



**FENOMENA PENCITRAAN POLITIK ABURIZAL BAKRIE DALAM
MEDIA TV ONE DAN ANTV**
**(ANALISIS TEKS : IKLAN POLITIK MAUPUN LIPUTAN BERITA ARB
DALAM MEDIA TV ONE DAN ANTV)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar sarjana strata satu (S-1) Komunikasi Bidang Studi Broadcasting**

Disusun oleh :

ANDI SUSILO

44110010065

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2015

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang Bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Andi Susilo
NIM : 44110010065
Program Studi : Broadcasting

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apa bila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumber sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan kegiatan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 10 Februari 2015

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



METERAI
TEMPEL
Rp211ADF167516975
6000
KEMENTERIAN
PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

(Andi Susilo)
NIM : 44110010065



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : FENOMENA PENCITRAAN POLITIK ABURIZAL BAKRIE
DALAM MEDIA TV ONE DAN ANTV
(ANALISIS TEKS : IKLAN POLITIK MAUPUN LIPUTAN BERITA ARB
DALAM MEDIA TV ONE DAN ANTV)

Nama : Andi Susilo

NIM : 44110010065

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Broadcasting

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 26 Januari 2015

Mengetahui,

Pembimbing Skripsi

(Irmulan Sati, M.Si.)



MERCU BUANA

Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Andi Susilo
NIM : 44110010065
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul : FENOMENA PENCITRAAN POLITIK ABURIZAL
BAKRIE DALAM MEDIA TV ONE DAN ANTV (ANALISIS
TEKS : IKLAN POLITIK MAUPUN LIPUTAN BERITA
ARB DALAM MEDIA TV ONE DAN ANTV)

Jakarta, 26 Januari 2015

1. Ketua Sidang
Nama: Drs. Afdal Makurraga, M.Si

(.....)

MERCU BUANA

2. Penguji Ahli
Nama: Rika Jessica R, M.Ikom

(.....)

3. Pembimbing
Nama: Irmulan Sati, M.Si.

(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Andi Susilo
NIM : 44110010065
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul : **FENOMENA PENCITRAAN POLITIK ABURIZAL BAKRIE DALAM MEDIA TV ONE DAN ANTV (ANALISIS TEKS : IKLAN POLITIK MAUPUN LIPUTAN BERITA ARB DALAM MEDIA TV ONE DAN ANTV)**

Jakarta, 26 Januari 2015

Disetujui dan Diterima Oleh,

Pembimbing

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

(Irmulan Sati, M.Si.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi Broadcasting

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

(Feni Fasta, M.Si.)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr, Wb

Segala puji serta syukur penulis haturkan kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul Fenomena Pencitraan Politik Aburizal Bakrie dalam Media Tv One dan Antv dengan segala kemudahan dan tepat pada waktunya. Tak lupa shalawat dan salam penulis panjatkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang menuntun umat kepada jalan yang lurus yakni jalan Islam yang *Rahmatan Lil Alamin*.

Penulis berharap, hasil penelitian ini mampu berguna bagi masyarakat pada umumnya untuk lebih mengenal media massa secara fungsi dan kegunaannya dalam seni berpolitik. Hal tersebut penulis maksudkan agar masyarakat menjadi melek media supaya nantinya mampu mencermati isi atau pesan yang terkandung dalam setiap program yang menyangkan kegiatan praktisi politik pada umumnya.

Tentunya dalam proses pengerjaan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan kontribusinya hingga akhirnya skripsi ini dapat selesai tepat pada waktu yang telah ditentukan. Karena itu, melalui kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghormatan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah terlibat :

1. Ibu Irmulan Sati, selaku pembimbing skripsi. Terima kasih atas kesabarannya untuk meluangkan waktunya, serta telah memberikan masukan-masukan selama penyusunan skripsi.
2. Ibu Fenny Fasta, M.Si selaku Kaprodi Bidang Studi Broadcasting, Fikom, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Drs. Afdal Makurraga, M.Si selaku Ketua Sidang.
4. Kedua orang tua yang sangat saya hormati dan cintai, Alm Bapak Supono dan Ibu Damsi yang telah membesarkan saya, memberikan perhatian, kebebasan berpikir serta dukungan moril maupun materil.
5. Kepada keluarga besar ORANGE MEDIA, di Universitas Mercu Buana yang menjadi tempat bertukar pikiran, menyalurkan karya serta memupuk ilmu untuk menjadi pribadi yang lebih baik.
6. Sahabat-sahabat seperjuangan yang tercinta, Ariesta Fyly, Bastian Yogo Saputra, Nurazas Ramdani, Dio Mairizki, Ratna Sartika, M.Syahrul Rizal, Laila Amelia, Samrohtun, Yadi Suharlim, Nurul Anwar, dan Fitri Ramadhani.
7. Dosen-dosen pengajar di Universitas Mercu Buana, terima kasih untuk ilmu pengetahuan yang telah diberikan.
8. Teman-teman di Universitas Mercu Buana, khususnya pada bidang studi yang penulis ambil yakni Broadcasting angkatan 2010. Terima kasih telah menjadi teman terbaik bagi penulis selama menjalani proses pendidikan.

9. Senior yang tergabung didalam Ikatan Alumni Ilmu Komunikasi, yang senantiasa membantu penulis dalam segi diskusi untuk menjadi manusia yang siap terjun didunia kerja.

Atas perhatiannya kami mengucapkan terima kasih.

Jakarta, 11 Januari 2015

Penulis,



DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	
1.2.1 Bagaimana pemilik media massa seperti Aburizal Bakrie menggunakan media publik untuk melakukan pencitraan diri	6
1.3 Tujuan Penelitian	
1.3.1 Akademis	6
1.4 Manfaat Penelitian	
1.4.1 Teoritis	6
1.4.2 Praktis	6

BAB II KERANGKA TEORI

2.1 Komunikasi Politik	8
2.1.1 Partai Politik	9
2.1.2 Sistem Politik	11
2.2 Pencitraan Politik	16
2.3 Media Massa	20
2.3.1 Peran Media Massa	23
2.4 Analisis Wacana	23
2.5 Teori Pesan	25

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian	27
3.2 Metode Penelitian	28
3.3 Teknik Pengumpulan Data	
3.3.1 Data Premier	29
3.3.2 Analisis Teks	29

3.4 Fokus Penelitian	30
3.5 Unit Analisis	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Aburizal Bakrie	
4.1.1 Biografi Aburizal Bakrie	33
4.1.2 Pendidikan Aburizal Bakrie	34
4.1.3 Karir Aburizal Bakrie	35
4.1.4 Penghargaan Aburizal Bakrie	36
4.2 Hasil Penelitian	37
4.3 Pemilu	48
4.3.1 YouTube	51
4.4 Analisis Data	51
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	70
5.2.1.....	70
5.2.2.....	70





**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG BROADCASTING**

ABSTRAKSI

FENOMENA PENCITRAAN POLITIK ABURIZAL BAKRIE DALAM MEDIA TV ONE DAN ANTV

(ANALISIS TEKS : IKLAN POLITIK MAUPUN LIPUTAN BERITA DI MEDIA TV ONE DAN ANTV)

Halaman 88 : halaman + Lampiran + Riwayat hidup + Biografi

Peran pemilik media massa dewasa ini menjadi sangat erat kaitannya dengan apa yang akan dibawakan kedalam program acara. Seperti diketahui, kepemilikan media massa oleh praktisi politik menjadikan media massa yang dikuasai sebagai alat untuk menjalankan strategi politik dalam bidang komunikasi.

Melihat kenyataan seperti ini, peneliti ingin menyadarkan masyarakat untuk dapat mencermati setiap pesan yang terkandung dalam siaran televisi. Lewat penelitian penulis mengenai Fenomena Pencitraan Politik Aburizal Bakrie dalam Media Tv One dan Antv dengan analisis teks dalam iklan politik atau siaran berita perihal Aburizal Bakrie yang kerap muncul didalam media Tv One dan Antv.

Adapun penelitian yang digunakan, yakni penelitian kualitatif dengan tipe deskriptif. Dengan metode penelitian analisis teks. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui transkrip kata dari iklan atau *statement* Aburizal Bakrie dalam program acara atau berita yang menyangkut kepentingan pencitraan diri, pengamatan, dan data-data lain.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Aburizal Bakrie berhasil meredam isu-isu negatif mengenai dirinya bahkan keluarga juga partainya, dengan cara menggunakan media Tv One dan Antv untuk memberikan klarifikasi. Selain itu Bakrie juga sebisa mungkin tampil di media Tv One dan Antv dengan agenda safari politik dibalut dengan kegiatan sosial, sehingga ia mampu membentuk pencitraan lewat tata cara komunikasi yang baik kepada masyarakat dengan kepandaianya dalam berkomunikasi politik.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan media massa kearah informasi politik nasional nyatanya sangat berpengaruh dalam kehidupan berpolitik masyarakat. Dunia politik yang yang dahulu tak begitu akrab ditelinga, saat ini menjadi santapan sehari-hari pemirsa.

Hal tersebut terjadi tak ayal karena banyak pemilik media yang nyatanya adalah anggota partai politik. Sehingga dapat kita lihat media massa televisi saat ini amat sering menyajikan berita politik. Hal tersebut tak lain untuk kepentingan pencitraan politik seseorang atau kelompok di media massa.

Skripsi ini akan membahas tentang Fenomena Pencitraan Politik Aburizal Bakrie dalam Media TV One dan ANTV, seperti diketahui fenomena pencitraan memang tengah hangat-hangatnya terjadi di negara ini, ¹pencitraan politik merupakan proses atau cara bertindak dalam membentuk citra atau gambaran yang diinginkan kepada publik, dalam bentuk sikap, tindakan, pendapat, dan gagasan. Bertindak sama dengan berkomunikasi (nonverbal) yang bukan bermakna pesan, melainkan berarti kemungkinan.

¹ Anwar Arifin, Politik Pencitraan, (2013:3).

Hal itu dapat dianalisis dalam perspektif pragmatis dalam ilmu komunikasi yang dapat digunakan dalam mengkaji politik pencitraan. Strategi macam ini menjadi pilihan tokoh dan partai politik tidak lain karena sistem politik negara kita yang menganut sistem Demokrasi. Istilah yang sudah ada sejak zaman Yunani kuno ini berasal dari kata *demos* dan *cratein*, *demos* itu berarti rakyat, sedangkan *cratein* berarti kekuasaan atau pemerintahan.

Jadi, yang dimaksud demokrasi adalah pemerintahan rakyat atau pemerintahan yang rakyatnya memegang peranan yang sangat menentukan dan demokrasi ini melahirkan sebuah sistem untuk memilih ketua atau pemimpin yakni biasa disebut dengan Pemilu (Pemilihan Umum), dimana rakyat memilih langsung pemimpinnya. Oleh sebab itu beberapa tokoh politik kerap menggunakan teknik pencitraan diri lewat media massa sebagai langkah atau strategi politik dimana tujuannya adalah membentuk opini publik tentang kepribadiannya.

Melihat contoh fenomena pencitraan politik melalui media massa yang terjadi di Indonesia, membuat penulis berpikir strategi pencitraan ini begitu hebat efeknya bila dilakukan dalam sebuah negara yang menganut sistem demokrasi, hal tersebut membuat penulis menjadi resah dan bertanya bagaimana seharusnya peran serta fungsi media massa.

Apakah pencitraan dalam bentuk kampanye politik ini diperbolehkan dalam media massa? Lalu bagaimana dengan tokoh politik yang menguasai sebuah media atau bahkan beberapa media.

