hiperrealitas.....	44
1). Semiotika Sebagai Sistem Tanda.....	44
2). Semiotika dan Media.....	54
3). Simulasi Media dan Pengertian Hiperrealitas Menurut Jean Baudrillard.....	59
2.2.8 Realitas Semu: Simulasi Realitas dalam Ruang Simulakrum.....	65
2.2.8 Memahami Hiperrealitas Jean Baudrillard.....	67
2.3 Kerangka Pemikiran.....	70
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian.....	73
3.2 Paradigma Penelitian	73
3.3 Metode Penelitian.....	74
3.4 Unit Analisis.....	75
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	76
3.6 Teknik Analisis Data	76
3.7 Keterbatasan dan Kelemahan Penelitian.....	78

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	80
4.1.1	Riwayat Singkat Aburizal Bakrie.....	80
4.1.2	Aburizal Bakrie: Diantara Mimpi Politik dan Realitas Sosial.....	86
	1) Calon Presiden Partai Golkar tahun 2014.....	86
	2) Eelektabilitas Yang Rendah.....	86
4.1.3	Iklan Politik Aburizal Bakrie.....	89
4.2	Hasil Penelitian.....	92
4.2.1	Deskripsi Penemuan Terhadap Iklan Politik Versi Pro Pedagang Kaki Lima.....	95
	1) Iklan Pro Pedagang Kaki Lima Dalam Lingkup Komunikasi.....	95
	2) Iklan Pro Pedagang Kaki Lima Dalam Lingkup Iklan Politik.....	98
4.2.2	Deskripsi Penemuan Terhadap Iklan Politik Versi Sahabat Rakyat Kecil – Pemimpin Kita....	99
	1) Iklan Sahabat Rakyat Kecil – Pemimpin Kita Dalam Lingkup Komunikasi Politik.....	100
	2) Iklan Sahabat Rakyat Kecil – Pemimpin Kita Dalam Lingkup Iklan Politik.....	102
4.2.3	Realitas Politik Kontemporer di Indonesia.....	104

4.2.4	Iklan Politik Aburizal Bakrie dalam Bingkai	
	Semiotika Jean Baudrillard.....	108
	1) Iklan Pro Pedagang Kaki Lima.....	112
	2) Iklan Sahabat Rakyat Kecil - Pemimpin Kita..	120
4.2.5	Simulasi Dalam Iklan Politik Aburizal Bakrie....	128
	1). Iklan Pro Pedagang Kaki Lima.....	129
	2). Iklan Sahabat Rakyat Kecil – Pemimpin Kita..	132
4.2.6	Menguak Hiperrealitas Dalam Iklan	
	Aburizal Bakrie.....	136
BAB V	: KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan.....	143
5.2	Saran.....	147
5.2.1	Saran Akademis.....	148
5.2.2	Saran Praktis.....	148
DAFTAR PUSTAKA		151
BIODATA PENELITI		

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Perkembangan Komunikasi Politik dari Orde Lama Hingga Reformasi.....	3
Tabel II.1	Hasil Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel II.2	Pergeseran Peran Media Massa Nasional.....	42
Tabel II.3	Mapping Perkembangan Teori Semiotika beberapa Semiotikawan dan Baudrillard.....	53
Tabel IV.1	Karir Aburizal bakrie dalam Bisnis dan Politik.....	81
Tabel IV.2	Perbandingan tingkat elektabilitas Aburizal Bakrie dengan beberapa tokoh yang bpeluang menjadi calon presiden untuk PIPRES 2014.....	87
Tabel IV.3	Iklan Politik Aburizal Bakrie.....	90
Tabel IV.4	Simulasi dalam Iklan Pro Pedagang Kaki Lima.....	129
Tabel IV.5	Simulasi dalam Iklan Sahabat rakyat Kecil – Pemimpin Kita.....	132
Tabel IV.6	Proses Simulasi menuju Hiperrealitas yang terdapat Dalam Iklan Pro Pedagang Kaki Lima.....	138
Tabel IV.7	Proses Simulasi menuju Hiperrealitas yang terdapat Dalam Iklan Sahabat Rakyat Kecil – Pemimpin Kita.....	140

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Proses Terciptanya Hiperrealitas	
	Menurut Baudrillard.....	70
Gambar II.2	Bagan Kerangka Pemikiran.....	72
Gambar IV.1	Tanda Sebenarnya di Iklan Pro Pedagang	
	Kaki Lima.....	112
Gambar IV.2	Tanda Palsu di Iklan Pro Pedagang	
	Kaki Lima.....	113
Gambar IV.3	Tanda Palsu di Iklan Pro Pedagang Kaki Lima...	114
Gambar IV.4	Tanda Palsu di Iklan Pro Pedagang Kaki Lima...	115
Gambar IV.5	Tanda Menipu di Iklan Pro Pedagang	
	Kaki Lima.....	115
Gambar IV.6	Tanda daur Ulang di Iklan Pro Pedagang	
	Kaki Lima.....	116
Gambar IV.7	Tanda Artifisial di Iklan Pro Pedagang	
	Kaki Lima.....	118
Gambar IV.8	Tanda Ekstrim di Iklan Pro Pedagang	
	Kaki Lima.....	119
Gambar IV.9	Tanda Esktrim di Iklan Pro Pedagang	
	Kaki Lima.....	119

Gambar IV.10	Tanda Sebenarnya di Iklan Sahabat Rakyat Kecil – Pemimpin Kita.....	120
Gambar IV.11	Tanda Palsu di Iklan Sahabat Rakyat Kecil – Pemimpin Kita.....	121
Gambar IV.12	Tanda Menipu di Iklan Sahabat Rakyat Kecil – Pemimpin Kita.....	122
Gambar IV.13	Tanda Daur Ulang di Iklan Sahabat Rakyat Kecil – Pemimpin Kita.....	123
Gambar IV.14	Tanda Artifisial di Iklan Sahabat Rakyat Kecil – Pemimpin Kita.....	125
Gambar IV.15	Tanda Esktrim di Iklan Sahabat Rakyat Kecil – Pemimpin Kita.....	126
Gambar IV.16	Simulasi dalam Iklan Pro Pedagang Kaki Lima..	130
Gambar IV.17	Simulasi dalam Iklan Pro Pedagang Kaki Lima..	131
Gambar IV.18	Simulasi dalam Iklan Pro Pedagang kaki Lima...	131
Gambar IV.19	Simulasi dalam Iklan Sahabat Rakyat Kecil – Pemimpin Kita.....	134
Gambar IV.20	Simulasi dalam Iklan Sahabat Rakyat Kecil – Pemimpin Kita.....	135