Adanya kecenderungan dalam menilai para politisi, komunikator politik, aktivis adalah sebagai pihak yang selalu bicara dengan publik. Oleh karena itu Bryce (1900) menyatakan bahwa khalayak komunikasi (khususnya dalam komunikasi politik) pada umumnya akan terpusat pada masalah opini publik.

Menjelang pemilu tahun 1999, beberapa partai politik menggunakan biro iklan untuk mengenalkan diri pada khalayak. Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), misalnya, menggunakan jasa Mataring Advertising sedangkan Partai Amanat Nasional (PAN) memakai jasa Fortune Advertising untuk menggarap iklan-iklan mereka.

Penggunaan iklan semakin berkembang pada pemilu-pemilu selanjutnya, terutama melalui perantara konsultan politik.² Pada pemilu 2004, tidak ada stasiun televisi yang benar-benar dominan. Tiga stasiun televisi terbesar saat ini: RCTI, Indosiar, dan SCTV, secara ekonomi dan politik mempunyai kekuatan dan potensi yang berimbang. Data Persatuan Periklanan Indonesia tentang belanja iklan televisi seperti dikutip di atas menunjukkan hal ini. Telah terjadi polarisasi kekuatan dan potensi stasiun televisi beberapa tahun terakhir. Kita juga melihatnya dari *audienceshare* masing-masing televisi.

Keberagaman itu semakin terasa dengan hadirnya televisi-televisi baru sejak tahun 2000, baik televisi swasta nasional maupun stasiun televisi swasta lokal, semakin banyak stasiun televisi, semakin beragam saluran informasi bagi publik, dan semakin kecil peluang terjadinya monopoli informasi.

² Agus Sudibyo, *Ekonomi Politik Media Penyiaran*, (2004: 78-79)

Menjelang pergantian Presiden dan Wakil Presiden 2014 ini, lagi pemerintah akan menggelar Pemilu guna memilih Presiden dan Wakil Presiden yang baru, Pemilu adalah sebuah sistem atau cara yang mempersilahkan setiap masyarakat memberikan hak suara untuk memilih calon pemimpin sesuai dengan tuntunan sistem demokrasi.

Gelaran Pemilu ini tentunya dibentuk oleh Majelis Permusyawaratan Rakyat (MPR) yang membentuk lembaga independen yang kemudian diberi nama Komisi Pemilihan Umum (KPU), fungsi KPU ialah mengatur serta menyelenggarakan Pemilu, KPU menentukan masa kampanye bagi calon Presiden dan Wakil serta memberikan batasan-batasan kampanye agar berjalan tertib.

Kampanye itu merupakan sebuah langkah atau strategi yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk memperkenalkan diri kepada khalayak sebelum waktu Pemilu, hal tersebut dilakukan untuk memberikan pengetahuan kepada khalayak mengenai visi dan misi individu atau kelompok tersebut sehingga menjadi layak untuk dipilih dalam Pemilu.

Dalam hal ini penulis mengangkat langkah yang dilakukan Aburizal Bakrie yakni pemilik media TV One dan ANTV dengan judul "*Fenomena Pencitraan Politik Aburizal Bakrie dalam Media TV One dan ANTV*" seperti kita ketahui Aburizal Bakrie akan mencalonkan diri sebagai Calon Presiden dalam Pemilu 2014, dalam pengamatan penulis, ketua umum partai Golongan Karya (Golkar) ini telah melakukan kampanye dalam bentuk pencitraan diri dalam

tayangan-tayangan yang menampilkan profil dirinya di TV One dan ANTV. Sementara waktu untuk melakukan kampanye belum dimulai.

Kepemilikan media oleh tokoh politik dapat menjadi celah untuk pelanggaran kebebasan pers itu sendiri, dalam hal pemberitaan yang kaitannya pada Pemilu, sudah sejak era reformasi kita harus menghargai kebebasan pers untuk mengabarkan sebuah berita dengan fakta, artinya isi dari media adalah sebuah fakta dan tidak ada campur tangan dari pihak manapun.

Melihat media sudah banyak dikuasai oleh praktisi partai, sehingga dapat terjadi campur tangan kepentingan pemilik akan merusak nilai berita. Maka penonton atau masyarakat harus mampu memilah serta menganalisa isi berita.³ Sebagai warga negara harusnya kita sudah mampu melakukan analisis wacana dari apa yang disampaikan tokoh politik didalam media massa, Stubbs (1983:1) mengatakan bahwa analisis wacana merupakan suatu kajian yang meneliti dan menganalisis bahasa yang digunakan secara alamiah, baik lisan atau tulis, misalnya pemakaian bahasa dalam komunikasi sehari-hari.

Masyarakat pada umumnya harus melek media, yakni harus mampu menganalisa bahkan dari segi wacana atau teks.⁴ Wacana memberikan tuntunan kepada tidak hanya pada bahasa tulis dan bahasa tutur namun juga pencitraan visual. Para ahli menerima pendapat bahwa analisis teks yang terdiri dari pencitraan visual harus mempertimbangkan karakteristik khusus semiotik visual

³ Yoce Aliah Darma, Analisis Wacana Kritis, (2009:15)

⁴ Marianne W. Jorgensen dan Louise J. Phillips, Analisis Wacana Teori dan Metode, (2007:116)

dan hubungan antara bahasa dan pencitraan. Namun, dalam analisis wacana kritis ada kecenderungan menganalisis gambar seolah merupakan teks linguisti.

Saat ini televisi seolah-olah memberikan banyak pilihan kepada penonton sementara kenyataannya pilihan itu hanya satu, untuk membuat khalayak sadar akan hal demikian ialah dengan Literasi Media. Literasi Media atau Melek Media adalah satu set perspektif yang aktif kita gunakan untuk membuka diri kepada media untuk menafsirkan makna pesan yang kita hadapi sehingga kita mampu menganalisis isi media hingga mengkritik isi media.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Apakah pemilik media TV One dan Antv, Aburizal Bakrie menggunakan media publik untuk melakukan pencitraan diri ?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Akademis

Kita dapat mengamati bagaimana ketika politikus tengah melakukan pencitraan politik didalam media massa. Dengan cara menggunakan melakukan analisis melalui teks seperti dipaparkan oleh W. Jorgensen dan Louise J. Phillips untuk mengamati wacana atau teks kita harus memfokuskan pada Representasi, Relasi dan identitas.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Teoritis

Memberikan pemahaman bagi masyarakat dalam menganalisis wacana dari pesan yang disampaikan tokoh politik didalam media massa. Hal ini berkaitan dengan teori Marianne W. Jorgensen dan Louise J. Phillips mengenai Analisis Wacana.

1.4.2 Praktis

Penulis mampu menganalisis isi pesan dari apa yang disampaikan tokoh politik didalam media massa. Khususnya pada saat menjelang masa Pemilu.



BAB II

KERANGKA TEORI

2.1 Komunikasi Politik

Politikus melakukan komunikasi politik kepada masyarakat dengan maksud dan tujuan agar kepentingannya dapat terpenuhi.⁵ Para pemimpin rakyat atau kelompok kepentingan atau partai politik, dalam mengartikulasikan dan mengagregasikan kepentingan tertentu senantiasa menggunakan komunikasi, misalnya dengan menyampaikan rekomendasi terhadap kebijaksanaan yang akan diterapkan.

Singkatnya, komunikasi mempunyai peranan yang cukup penting dalam proses politik, oleh karena itu tidak jarang penguasa mengendalikan atau mengawasi “komunikasi” agar mereka tetap mendapat dukungan untuk berkuasa.

Ilmuwan politik Mark Roelofs menyatakan, “*Politic is Talk*” atau lebih tepatnya kegiatan politik adalah berbicara, tetapi politik tidak sekedar pembicaraan, juga tidak semua pembicaraan adalah politik, tetapi hakikat pengalaman politik dan kondisi dasarnya adalah aktivitas komunikasi antarmanusia.⁶ Komunikasi politik (*Political Communication*) dapat dipahami menurut berbagai cara. McQuail (1992: 472-473), misalnya, mengatakan bahwa komunikasi politik merupakan “*all processes of information (including facts,*

⁵ Henry Subiakto, Rachmah Ida, Komunikasi, Politik, Media dan Demokrasi, (2012: 16-17)

⁶ Pawito, Komunikasi Politik Media Massa dan Kampanye Pemilihan, (2009: 3)

opinions, beliefs, etc.) transmission, exchange and search engaged in by participans in the course of institutionalized political activities” (semua proses penyampaian informasi – termasuk fakta, pendapat-pendapat, keyakinan-keyakinan dan seterusnya, pertukaran dan pecarian tentang itu semua yang dilakukan oleh para partisipan dalam konteks kegiatan politik yang lebih bersifat melembaga).

Pandangan demikian memberikan hal penting: komunikasi politik menandai keberadaan dan aktualisasi lembaga-lembaga politik, komunikasi politik merupakan fungsi dari sistem, dan komunikasi politik berlangsung dalam suatu sistem politik tertentu.

2.1.1 Partai Politik

Tiap-tiap politikus selalu menggunakan alat atau kendaraan untuk mencapai tujuannya, alat atau kendaraan itu adalah partai politik.⁷ Partai politik pertama-tama lahir di negara-negara Eropa Barat. Dengan meluasnya gagasan bahwa rakyat merupakan faktor yang diperhitungkan serta diikutsertakan dalam proses politik, maka partai politik telah lahir secara spontan dan berkembang menjadi penghubung antara rakyat di satu pihak dan pemerintah di pihak lain.

Partai politik umumnya dianggap sebagai manifestasi dari suatu sistem politik yang sudah modern atau yang sedang dalam proses memodernisasikan diri.

⁷ Miriam Budiarto, Dasar-Dasar Ilmu Politik, (2002: 160-161)

Maka dari itu, dewasa ini di negara-negara baru pun partai sudah menjadi lembaga politik yang biasa dijumpai.

Secara umum dapat dikatakan bahwa partai politik adalah suatu kelompok yang terorganisir yang anggota-anggotanya mempunyai orientasi, nilai-nilai dan cita-cita yang sama. Tujuan kelompok ini ialah untuk memperoleh kekuasaan politik dan merebut kedudukan politik – (biasanya) dengan cara konstitusionil – untuk melaksanakan kebijaksanaan-kebijaksanaan mereka.

Kegiatan seseorang dalam partai politik merupakan suatu bentuk partisipasi politik. Partisipasi politik mencakup semua kegiatan sukarela melalui mana seseorang turut serta dalam proses pemilihan pemimpin-pemimpin politik dan turut serta – secara langsung atau tak langsung – dalam pembentukan kebijaksanaan umum.

Kegiatan-kegiatan ini mencakup kegiatan memilih dalam pemilihan umum; menjadi anggota golongan politik seperti partai, kelompok penekan, kelompok kepentingan; duduk dalam lembaga politik seperti dewan perwakilan rakyat atau mengadakan komunikasi dengan wakil-wakil rakyat yang duduk dalam badan itu; berkampanye, dan menghadiri kelompok diskusi, dan sebagainya. (Kebalikan dari partisipasi adalah apatis. Seseorang dinamakan apatis (secara politik) jika ia tidak ikut serta dalam kegiatan-kegiatan tersebut di atas).\

Carl J. Friedrich: Partai politik adalah “sekelompok manusia yang terorganisir secara stabil dengan tujuan merebut atau mempertahankan penguasaan terhadap pemerintahan bagi pemimpin partainya dan, berdasarkan penguasaan ini memberikan kepada anggota partainya kemanfaatan yang bersifat ideal maupun materiil” (A political party is a group of human beings, stably organized with the objective of securing or maintaining for its leaders the control of a government, with the further objective of giving to members of the party, through such control ideal and material benefits and advantages).

2.1.2 Sistem Politik

Kegiatan politik selalu diatur dengan sistem agar dapat menjadi susunan skema yang baik. ⁸Sistem politik bisa diartikan sebagai suatu sistem yang terdiri dari berbagai unit yang saling berinteraksi yang berkaitan dengan kekuasaan dan kewenangan penjatahan sumber daya dengan tujuan akhir pembuatan keputusan. Dengan demikian, tiap pengiriman pesan yang berkaitan dengan kebijakan yang keluar dari sistem politik maupun pengiriman pesan yang berkaitan dengan perilaku aktor-aktor politik bisa digolongkan kedalam wilayah komunikasi politik.

Pada era kepemimpinan Presiden Soeharto, penggunaan media televisi sebagai alat pencitraan sudah terjadi, namun pada saat itu hanya satu kepentingan

⁸ Reuben Reynold Sihite, Media dan Komunikasi Politik, (2011: 251-252)

yang diangkat. Sementara saat ini sudah dimasuki oleh banyak kepentingan.⁹ Pada tahun 90-an, kampanye menggunakan media massa seperti televisi sudah dimulai.

Namun, apa yang dilakukan oleh media massa, khususnya televisi, saat itu hanya memindahkan mimbar ke ruang kaca. Proses kampanye di media televisi begitu monoton sebab pola kampanye di atas mimbar hanya cocok dilakukan diluar media, seperti kampanye langsung dihadapan khalayak.

Dengan pola kampanye ala mimbar di media massa, timbul kejenuhan di pihak publik dan keluhan dipemilik media khususnya televisi swasta. Ketika ada aturan setiap media televisi harus memberi hak yang sama kepada semua partai politik dengan durasi yang sama, sebenarnya adalah awal dari “kebingungan” media dalam menyikapnya.

Persoalan netralitas media tidak bisa hanya dilihat dari durasi yang sama kepada semua partai politik karena media televisi juga berkepentingan dengan siarannya yang menarik.

Jika melihat kreativitas di pihak partai politik, saat ini belum muncul *trend* konsultan *Public Relations* (PR) yang dilibatkan dalam kampanye politik. Kesempatan berkampanye di media televisi dilakukan secara tradisional dan sangat menjenuhkan. Namun, sebagai media yang memiliki daya jangkau dan keserempakn dalam menyampaikan pesan, semua elite partai menyadari pentingnya media massa sebagai saluran yang sangat efektif.

⁹ Roni Tabroni, Komunikasi Politik pada Era Multimedia, (2012: 95)

Dalam perkembangannya, kemajuan partai politik dalam memperlakukan media, yaitu dalam menyertakan konsultan PR dalam mengemas sebuah kampanye politik menjadi sangat menarik.

Mereka sudah mulai membedakan pola kampanye yang langsung berhadapan dengan massa, dengan kampanye di layar kaca, termasuk di media-media lain, seperti surat kabar, radio, bahkan pada tahun 2004 dan tahun 2008 sudah masuk ke wilayah media *online*.

Diantara media kampanye politik yang ada, kampanye melalui media massa termasuk sangat mahal, terlebih televisi. Kendati mahal, tidak ada satupun partai yang tidak tertarik untuk mengalokasikan anggarannya demi beriklan di media massa. Media massa dan politik tidak bisa dipisahkan karena media memiliki posisi sebagai saluran komunikasi politik yang sangat efektif.

Karena hubungan yang begitu erat antara media dengan politik, studi tentang pengaruh pers dalam pembentukan pendapat umum (opini publik) selalu mendapat tempat dalam kurikulum ilmu politik, 70 tahun sebelum ilmu komunikasi melembaga sebagai disiplin ilmu di Amerika Serikat.

Kendati demikian, studi tentang pengaruh media terhadap aktivitas politik baru menarik bagi para ahli ilmu-ilmu sosial pada tahun 1930-an, terutama dalam hubungannya dengan pernyataan para negarawan dan pemimpin partai politik yang mempengaruhi opini publik.

Iklan menjadi program yang cukup diandalkan oleh politisi partai untuk mempromosikan dirinya maupun partai di media massa.¹⁰ Dunia periklanan juga memberikan kontribusi yang sangat besar dalam kemajuan komunikasi politik, kontribusi dari dunia periklanan ini tidak lepas dari perkembangan teknologi televisi yang oleh Robert Denton disebutkan bahwa publik di Amerika Serikat harus mengucapkan terima kasih pada peran televisi dalam kampanye politik, yang mengawali menayangkan orasi politik.

Tayangan ini kemudian menjadi cikal bakal dari perkembangan periklanan politik. Tayangan politik di Amerika Serikat mengalami perkembangan yang amat pesat dan menjadi contoh dari iklan politik di negara-negara demokratis lainnya.

Perkembangan pesat iklan politik di Amerika Serikat, terutama yang melalui media televisi, telah mendudukan iklan politik sebagai alat utama bagi paracalon presiden di negara tersebut untuk mengomunikasikan pesan-pesannya, dan sekaligus merayu pemilih untuk memilihnya di hari.

Iklan politik yang dikemas melalui strategi periklanan modern mulai berkembang pesat sejak tahun 1950-an. Pemilihan presiden amerika serikat pada dekade tersebut bisa dilihat dari tonggak perkembangan iklan politik dalam strategi periklanan yang modern.

¹⁰ Fajar Junaedi, Komunikasi Politik, Teori, Aplikasi dan Strategi di Indonesia, (2013: 107 -109)

Sebagaimana yang telah terjadi di Amerika Serikat, iklan politik di Indonesia, dalam bentuknya yang modern dan benar-benar tergarap secara profesional sebagai sebuah iklan, baru ada pasca Reformasi. Pada era orde baru, iklan politik di Indonesia mati suri.

Kajian tentang iklan politik di Indonesia juga menjadi tersendat sebagai akibat dari ketiadaan obyek kajian tentang iklan politik di Indonesia. Pemerintah orde baru yang menganut sistem politik otoriter dan sentralistik mengakibatkan komunikasi politik yang dikemas dalam strategi periklanan modern menjadi terhenti.

Monopoli informasi semakin sulit terjadi jika kita melihat perimbangan kekuatan antarpol sendiri. Konstelasi politik telah berubah, dan tiba-tiba publik dihadapkan pada 5 partai besar dengan kekuatan yang relatif berimbang. Tidak ada parpol yang benar-benar dominan saat ini.

Secara ekonomi, potensi yang dimiliki PDIP relatif berimbang dengan partai Golkar, demikian juga dengan yang terjadi antara PKB, PPP, dan PAN. Lima parpol inilah yang akan mendominasi proses kampanye melalui televisi, namun kecil kemungkinan ada satu parpol yang benar-benar dominan.¹¹ Melalui pengalaman sosialisasi orang mengembangkan kepercayaan, nilai, dan pengharapan yang relevan dengan politik. Apakah hal ini mengakibatkan orang dewasa berperan secara aktif dalam politik yang bergantung pada terbukannya dan tanggapan orang tersebut terhadap komunikasi yang mempolitikan maupun

¹¹ Dan Nimmo, Komunikasi Politik Khalayak dan Efek, (2001: 127-128)

komunikasi yang mensosialisasikan. Ini menguraikan hubungan di antara komunikasi politik dengan partisipasi politik. Fokus kita bukan pada tuntutan politik dan preferensi yang diungkapkan orang melalui politik.

Masalah ini akan kita tinjau dalam bab-bab berikut yang membahas konsekuensi komunikasi pemilihan umum dan komunikasi kebijakan terhadap pemberian suara dan terhadap upaya mempengaruhi pejabat pemerintah. Sebagai gantinya disini kita mengamati tipe-tipe orang yang mengambil bagian dalam politik, bagaimana mereka melakukannya, dan faktor-faktor yang berkaitan dengan pendorongan atau pengurangan kegiatan politik mereka.

Dalam komunikasi politik, partisipan adalah anggota khalayak yang aktif yang tidak hanya memperhatikan apa yang dikatakan oleh para pemimpin politik, tetapi juga menanggapi dan bertukar pesan dengan para pemimpin itu.

2.2 Pencitraan Politik

Di Indonesia masyarakat mulai mengenal pencitraan sebagai strategi politik para politisi.¹² Istilah politik pencitraan, dalam dekade ini semakin dikenal di Indonesia, sejalan dengan berkembangnya demokrasi politik, terutama pada masa awal pemilihan langsung presiden tahun 2004. Selain istilah politik pencitraan, juga dikenal istilah pencitraan politik.

Kedua istilah tersebut bersumber dari istilah citra dan pencitraan yang sudah ditemukan dalam studi komunikasi, terutama mengenai kegiatan retorika,

¹² Anwar Arifin, Politik Pencitraan, (2013: 1-4)

propaganda, *public relations*, pemasaran, dan periklanan yang bertujuan mempengaruhi opini publik. Meskipun demikian, studi ilmiah yang khusus tentang citra, pencitraan, dan politik pencitraan atau pencitraan politik, belum tentu berkembang dan masih merupakan kajian awal terutama di Indonesia.

Istilah politik pencitraan itu memiliki beberapa makna, sesuai dengan perspektif ilmu politik dan ilmu komunikasi atau ilmu komunikasi politik yang digunakan. Hal itu dapat dipahami, karena baik politik maupun komunikasi atau komunikasi politik, memiliki sifat serba hadir, multimakna dan multidefinisi. Dengan demikian politik pencitraan memiliki lebih dari satu pengertian.

Pertama, politik pencitraan yang dalam bahasa Inggris disebut *imaging politics* merupakan proses atau cara bertindak dalam membentuk citra atau gambaran yang diinginkan kepada publik, dalam bentuk sikap, tindakan, pendapat, dan gagasan.

Bertindak sama dengan berkomunikasi (nonverbal) yang bukan bermakna pesan, melainkan berarti kemungkinan. Hal itu dapat dianalisis dari perspektif pragmatis dalam ilmu komunikasi yang dapat digunakan dalam mengkaji politik pencitraan.

Dengan demikian politik pencitraan dalam pengertian pertama itu sangat luas, karena dapat dilakukan oleh pemerintah, partai politik, organisasi massa, negarawan, politisi, kandidat, birokrat, pengamat, ilmuwan, dan pemimpin

masyarakat serta pemerintah, partai politik, organisasi perusahaan, industri dan pengusaha.

Sejalan dengan hal tersebut, maka politik pencitraan dapat diterapkan dalam berbagai bidang, seperti bidang politik, bidang ekonomi dan bisnis, serta bidang keagamaan, pendidikan, kesehatan, pertanian, dan sebagainya. Media massa sebagai sebuah lembaga juga melakukan politik pencitraan yang dirumuskan dalam politik redaksi yang dikenal juga sebagai politik media. Meskipun demikian dalam karya ini, politik pencitraan dibatasi dan difokuskan dalam bidang politik saja.

Dengan demikian politik pencitraan yang dimaksud dalam pengertian pertama itu adalah pencitraan politik yang mencakup pengaruh (*influenze*), wewenang (*authority*), kekuasaan (*power*) atau kekuatan (*force*), kerjasama (*cooperations*), konflik (*conflict*), dan konsensus (*consensus*) terutama dalam kaitannya dengan pencitraan.

Kedua, politik pencitraan yang dalam bahasa inggris disebut *imaging policy* merupakan kebijakan, terutama kebijakan negara (*public policy*) tentang pembentukan citra atau gambaran kepada publik, yang dapat dilaksanakan oleh pemerintah dan rakyat baik secara individu maupun secara berkelompok. Kebijakan itu berkaitan dengan adanya kebebasan berkomunikasi (*freedom of communications*) yang mencakup kebebasan berekspresi (*freedom of expression*) dan kebebasan informasi (*freedom of information*), kebebasan bersuara (*freedom of speech*) dan kebebasan pers (*freedom of the press*).

Hal itu diatur dalam konstitusi, undang-undang, atau peraturan-peraturan lainnya. Meskipun demikian politik pencitraan dalam arti kebijakan (*policy*) dapat juga dilakukan oleh partai politik, organisasi massa, atau lembaga-lembaga lainnya.

Politik pencitraan atau pencitraan politik yang dimaksud pada pengertian pertama, dengan sendirinya hanya dapat terlaksana jika politik pencitraan dalam pengertian kedua itu terwujud. Dengan adanya kebijakan negara (*public policy*) tentang adanya kebebasan melakukan pencitraan politik, maka pemerintah, partai politik, organisasi massa dan perseorangan mendapat kesempatan yang luas, untuk membentuk citra dirinya pada publik. Dengan demikian politik pencitraan dalam karya ini, mencakup pengertian pertama dan pengertian kedua yang telah dijelaskan di muka.

Hal itu berarti bahwa politik pencitraan merupakan bagian penting dari komunikasi politik yang bersifat multidisipliner. Telah dijelaskan di muka bahwa komunikasi politik itu telah diakui secara internasional sejak tahun 1970-an, sebagai sebuah subdisiplin ilmiah yang lahir dari kandungan ilmu politik dan merupakan perpaduan antara ilmu komunikasi dan ilmu politik.

Dampak komunikasi politik seperti citra politik dan pendapat umum serta efek distribusi partisipasi politik yang dapat diukur adalah hasil pemungutan suara dalam Pemilihan Umum. Studi tentang pemilihan umum telah banyak dilakukan, dan telah mewarnai perkembangan komunikasi politik baik sebagai ilmu maupun sebagai aktivitas politik. Justru itu para politikus, profesional atau aktivis yang

menjadi kandidat dalam pemilihan umum melalui komunikasi politik yang efektif¹³.

Strategi komunikasi politik yang harus digunakan ialah: merawat ketokohan sebagai pahlawan politik; membesarkan partai; menciptakan kebersamaan; dan membangun konsensus berdasarkan visi, misi dan program politik yang jelas.

Kegiatan pemilihan umum yang berkaitan langsung dengan komunikasi politik, ialah kampanye dan pemungutan suara. Kampanye pemilihan umum merupakan suatu usaha untuk mempengaruhi rakyat secara persuasif (tidak memaksa) dengan melakukan kegiatan retorika, public relations, komunikasi massa, lobby dan lain-lain kegiatan. Meskipun agitasi dan propaganda di negara demokrasi sangat dikecam, namun dalam kampanye pemilihan umum, teknik agitasi dan teknik propaganda banyak juga dipakai oleh para kandidat atau politikus selaku komunikator politik.

2.3 Media Massa

Jika khalayak tersebar tanpa diketahui dimana mereka berada, maka biasanya digunakan media massa. Media massa merupakan sebuah alat yang digunakan dalam penyampaian dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan

¹³ Anwar Arifin, Pencitraan dalam Politik, (2006: 39-40)

menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio dan televisi¹⁴.

Media massa juga dapat diartikan sebagai saluran yang dihasilkan oleh teknologi modern. Hal ini perlu ditekankan karena sebab ada media yang bukan media massa yakni media tradisional seperti kentongan, angklung, gamelan, dan lain-lain. Jadi, disini jelas media massa menunjuk pada hasil teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa¹⁵.

Karakteristik media massa ialah sebagai berikut :

1. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
2. Bersifat satu arah, artinya komunikasi dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau toh terjadi reaksi atau umpan balik biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
3. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.

¹⁴ Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi, (2008: 126-142)

¹⁵ Deddy Nur Hidayat, Pengantar Komunikasi Massa, (2007: 4)

4. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dan sebagainya.
5. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin dan suku bangsa.

Dewasa ini televisi boleh dikatakan telah mendominasi hampir semua waktu luang setiap orang. Dari hasil penelitian yang pernah dilakukan pada masyarakat Amerika, ditemukan bahwa hampir setiap orang di benua itu menghabiskan waktunya antara 6-7 jam per minggu untuk menonton TV. Di Indonesia pemakaian TV dikalangan anak-anak meningkat pada waktu libur, bahkan bisa melebihi delapan jam per hari. Mengapa TV begitu banyak menyita perhatian tanpa mengenal usia, pekerjaan dan pendidikan? Hal ini disebabkan televisi memiliki banyak kelebihan, terutama kemampuannya dalam menyatukan antarfungsi audio dan visual, ditambah dengan kemampuannya memainkan warna.

Penonton leluasa ,menentukan saluran mana yang mereka senangi. Selain itu, TV juga mampu mengatasi jarak dan waktu sehingga penonton yang tinggal di daerah-daerah terpencil dapat menikmati siaran TV.

2.3.1 Peran Media Massa

Sebuah contoh dari upaya penggunaan komunikasi massa untuk memberikan informasi bagi orang yang beruntung adalah acara televisi pendidikan *Sesame Street*. Acara ini, yang pertama kali ditayangkan pada tahun 1969, adalah sebuah upaya untuk mencapai sebagai dari tujuan program *Head Start* yang dijalankan oleh pemerintah untuk anak-anak usia pra-sekolah yang kurang beruntung melalui media massa televisi¹⁶.

Sesame Street adalah hasil dari riset yang ekstensif. *Sesame Street* mencoba misi baru yang berani menjangkau audiensi anak-anak dalam jumlah yang sangat besar dan menarik minat mereka dengan menggabungkan informasi dan hiburan dalam sebuah format baru.

Upaya-upaya komunikasi massa yang lain, telah ditunjukkan, mungkin juga mempunyai keuntungan dalam menyampaikan informasi ke orang-orang yang biasanya tidak mengenal kampanye dan demikian membantu demokrasi untuk berfungsi dengan lebih efektif.

2.4 Analisis Wacana

Selama hampir sepuluh tahun sekarang ini, istilah “wacana” sedang hangat dibicarakan dimana-mana baik dalam perdebatan-perdebatan maupun teks-teks ilmiah, tapi penggunaannya sembarangan saja, bahkan sering tanpa didefinisikan terlebih dahulu. Akibatnya, konsep wacana menjadi taksa, maknanya menjadi

¹⁶ Werner J. Severin, James W. Tankard, Jr, Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa, (2009: 294-295)

kabur, atau pun penggunaan maknanya secara berbeda dalam konteks-konteks yang berbeda¹⁷.

Kebanyakan kasus mendasari penggunaan kata “wacana” adalah gagasan umum bahwa bahasa ditata menurut pola-pola yang berbeda yang diikuti oleh ujaran para pengguna bahasa ketika mereka ambil bagian dalam domain-domain kehidupan sosial yang berbeda, misalnya dalam domain “wacana medis” dan “wacana politik”. Dengan demikian “analisis wacana” merupakan analisis atas pola-pola tersebut.

Analisis wacana bukanlah sekedar satu pendekatan tunggal, melainkan serangkaian pendekatan multidisipliner yang bisa digunakan untuk mengeksplorasi banyak domain sosial yang berbeda yang berada dalam jenis-jenis kajian yang berbeda.

Analisis wacana bisa digunakan sebagai kerangka analisis identitas kebangsaan. Bagaimanakah kita bisa memahami identitas kebangsaan dan konsekuensi-konsekuensi apa sajakah yang ditimbulkan oleh pembagian dunia ini kedalam negara-negara bangsa ? untuk menganalisisnya banyak bentuk teks dan pembicaraan yang berbeda yang bisa dipilih. Misalnya, fokus perhatiannya bisa ditujukan pada pengonstruksian secara kewacanaan identitas kebangsaan dalam buku-buku sejarah Inggris.

¹⁷ Werner J. Severin, James W. Tankard, Jr, Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa, (2009: 294-295)

Alternatifnya kita bisa memilih untuk mengeksplorasi signifikansi identitas kebangsaan berdasarkan interaksi antara orang-orang yang berbeda dalam suatu konteks organisasi misalnya tempat kerja. Bisa juga topik yang dibahas adalah cara-cara penyampaian pakar di media massa dan implikasinya bagi persoalan kekuasaan dan demokrasi.

Analisis wacana kritis menyediakan teori dan metode yang bisa digunakan untuk melakukan kajian empiris tentang hubungan-hubungan antara wacana dan perkembangan sosial dan kultural dalam domain-domain sosial yang berbeda.

Wacana merupakan bentuk praktik sosial yang menyusun dunia sosial dan disusun oleh praktik-praktik sosial yang lain. Sebagai praktik sosial, wacana berada dalam hubungan dialektik dengan dimensi-dimensi sosial yang lain. Wacana tidak hanya memberikan kontribusi pada pembentukan dan pembentukan kembali struktur sosial namun merefleksikan pembentukan dan pembentukan kembali struktur sosial tersebut.

2.5 Teori Pesan

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia selalu bertukar informasi lewat pesan-pesan yang tersampaikan dengan cara komunikasi antar pribadi atau kelompok. Dengan kata lain, pesan adalah yang pengirim sampaikan kepada khalayak yakni dapat berupa berita, kartun, pidato dan iklan. Pesan adalah apa yang terlihat (dapat didengar, dirasakan atau dibaca). Pesan adalah apa yang kita

lihat secara langsung dalam berita. Misalnya, kita dapat melihat dan membaca siapa orang yang diwawancarai, peristiwa apa yang diberitakan, letak berita dan foto yang dipakai¹⁸.

Teori Penerimaan Pesan adalah teori yang menekankan pada peran pembaca atau khalayak dalam menerima pesan, bukan pada peran pengirim pesan¹⁹. Pemaknaan pesan bergantung pada latar belakang budaya dan pengalaman hidup khalayak itu sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa makna dalam sebuah teks tidak melekat pada teks, tetapi dibentuk pada hubungan antara teks dan pembaca.

Dalam teori yang dikemukakan oleh Stuart Hall ini, proses komunikasi (encoding dan decoding) berlangsung lebih kompleks. Khalayak tidak hanya menerima pesan yang disampaikan oleh pengirim pesan (pengirim-pesan-penerima), tetapi juga bisa mereproduksi pesan yang disampaikan (produksi, sirkulasi, distribusi atau konsumsi-reproduksi)²⁰.

¹⁸ Eriyanto, Analisis Isi, (2011: 2)

¹⁹ Marcel Danesi, Encyclopedia of Media and Communication, (2013).

²⁰ Paul Marris, Sue Thornham. Media Studies: A Reader, (1996).

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif ialah hanya melaporkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi²¹.

Penelitian deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur atau cara memecahkan masalah penelitian dengan memaparkan keadaan objek yang diselidiki (seseorang, lembaga publik, dan lain-lain) sebagaimana adanya, berdasarkan fakta-fakta yang faktual sekarang²².

Penelitian kualitatif adalah pendekatan yang menghasilkan data deskriptif mengenai kata-kata lisan maupun tertulis dan tingkah laku yang dapat diamati dari orang-orang yang diteliti²³. Dalam penelitian kualitatif tidak dikenal dengan adanya populasi dan sample. Subjek penelitiannya pun ditentukan secara sengaja dan menjadi informasi yang akan memberikan pesan yang diperlukan selama proses penelitian²⁴.

²¹Jalaludin Rakhmat, Metode Penelitian Komunikasi, (2001:24).

²²Hadari Nawawi dan Murtini Hadari, Instrumen Penelitian Bidang Sosial, (1995:67).

²³Taylor dan Bogdan, Penelitian Kualitatif, (1984:5).

²⁴Bagong Suyanto dan Sutinah, Metode Penelitian Sosial : Berbagai Alternatif Pendekatan, (2006:166).

Penelitian deskriptif ditunjukkan untuk mengumpulkan informasi faktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, membuat perbandingan atau evaluasi, menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.²⁵

3.2 Metode Penelitian

Metode yang dipergunakan pada penelitian ini adalah analisis wacana. Analisis wacana bukanlah sekedar satu pendekatan tunggal, melainkan serangkaian pendekatan multidisipliner yang bisa digunakan untuk mengeksplorasi banyak domain sosial yang berbeda yang berada dalam jenis-jenis kajian yang berbeda²⁶.

Analisis wacana bisa digunakan sebagai kerangka analisis identitas kebangsaan. Bagaimanakah kita bisa memahami identitas kebangsaan dan kosekuensi-konsekuensi apa sajakah yang ditimbulkan oleh pembagian dunia ini kedalam negara-negara bangsa ? untuk menganalisanya banyak bentuk teks dan pembicaraan yang berbeda yang bisa dipilih. Misalnya, fokus perhatiannya bisa ditujukan pada pengonstruksian secara kewacanaan identitas kebangsaan dalam buku-buku sejarah Inggris.

²⁵ Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (2001:114).

²⁶ Marianne W. Jorgensen dan Louise J. Phillips, *Analisis Wacana Teori dan Metode*, (2007:117)

Alternatifnya kita bisa memilih untuk mengeksplorasi signifikansi identitas kebangsaan berdasarkan interaksi antara orang-orang yang berbeda dalam suatu konteks organisasi misalnya tempat kerja. Bisa juga topik yang dibahas adalah cara-cara penyampaian pakar di media massa dan implikasinya bagi persoalan kekuasaan dan demokrasi.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Data Primer

Perihal penggunaan media massa TV One dan Antv sebagai alat untuk melakukan pencitraan politik, dalam hal ini penulis akan melakukan pengumpulan data-data untuk kemudian menjadi bahan penelitian.

Ada beberapa proses pengumpulan data yang akan penulis ambil untuk penelitian ini. Yakni dengan melakukan pengamatan mengenai program acara yang menampilkan sosok Aburizal Bakrie, baik dari acara berita hingga iklan politik. Kemudian penulis akan mengumpulkan *statement* Aburizal Bakrie dengan cara mentranskrip komentar-komentar Bakrie untuk kemudian penulis analisis.

3.3.2 Analisis Teks

Analisis teks berita akan difokuskan pada tiga unsur, yaitu representasi, relasi, dan identitas. Representasi merupakan tampilan atau gambaran peristiwa, orang, kelompok, situasi, dan keadaan yang ada didalam teks. Relasi merupakan tampilan atau gambaran hubungan antara narasumber dan khalayak yang juga

terdapat didalam teks. Kemudian indentitas, merupakan gambaran identitas narasumber kepada khalayak yang juga terdapat dalam teks.

3.4 Fokus Penelitian

Peran pemilik media massa dewasa ini memiliki kuasa yang besar kepada isi siaran. Hal tersebut melunturkan peran dan fungsi media massa seharusnya, sehingga pemirsa setia hanya dijadikan konsumen tetap dari isi siaran yang mendapat intervensi pemilik.

Ditahun 2013 bertepatan dengan masa menjelang pemilu Presiden, para pemilik media yang juga terdaftar sebagai praktisi partai politik menjadikan media massa yang dikuasainya menjadi alat kampanye yang dinilai sangat efektif. Hal ini patut dicermati dengan baik, apakah legal menggunakan sarana publik seperti hak siar televisi untuk dimanfaatkan sebagai alat kampanye pemilik media tersebut.

Politisi sekaligus pemilik media yang patut juga dicermati menurut penulis ialah sosok Aburizal Bakrie, Ia dikenal sebagai politisi partai Golkar sekaligus pemilik dua televisi nasional yakni TV One dan Antv, kiprahnya dalam dunia politik terus melambung setelah kini Ia menduduki posisi sebagai ketua umum partai berlambang pohon beringin itu pada tahun 2009.

Melihat karir politik yang tengah menanjak, ARB begitu ia sering disapa mencoba peruntungan yang lebih besar didunia politik. Ia mencalonkan diri sebagai bakal calon Presiden dari kubu partai Golkar pada periode 2013, seiring

dengan pencalonannya penulis tergerak untuk meneliti apakah ARB benar memanfaatkan media yang dimiliki sebagai alat kampanye lewat isu-isu yang dibangun dan disiarkan oleh TV One dan Antv.

3.5 Unit Analisis

Weber (1994) menerangkan bahwa yang terpeting dalam analisis isi hanya satu yaitu unit pencatatan (*recording units*).²⁷ Secara umum, unit analisis dapat dibagi menjadi tiga bagian, yakni unit sampel, unit pencatatan dan unit konteks (*context units*). Unit sampel (*sampling units*) adalah bagian dari objek yang dipilih (diseleksi) oleh peneliti untuk didalami.

Unit sampel ditentukan oleh topik dan tujuan dari riset. Lewat unit sampel, peneliti dengan tegas menentukan mana isi (*content*) yang akan diteliti dan yang tidak diteliti. Dalam hal ini, peneliti ingin meneliti media massa Tv One dan Antv selama medio 2013 perihal komunikasi politik yang dilakukan Aburizal Bakrie yang ditayangkan oleh kedua media tersebut.

Unit pencatatan (*recording units*) adalah bagian atau aspek dari isi yang menjadi dasar dalam pencatatan dan analisis. Isi (*content*) dari suatu teks mempunyai unsur atau elemen, unsur atau bagian ini yang harus didefinisikan sebagai dasar peneliti dalam melakukan pencatatan. Sebuah cerita di media cetak, terdiri atas kata, kalimat, gambar (foto).

²⁷Eriyanto, Analisis Isi, (2011: 60-65)

Unit konteks (*context units*) adalah konteks apa yang diberikan oleh peneliti untuk memahami atau memberi arti pada hasil pencatatan. Riffe et al. (1998:61), memberi ilustrasi menarik mengenai unit konteks ini. Jika peneliti ingin mengetahui status sosial ekonomi dalam karakter dicerita televisi. Peneliti akan mencatat (*recording units*) berupa pakaian, cara bicara, perhiasan yang dipakai dan bentuk tubuh.

Aspek-aspek yang dicatat itu (pakaian, cara bicara) harus diberi konteks tertentu sebagai status social ekonomi. Misalnya, karakter yang pakaiannya bagus, cara bicara runtut dan banyak mengadopsi bahasa asing dan memakai perhiasan dikategorikan sebagai karakter dari kalangan atas. Unit konteks ini dalam prektiknya harus dipilih oleh peneliti. Ia dapat berupa konteks social politik, peraturan atau perundangan tertentu, dan budaya.

Unit sampel, pencatatan dan konteks saling berkaitan satu sama lain. Masing-masing unit analisis ini harus didefinisikan secara jelas oleh peneliti sebelum mulai melakukan analisis isi.

Unit ini menentukan isi apa yang dipilih (*sampling units*), bagian apa dari isi yang dicatat (*recording units*), dan bagaimana hasil pencatatan itu diberikan penilaian (*context units*). Pilihan atas unit-unit analisis ini akan menentukan bagaimana analisis ini dikerjakan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4. 1 Gambaran Umum Aburizal Bakrie

4.1.1 Biografi Aburizal Bakrie

Aburizal Bakrie merupakan pengusaha ternama di Indonesia yang juga terjun di dunia politik. Dilahirkan di Jakarta pada 15 Nopember 1946, pria yang akrab disapa Ical atau ARB ini lahir di keluarga pengusaha sukses tanah air yakni Achmad Bakrie yang merupakan ayah kandungnya.

Bakrie memiliki isteri, Tatty Murnitriati, dan dikarunia tiga orang anak yakni Anindya Novyan Bakrie, Anindhita Anestyia Bakrie dan Anindra Ardiansyah Bakrie.

Meneruskan karir bisnis ayahnya, Bakrie dipercaya menjabat di Group Bakrie pada tahun 1992, Bakrie dinilai sukses memimpin perusahaan dengan mampu melebarkan sayap ke berbagai bidang seperti pertambangan, kontraktor, telekomunikasi, informasi, industri baja dan media massa. Setelah sebelumnya di era 1942, Group Bakrie dikenal dengan bisnis kopi, karet, dan lada.

Dalam karir politik yang Ia mulai sejak tahun 1988 – 1993 Bakrie terpilih menjadi anggota Majelis Pemusyawaratan Rakyat (MPR) periode 1 bahkan ia terpilih untuk kedua kalinya menjabat sebagai anggota MPR pada tahun 1993–1998.

Ditahun 1991 – 1993 ARB terpilih hingga dua kali menjabat sebagai Presiden Forum Bisnis ASEAN, kemudian ditahun 1996 - 1998 ia menjadi Presiden Asean Chamber of Commerce & Industry. Diera menduduki jabatan sebagai ketua umum Partai Golkar yakni pada tahun 2009, Bakrie kemudian ditarik menjadi Menteri Koordinator Kesejahteraan Rakyat (Menko Kesra) dalam Kabinet Indonesia Bersatu pada 5 Desember 2005 setelah sebelumnya menjabat sebagai Menteri Koordinator Perekonomian dalam kabinet yang sama. Sejak saat itu karir politik Bakrie tetap stabil dengan menjadi ketua umum Partai Golkar hingga masa pemilu 2014.

Menjelang masa pemilu 2014, Bakrie memutuskan untuk ikut serta dalam pencalonan Presiden dari Partai Golkar. Melakukan sejumlah kegiatan sosial, Bakrie mencoba menelisik keinginan masyarakat untuk memenuhi karakter pemimpin yang diinginkan rakyat.

Dalam kegiatannya tersebut, sosok Bakrie jadi sorotan kamera disejumlah televisi nasional dengan mengusung misi sebagai calon Presiden Republik Indonesia yang ke 7.

4.1.2 Pendidikan Aburizal Bakrie

Bakrie menjalani pendidikan terakhir di Fakultas Elektro Institut Teknologi Bandung tahun 1973.

4.1.3 Karir Aburizal Bakrie

2009 – 2014 Ketua Umum DPP Partai GOLKAR

2004 – 2009 Anggota Dewan Penasehat DPP Partai GOLKAR

2000 – 2005 Anggota Dewan Pakar ICMI (Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia)

1999 – 2004 Ketua Umum KADIN (Kamar Dagang dan Industri Indonesia) periode II

1996 – 1998 Presiden, *Asean Chamber of Commerce & Industry*

1996 – 1997 *International Councillor, Asia Society*

1994 – 1999 Ketua Umum KADIN periode I

1993 – 1998 Anggota, Majelis Pemusyawaratan Rakyat (MPR) – periode II

1993 – 1995 Anggota Dewan Penasehat, *International Finance Corporation*

1993 – 1995 Presiden *ASEAN Business Forum (Institute of South East Asian Business)* – periode II

1991 – 1993 Presiden *ASEAN Business Forum (Institute of South East Asian Business)* – periode I

1989 – 1994 Ketua Umum Persatuan Insinyur Indonesia

1988 – 1993 Wakil Ketua Umum, KADIN Bidang Industri dan Industri Kecil

1988 – 1993 Anggota, Majelis Pemusyawaratan Rakyat (MPR) – periode I

1985 – 1993 Ketua Bidang Dana PBSI (Persatuan Bulu Tangkis Seluruh Indonesia)

1984 – sekarang Anggota, Partai Golongan Karya

1984 – 1988 Wakil Ketua, Asosiasi Kerjasama Bisnis Indonesia – Australia

1977 – 1979 Ketua Umum, HIPMI (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia)

1976 – 1989 Ketua Umum, Gabungan Pabrik Pipa Baja Seluruh Indonesia

1975: Ketua Departemen Perdagangan HIPMI

1973 – 1975 Wakil Ketua Departemen Perdagangan, HIPMI

4.1.4 Penghargaan Aburizal Bakrie

2014 Penghargaan "Tokoh Lampung bidang Ekonomi" dari Pemerintah Provinsi Lampung

2012 Penghargaan "Nugraha Karya" dari KADIN karena dianggap berhasil membesarkan nama KADIN selama kepemimpinannya

2011 "Bintang Mahaputra Adipradana" dari Presiden Susilo Bambang Yudhoyono

1997 Penghargaan "*ASEAN Business Person of the Year*" dari *the ASEAN BusinessForum*

1995 Penghargaan "*Businessman of the Year*" dari Harian Republika

1986 Penghargaan “*The Outstanding Young People of the World*” dari *the Junior Chamber of Commerce*

4.2 Hasil Penelitian

Pada bab ini penulis akan menguraikan hasil penelitian mengenai Fenomena Pencitraan Politik Aburizal Bakrie dalam Media TV One dan Antv dalam periode 2013. Data-data penulis peroleh dari pengamatan dimedia massa yang kemudian penulis uraikan kedalam sebuah transkrip.

Penulis mengumpulkan data dari kalimat atau *statement* yang terlontar dari Bakrie yang penulis anggap memiliki makna atau pesan politik pencitraan kemudian penulis telusuri dengan menggunakan analisis teks.

Proses pengumpulan data sebagai arsip penulis lakukan dengan cara mengunduh sejumlah siaran yang ditayangkan media Tv One dan Antv di media sosial youtube sebelum ditranskrip menjadi *statement* langsung dari Bakrie.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Iklan Aburizal Bakrie Tentang Kekagumannya Terhadap Kaum Ibu



<https://www.youtube.com/watch?v=7Xq4Cimb>

“Tanpa pengorbanan dari orang tua, kalian tidak akan sampai disini, ibu saya meninggal dunia tahun yang lalu (baca tahun 2012), saya sangat menghormati Ibu saya, saya juga sangat menghormati Ayah saya, tapi saya tahu pengorbanan terbesar adalah pada seorang Ibu, pada Ibu-ibu yang memberikan pendidikan-pendidikan dirumah tangga. Saya harapkan kalian berterima kasih kepada Ibu, apalagi surga dibawah telapak kaki Ibu”

statement yang diucapkan Bakrie dalam iklan politik yang berdurasi 53 detik yang sering kali ditayangkan di media Tv One dan Antv dalam periode 2013 hingga awal 2014, iklan tersebut penulis unduh dari media sosial youtube dengan alamat web <https://www.youtube.com/watch?v=7Xq4CimbOr8> pada bulan

Januari tahun 2014 untuk diteliti mengenai pesan yang terkandung dalam *statement* yang terucap atau teks yang tertulis yang didalam video.

Hati Ke Hati Bersama Mamah Dedeh



<https://www.youtube.com/watch?v=3I8SA7KE>

Dalam siaran program yang berbeda yakni dalam acara Mamah Dedeh yang disiarkan di Antv pada medio Mei 2012, Bakrie juga membicarakan tentang kekaguman serta pengabdianya yang dalam kepada seorang Ibu.

“Dekat Sekali saya dengan Ibu saya, apalagi setelah Ayah saya meninggal pada tahun 1988 maka dekat sekali, makan sama-sama meskipun hari minggu sibuk seperti apa, setiap mau pergi keluar negeri atau keluar kota paling tidak telepon, kemudian sahur dan buka puasa tetap sama-sama meskipun rumah

saya jauh,” statement Bakrie dalam wawancara yang berlangsung disiarkan program Mamah Dedeh. Penulis mendapatkan data tersebut dengan cara mengunduh dari alamat web <https://www.youtube.com/watch?v=3I8SA7kE6aU>.

Topik ANTV, Safari Politik Aburizal Bakrie di Jawa Barat



<https://www.youtube.com/watch?v=jkMBcVrc>

Dalam program acara lain, Bakrie juga acap kali menghiasi layar kaca Antv dengan berbagai kegiatan politik yang ia lakukan maupun yang dilakukan oleh Isterinya, Tatty Murnitriati.

“Golkar sebagai partai dengan (perolehan) kursi paling banyak di DPR RI, saya yakin partai Golkar bisa memperoleh raihan suara terbanyak di Jawa Barat, ya juga diseluruh Indonesia saya yakin juga mampu memperoleh raihan suara terbanyak, saya yakin,” statement Bakrie dalam siaran berita dengan judul

acara Topik yang ditayangkan oleh Antv, penulis mengunduh siaran tersebut dari youtube dengan alamat web <https://www.youtube.com/watch?v=jkMBeVrcmjE>. Saat itu tepatnya pada Senin 24 Februari 2014 lewat program acara Topik, dalam kegiatan safari politik di Jawa Barat, Bakrie mengunjungi sejumlah ketua daerah yang menjabat di Jawa barat untuk mendapat animo besar dari warga Jawa Barat khususnya dan masyarakat pada umumnya.

Iklan ARB Dukung Pedagang Kaki Lima



<https://www.youtube.com/watch?v=JrZpnGYZ>

Dalam iklan lain yang tayang di Antv dan Tv One, Bakrie mencoba mencitrakan dirinya sebagai sosok pemimpin yang mendukung seluruh pedagang kaki lima, yang selama ini kita tahu kurang mendapat perhatian pemerintah.

“Bila menyangkut rakyat Indonesia, bila menyangkut kepentingan anak-anak kita, tidak ada warna lain, tidak ada warna merah, tidak ada warna putih, tidak ada warna hijau, tidak ada warna biru, yang ada cuma satu warna merah putih. Harus membela rakyat kecil, harus membela pedagang kecil, membela pedagang-pedagang kaki lima,” tutur Bakrie dalam iklan politik yang kerap disiarkan di media Tv One dan Antv.

Dalam iklan lain, Bakrie memberikan dukungannya secara politik kepada calon Presiden Prabowo Subianto. Data iklan ini penulis unduh dihalaman youtube dengan alamat <https://www.youtube.com/watch?v=8h5Fyclj1-s>.

Iklan Politik ARB Dukung Prabowo Jadi Presiden



<https://www.youtube.com/watch?v=8h5Fyclj>

“Apapun hasilnya yang harus menang adalah seluruh rakyat Indonesia. saya berterima kasih kepada seluruh pendukung saya yang selama ini

memberikan dukungan baik bagi partai Golkar maupun bagi ARB atau bagi saya pribadi. Sekarang saya memberikan dukungan kepada saudara Prabowo Subianto, beliau bisa memimpin Indonesia kedepan. Orang muda tentu mengharapkan Indonesia yang lebih baik, orang muda membutuhkan Indonesia yang sangat dihormati oleh bangsa-bangsa lain di dunia. itulah yang bisa diberikan oleh Prabowo, Indonesia yang lebih sejahtera dan Indonesia yang mandiri serta Indonesia yang bermatabat jika Indonesia dihormati oleh seluruh bangsa di dunia,” tutur Bakrie dalam iklan yang berdurasi sekitar 52 detik.

Iklan Politik ARB Dukung Kaum Petani



<https://www.youtube.com/watch?v=gaDpJbEy>

Dalam iklan lain yang penulis unduh di alamat youtube https://www.youtube.com/watch?v=gaDpJbEy_Qw, berisi tentang iklan Bakrie yang menampilkan kepeduliannya terhadap nasib kaum petani.

“Pahlawan-pahlawan Bangsa, kalau tidak ada petani, mau makan nasi dari mana. Anak-anak petani nantinya harus bisa sekolah, paling tidak sampai kelas tiga SMA. Jadi sekolah selama 12 tahun itu kita buat secara gratis. Hari esok harus lebih baik dari hari ini. Inhsa Allah nanti para petani, makin lama makin dapat perhatian,” tutur Bakrie dalam iklan yang berdurasi kurang lebih selama 33 detik.

Pidato Deklarasi Pecalonan ARB Sebagai Kandidat Presiden



<https://www.youtube.com/watch?v=ARpeQxCX>

Pidato Aburizal Bakrie dalam deklarasi sebagai kandidat Predisen dari partai Golkar pada tahun 2013. Tayangan ini penulis unduh dari halaman youtube dengan alamat : <https://www.youtube.com/watch?v=ARpeQxCXPz8>.

“Saya tahu bahwa setelah deklarasi ini barangkali isteri dan anak-anak saya lah yang akan menanggung beban yang paling berat. Namun mereka semua rela, mereka semua akan tabah, serta mendukung sepenuhnya, sebab mereka memahami bahwa langkah yang saya tempuh bukanlah untuk mencapai ambisi pribadi, tetapi untuk memberikan kontribusi bagi kemajuan negeri yang kita cintai ini,” tutur Bakrie yang dikutip dari segmen pertama dalam pidato politik yang menyatakan dirinya siap menjadi kandidat Presiden dari partai Golkar.

Kemudian dalam segmen berikutnya, Bakrie kembali menegaskan bahwa berdirinya sebagai kandidat Presiden ialah semata-mata untuk memenuhi kebutuhan rakyat.

“Saya telah mengunjungi beberapa tempat, bukan hanya mengunjungi kota besar, saya juga ke pelosok desa, saya bertemu begitu banyak variasi kehidupan rakyat anak muda dan remaja, siswa dan mahasiswa, dosen dan guru, pegawai, pekerja, buruh, petani, nelayan dan pedagang kecil. Terus terang saya tersentuh dan terharu oleh antusiasme serta kehangatan sambutan mereka, dalam sorot mata mereka, saya lihat kerinduan pada sosok pemimpin yang mau dan sanggup membela nasib mereka. Khususnya dikalangan remaja dan generasi muda saya rasakan pancaran sinar mata kehidupan satu kehendak untuk maju serta harapan besar untuk menempuh kehidupan. Kepada mereka semualah deklarasi ini dipersembahkan,” ungkap Bakrie dalam pidatonya.

Kabar Petang TV One, Safari Politik



<https://www.youtube.com/watch?v=GikNqp-1>

Dalam paket berita lain, penulis mengunduh paket berita ini lewat halaman youtube dengan alamat <https://www.youtube.com/watch?v=GikNqp-1ID0> . Bakrie yang tengah menjalankan safari politik di desa Gajah Mungkur diwawancarai perihal agendanya disana, pada saat itu Bakrie menjalani agenda peninjauan desa yang memiliki potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia cukup baik. Namun masih kekurangan dalam segi modal, maka dalam kesempatan itu Bakrie memberikan berupa dzakat tahunan untuk kemudian dijadikan modal usaha.

“Sebagian besar mungkin 50 persen untuk masyarakat gajah mungkur sebagai tambahan permodalan. Jadi manajemennya juga harus ada disini dengan modal 50 juta rupiah digerakan masyarakat-masyarakat khususnya para nelayan, petani tambak, ini untuk bisa menambah modalnya, sehingga dengan demikian mereka tidak perlu meminjam dari lintah darat, jadi saya kasih sebagai zakat saya tahun ini tambahan seratus juta rupiah yang 50 juta khusus untuk masyarakat gajah mungkur,” ungkap Bakrie dalam wawancara di desa Gajah Mungkur.

Dalam proses pengumpulan data, diketahui Bakrie dengan pintar serta cermat menggunakan kata, teks atau kalimat yang dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Sehingga penonton atau pendengar dapat mengikuti pidato yang dibawakan Bakrie dengan nyaman hingga selesai.

Dalam setiap kemunculannya dimedia Tv One maupun Antv, Bakrie selalu tampil dengan dibalut dalam agenda kegiatan-kegiatan sosial. Hal tersebut penulis anggap sebagai langkah jitu Bakrie dalam membentuk pencitraan diri sebagai simbol kedekatan dengan masyarakat.

4.3 Pemilu

Tekad untuk melaksanakan UUD 1945 secara murni dan konsekuen juga dilakukan dengan melembagakan pelaksanaan pemilihan umum. Dalam periode Demokrasi Pancasila eeini pemilu secara berkala telah diselenggarakan, yaitu pada 1971, 1977, 1982 dan 1987 yang baru lalu. Sistem pemilihan umum yang digunakan adalah sistem perwakilan berimbang dipadukan dengan sistem daftar , yang ditujukan untuk memilih wakil rakyat yang akan duduk di DPR maupun DPRD (Dewan Perwakilan Rakyat Daerah)²⁸.

Untuk DPR, wakil yang terpilih mewakili provinsi atau wilayah yang setingkat. Karena berdasarkan sistem daftar maka pemilihan umum diselenggarakan dengan menggunakan tanda gambar partai politik dan Golkar.

Ini berarti yang dipilih adalah tanda gambar dan bukan individu yang mewakili. Untuk memberitahukan siapa yang menjadi wakil dari partai politik/Golkar di daerah, maka partai-partai dan Golkar menyusun urutan nama calonnya dalam suatu daftar yang disebarluaskan dalam masyarakat.

Telah disinggung diatas bahwa melalui pemilihan umum rakyat menentukan wakilnya yang akan duduk dalam DPR dan MPR. Kemudian melalui wakilnya dalam MPR, rakyat memilih presiden, yang kemudian membentuk pemerintahan. Sampai dengan pemilihan umum 1982 wakil rakyat yang duduk dalam DPR berjumlah 460 orang.

²⁸ Carlton Clymer Rodee, Carl Quimby Christol, Totton James Anderson, Thomas H. Greene, Padmo Wahjono, Nazarudin Syamsuddin, Pengantar Ilmu Politik, (2009: 491-492).

Dari jumlah yang dipilih melalui pemilihan umum sebanyak 360 orang, sementara sisanya 100 orang duduk dalam lembaga itu melalui proses pengangkatan.

Dari 100 orang yang diangkat, 75 di antaranya adalah dari ABRI sedangkan sisanya diangkat dari golongan bukan militer. Diberikannya jatah yang tetap pada ABRI adalah karena ABRI tidak ikut serta pada pemilihan umum.

Jumlah anggota MPR adalah 920 orang, yang terdiri atas anggota DPR (460 orang) ditambah dengan utusan daerah, golongan-golongan militer dan nonmiliter, serta kekuatan politik peserta pemilu sendiri dengan perbandingan sesuai dengan ketentuan perundangan yang berlaku. Secara ringkas keanggotaan MPR dapat dibagi atas dua jenis.

Pertama adalah anggota yang dipilih baik melalui pemilihan umum (DPR) maupun tambahan kursi berdasarkan perimbangan kekuatan masing-masing kekuatan politik peserta pemilu. Kesemua ini merupakan dua pertiga dari jumlah seluruh anggota MPR. Kedua adalah, sepertiga anggota yang diangkat yaitu dari Utusan Daerah dan golongan-golongan baik ABRI maupun bukan ABRI.

Sebagai akibat besarnya jumlah anggota yang diangkat dan ditambah dengan kemenangan Golkar dalam setiap pemilihan umum, maka kedudukan pemerintah semakin kuat. Konflik politik dalam parlemen yang mengakibatkan jatuhnya kabinet-kabinet dalam masa parlementer, tak pernah dialami pada masa Demokrasi Pancasila ini.

DPR yang bertugas menyusun UU bersama-sama pemerintah dan melakukan pengawasan atas jalannya pemerintahan lebih sering tampil sebagai “kawan” eksekutif karena loyalnya terhadap pemerintah. Hampir tak ada rancangan UU yang berasal dari pemerintah atau kebijaksanaan pemerintah yang ditolak DPR.

Beberapa diantaranya memang pernah menimbulkan perdebatan hangat, umpamanya kasus RUU perkawinan atau ketetapan MPR tentang P-4 (Pedoman Penghayatan dan Pengamatan Pancasila) bagi seluruh rakyat Indonesia, di mana PPP menolak dan melakukan *walk-out*, akan tetapi akhirnya menerima usul pemerintah.

Sementara itu banyak yang menganggap bahwa jumlah anggota legislatif yang diangkat itu terlalu banyak sehingga mempengaruhi lemahnya peranan DPR. Kritik yang dilancarkan terhadap hal ini menyebabkan diadakan peninjauan kembali terhadap anggota yang diangkat ini.

Akhirnya pada 1985 berhasil dicapai kesepakatan baru dalam UU pemilu dan susunan keanggotaan MPR di mana ditetapkan jumlah anggota DPR menjadi 500 orang, sedangkan jumlah anggota MPR sebanyak 1000 orang. Tentang anggota yang diangkat diputuskan hanya seperlima saja dan diambil dari kelompok ABRI.

Dari perkembangan diatas tampak bahwa secara yuridis formal ada usaha pengembangan kearah praktek demokrasi yang setidaknya-tidaknya ditandai oleh

semakin sedikitnya jumlah anggota yang diangkat. Apakah ini berarti semakin sedikit pengaruh pemerintah atas lembaga legislatif, agaknya merupakan suatu masalah yang masih akan ditentukan oleh perkembangan politik.

4.3.1 YouTube

Youtube merupakan sebuah situs web berbagi video yang tengah berkembang pesat di Indonesia, situs ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video.

Kebanyakan konten di YouTube diunggah oleh individu, meskipun saat ini sudah banyak perusahaan-perusahaan media yang memanfaatkan situs ini sebagai sarana bagi penonton untuk menonton acara yang sudah ditayangkan sebelumnya oleh stasiun televisi.

Pengunjung tidak perlu mendaftar jika hanya ingin menonton konten-konten yang ada di YouTube. Namun jika pengunjung ingin mengunggah video atau berlangganan ke salah satu channel YouTube, maka pengunjung diharuskan mendaftarkan diri terlebih dahulu, sehingga nantinya akan mendapatkan akses-akses tersebut.

4.4 Analisa Data

Sehubungan dengan pencalonan Aburizal Bakrie sebagai calon Presiden dari Partai Golkar, media Tv One dan Antv secara terang diketahui sering kali memunculkan baik iklan politik maupun laporan berita yang berkaitan kegiatan dengan Aburizal Bakrie.

Dalam kampanye politik, Bakrie acap kali memanfaatkan media massa yang ia kuasai untuk menayangkan sejumlah iklan politik yang mengkampanyekan pribadinya sebagai sosok calon Presiden yang ideal.

Strategi pencitraan dirinya dikemas dengan balutan agenda kegiatan sosial dengan masyarakat bersama seluruh kalangan masyarakat. Hal tersebut dilakukan agar kemasan berita atau tayangan menjadi menarik karena disamping pencitraan yang dibentuk, program tersebut juga menyelipkan informasi yang dibutuhkan penonton pada umumnya.



Iklan Aburizal Bakrie Tentang Kekagumannya Terhadap Kaum Ibu

Dalam *statement* yang dilontarkan Bakrie dalam bentuk *audio dubbing* yang mengiringi gambar video, merupakan sebuah pesan yang dapat diterima setiap komunikasi, baik dibaca maupun yang didengar.

Table W. Jorgensen dan Louise J. Phillips

Data	Representasi	Relasi	Identitas	Keterangan
<i>saya sangat menghormati Ibu saya, saya juga sangat menghormati Ayah saya, tapi saya tahu pengorbanan terbesar adalah pada seorang Ibu, pada Ibu-ibu yang memberikan pendidikan-</i>	Ya	Ya	Ya	Bakrie Memaksimalkan Iklan dengan mencoba meraih kepercayaan golongan perempuan, lewat kepeduliannya terhadap perempuan.

<i>pendidikan</i>				
<i>dirumah tangga.</i>				

Bakrie mencoba memberikan pesan secara maksimal dan detail agar mendapat kepercayaan sebagai Presiden yang peduli terhadap nasib kaum wanita diseluruh Indonesia, untuk kemudian nantinya mampu mendukung serta memajukan segala aspek yang berkaitan dengan bidang yang dijalani kaum wanita.

Pesan yang terkandung tersebut secara berulang-ulang kali tiap harinya disiarkan oleh media Tv One dan Antv, artinya Bakrie mencoba memaksimalkan isi pesan tersebut dengan cara menggunakan media yang ia kuasai sebagai alat untuk memkampanyekan dirinya dengan waktu yang bebas.

Seperti diungkapkan W. Jorgensen dan Louise J. Phillips bahwa analisis wacana bukanlah sekedar satu pendekatan tunggal, melainkan serangkaian pendekatan multidisipliner yang bisa digunakan untuk mengeksplorasi banyak domain sosial yang berbeda yang berada dalam jenis-jenisa kajian yang berbeda.

Seperti komunikasi yang dibangun Bakrie ialah kedekatannya dengan sosok seorang Ibu. Dimana sosok seorang Ibu biasanya dikaitkan dengan Ibu rumah tangga yang hanya berdiam dirumah, namun Bakrie menampilkan kekagumannya kepada seorang Ibu karena mampu mendidik calon-calon penerus bangsa dengan baik. Dengan *statement* tersebut dan dikaitkan dengan ungkapan

W. Jorgensen dan Louise J. Phillips penulis menganggap Bakrie mencoba meraih kedekatan dengan wanita atau Ibu-ibu agar mampu meraih suara dari kalangan tersebut dengan semaksimal mungkin.

Hati Ke Hati Bersama Mamah Dedeh

Berkaitan dengan salah satu bentuk pencitraan Bakrie perihal kedekatannya dengan sosok Ibu, sebagai tambahan penulis juga meninjau siaran program yang berbeda yakni dalam acara Mamah Dedeh yang disiarkan di Antv pada medio Mei 2012, Bakrie juga membicarakan tentang kekaguman serta pengabdianya yang dalam kepada seorang Ibu.

Table W. Jorgensen dan Louise J. Phillips

Data	Representasi	Relasi	Identitas	Keterangan
Program Hati ke Hati Bersama Mamah Dedeh	Ya	Ya	Ya	Bakrie menekankan bahwa dirinya adalah sosok yang dekat dengan seorang Ibu. Untuk itu ia benar-benar menghargai jasa para Ibu sebagai pembimbing anak-

				anak menjadi generasi yang dapat memajukan bangsa dan negara.
--	--	--	--	---------------------------------------------------------------

Topik ANTV, Safari Politik Aburizal Bakrie di Jawa Barat

Dalam program lain, Antv menayangkan kegiatan Bakrie saat mengunjungi kota Jawa Barat sebagai langkah safari politik didaerah-daerah.

Table W. Jorgensen dan Louise J. Phillips

Data	Representasi	Relasi	Identitas	Keterangan
<i>Saya yakin partai Golkar bisa memperoleh raihan suara terbanyak di Jawa Barat, ya juga diseluruh Indonesia</i>	Ya	Ya	Ya	Bakrie mencoba meyakinkan masyarakat bahwa partai Golkar masih merupakan partai yang paling dipercaya, Statement

				Bakrie tersebut merupakan bentuk dari gambaran peristiwa yakni jumlah anggota partai yang menduduki kursi Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI).
--	--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Seperti dalam teori yang dipaparkan W. Jorgensen dan Louise J. Phillips bahwa analisis teks berita difokuskan pada tiga unsur, yaitu representasi, relasi, dan identitas. Representasi merupakan tampilan atau gambaran peristiwa, orang, kelompok, situasi, dan keadaan yang ada didalam teks. Relasi merupakan tampilan atau gambaran hubungan antara narasumber dan khalayak yang juga

terdapat didalam teks. Kemudian indentitas, merupakan gambaran identitas narasumber kepada khalayak yang juga terdapat dalam teks.

Iklan ARB Dukung Pedagang Kaki Lima

Bakrie menjelaskan bahwa nasib pedagang kaki lima akan mendapat banyak perhatian oleh pemimpin, karena kesejahteraan masyarakat ialah tanggung jawab dari seorang pemimpin negara.

Table W. Jorgensen dan Louise J. Phillips

Data	Representasi	Relasi	Identitas	Keterangan
<i>Bila menyangkut rakyat Indonesia, bila menyangkut kepentingan anak-anak kita, tidak ada warna lain, tidak ada warna merah, tidak ada</i>				Bakrie mencoba melunturkan fanatisme masyarakat atas partai politik lain.

<p>warna putih, tidak ada warna hijau, tidak ada warna biru, yang ada cuma satu warna merah putih. Harus membela rakyat kecil, harus membela pedagang kecil, membela pedagang- pedagang kaki lima.</p>				
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--

Seperti dikatakan oleh W. Jorgensen dan Louise J. Phillips bahwa relasi merupakan tampilan atau gambaran hubungan antara narasumber dan khalayak

yang juga terdapat didalam teks. Kemudian indentitas, merupakan gambaran identitas narasumber kepada khalayak yang juga terdapat dalam teks.

Maka penulis menemukan dalam video tersebut, bahwasanya Bakrie mencoba melunturkan ego partai, juga melunturkan fanatisme masyarakat kepada partai lain. Lewat statement-statement yang mengandung unsur itulah akhirnya timbul kedekatan antara Bakrie dengan khalayak yang menjadi sasaran pencitraan politiknya.



Iklan Politik ARB Dukung Prabowo Jadi Presiden

Dalam iklan lain, Bakrie memberikan dukungannya secara politik kepada calon Presiden Prabowo Subianto.

Table W. Jorgensen dan Louise J. Phillips

Data	Representasi	Relasi	Identitas	Keterangan
<p><i>Apapun hasilnya yang harus menang adalah seluruh rakyat Indonesia</i></p>	Ya	Ya	Ya	<p>Bakrie mencoba untuk mengarahkan seluruh pendukung partai Golkar dan juga pendukung pribadinya untuk turut mendukung Prabowo dalam pencapresan</p>

<p><i>Orang muda tentu mengharapkan Indonesia yang lebih baik, orang muda membutuhkan Indonesia yang sangat dihormati oleh bangsa-bangsa lain di dunia. itulah yang bisa diberikan oleh Prabowo</i></p>	<p>Ya</p>	<p>Ya</p>	<p>Ya</p>	<p>kalimat ini menekankan bahwa generasi muda pada umumnya membutuhkan sosok yang dihormati oleh bangsa asing, sosok tersebut dicitrakan Bakrie ada pada sosok Prabowo</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------	-----------	-----------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Pidato Pencapresan Aburizal Bakrie

Dalam kesempatan lain Tv One dan Antv menayangkan pidato Aburizal Bakrie dalam deklarasi sebagai kandidat Predisen dari partai Golkar pada tahun 2013.

Table W. Jorgensen dan Louise J. Phillips

Data	Representasi	Relasi	Identitas	Keterangan
<p><i>Saya tahu bahwa setelah deklarasi ini barangkali isteri dan anak-anak saya lah yang akan menanggung beban yang paling berat. Namun mereka semua rela, mereka semua akan tabah, serta mendukung sepenuhnya, sebab mereka memahami bahwa langkah yang saya tempuh</i></p>	Ya	Ya	Ya	<p>Bakrie menerangkan kesiapannya untuk menjadi calon Presiden. Meskipun dalam pencalonannya Ia harus sedikit mengkesampingkan keluarganya demi masyarakat Indonesia.</p>

<p><i>bukanlah untuk mencapai ambisi pribadi, tetapi untuk memberikan kontribusi bagi kemajuan negeri yang kita cintai ini</i></p>				
<p><i>Saya telah mengunjungi beberapa tempat, bukan hanya mengunjungi kota besar, saya juga ke pelosok desa, saya bertemu begitu banyak variasi kehidupan rakyat anak muda dan remaja, siswa dan mahasiswa, dosen dan guru, pegawai, pekerja, buruh,</i></p>	Ya	Ya	Ya	<p>Bakrie kembali menegaskan bahwa berdirinya sebagai kandidat Presiden ialah semata-mata untuk memenuhi kebutuhan rakyat.</p>

<p><i>petani, nelayan dan pedagang kecil.</i></p> <p><i>Terus terang saya tersentuh dan terharu oleh antusiasme serta kehangatan sambutan mereka, dalam sorot mata mereka, saya lihat kerinduan pada sosok pemimpin yang mau dan sanggup membela nasib mereka.</i></p> <p><i>Khususnya dikalangan remaja dan generasi muda saya rasakan pancaran sinar mata kehidupan satu kehendak untuk</i></p>				
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--

<p><i>maju serta harapan besar untuk menempuh kehidupan. Kepada mereka semualah deklarasi ini dipersembahkan</i></p>				
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--

Kabar Petang, Safari Politik Aburizal Bakrie

Dalam paket berita lain, Bakrie yang tengah menjalankan safari politik di desa Gajah Mungkur diwawancarai perihal agendanya disana.

Table W. Jorgensen dan Louise J. Phillips

Data	Representasi	Relasi	Identitas	Keterangan
<p><i>jadi saya kasih sebagai zakat saya tahun ini tambahan seratus juta rupiah yang 50 juta khusus untuk masyarakat gajah mungkur</i></p>				<p>Bakrie mencoba memberikan citra bahwa dirinya merupakan sosok yang benar mendukung kegiatan rakyat bahkan dalam bentuk dukungan dana. Bakrie</p>

				mencoba	meraih
				kedekatan	secara
				personal	dengan
				masyarakat	Gajah
				Mungkur	sebagai
				contoh	kedekatannya
				dengan	masyarakat
				kecil	yang berprofesi
				sebagai	pekerja tambak
					dan petani.

Meninjau ungkapan W. Jorgensen dan Louise J. Phillips bahwa analisis teks berita akan difokuskan pada tiga unsur, yaitu representasi, relasi, dan identitas. Representasi merupakan tampilan atau gambaran peristiwa, orang, kelompok, situasi, dan keadaan yang ada didalam teks. Relasi merupakan tampilan atau gambaran hubungan antara narasumber dan khalayak yang juga terdapat didalam teks. Kemudian indentitas, merupakan gambaran identitas narasumber kepada khalayak yang juga terdapat dalam teks.

Bahwasannya *statement* Bakrie menunjukkan bahwa kepeduliannya terhadap usaha masyarakat Gajah Mungkur dengan meninjau lokasi, malakukan aktivitas yang dilakukan masyarakat seperti dapat dilihat pada gambar Bakrie tengah mencangkul untuk menanam sendiri bibit tanaman serta juga memberikan

bantuan dana. Apa yang dilakukan Bakrie ini mencakup semua pernyataan W. Jorgensen dan Louise J. Phillips dalam teori analisis teks.’

Dalam hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhadap Fenomena Pencitraan Politik Aburizal Bakrie dalam Media TV One dan ANTV dapat disimpulkan bahwasanya Bakrie secara gamblang menggunakan kedua media yang ia kuasai guna kepentingan pencitraan politik sesuai dengan karakteristik media massa yang pengaruhnya cukup besar bagi khalayak, dengan kata-kata yang mendalam dan penuh arti, Bakrie berusaha menjadi sosok yang dikenal masyarakat lebih dekat.

Seperti diungkapkan Marianne W. Jorgensen dan Louise J. Phillips, yakni untuk menganalisa wacana yang dilontarkan seseorang terdapat banyak bentuk teks dan pembicaraan yang berbeda yang bisa dipilih. Topik yang dibahas adalah cara-cara penyampaian pakar di media massa dan implikasinya bagi persoalan kekuasaan dan demokrasi.

Penulis melihat hal tersebut dilakukan Bakrie guna meraih perhatian yang mendalam dari masyarakat untuk mensukseskan pencalonan dirinya ataupun calon yang ia usung sebagai calon Presiden RI yang terbaik dan layak untuk dipilih.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Aburizal Bakrie merupakan salah satu sosok yang sukses sebagai pengusaha dan politisi. Memiliki kuasa dimedia massa miliknya, Bakrie dapat dinilai sebagai salah satu politisi yang dengan jeli dan cerdas dalam membuat strategi pencitraan. Dengan menggunakan cara berkomunikasi yang baik dan santun, Bakrie mampu menarik perhatian sejumlah kalangan masyarakat.

Masyarakat yang dalam hal ini menjadi pemirsa televisi sejauh ini rata-rata hanya menjadi konsumen media, tanpa bisa meneliti kebenaran atau isi pesan yang terkandung dalam berita. Penulis yang menekankan fokus penelitiannya pada Fenomena Pencitraan Politik Aburizal Bakrie dalam Media Tv One dan Antv berharap masyarakat sebagai pemirsa televisi nantinya mampu menilai isi pesan yang tersirat maupun yang tersurat. Agar pemirsa mampu menerima dengan baik dan dengan sebenar-benarnya isi pesan yang ditayangkan oleh media massa.

Pendidikan ini juga sering disebut dengan melek media atau literasi media, yang mana mendidik penonton agar mampu menilai isi pesan dengan baik. Tujuannya ialah agar nantinya seluruh penonton tidak lagi termakan oleh pencitraan yang dilakukan politisi didalam media massa. Hal ini mendorong masyarakat agar mampu menjalankan proses demokrasi dengan baik, yakni dengan mengetahui berita mengenai seluruh politisi dengan sebenar-benarnya.

5.2 Saran

Atas penelitian mengenai Fenomena Pencitraan Aburizal Bakrie dalam Media Tv One dan Antv yang penulis lakukan, penulis akan mengutarakan saran yang nantinya penulis berharap dapat menjadi bahan rujukan agar masyarakat pemirsa televisi mampu melek media.

5.2.1 Saran Praktis

1. Agar mampu memilah pencitraan didalam program acara televisi dalam hal ini Tv One dan Antv, masyarakat harus mencari informasi dari media lain kemudian menelaah data-data dari berbagai media tersebut. Hal tersebut dimaksudkan agar pemirsa memiliki bahan pembanding atau nantinya dapat membaca situasi sosial politik agar memahami mengapa politisi tersebut kerap muncul dimedia massa dengan sejumlah agenda safari politik dll.
2. Pendidikan menjadi salah satu faktor kecerdasan penonton dalam memahami isi pesan yang disiarkan media. Oleh sebab itu penonton juga harus membekali diri dengan pendidikan atau pengetahuan yang mumpuni agar mampu membaca isi pesan yang terkandung dalam *statement* politikus didalam media massa.

5.2.2 Saran Akademis

1. Melihat peran media massa serta karakteristik berita, media massa Tv One dan Antv harus menampilkan berita yang lebih berimbang, artinya tidak lagi melihat kemana arah berita itu akan menyasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin Anwar. *Politik Pencitraan*. Jakarta. Pustaka Indonesia. 2013 21-25.
- Budiarjo Miriam. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta. Cetakan Keduapulu Tiga. Agustus 2002.
- Cangara Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada. 2008.
- Danesi Marcel, *Encyclopedia of Media and Communication*. Paperback. April 2013.
- Darma Aliah Yoce. *Analisis Wacana Kritis*. Bandung. Desember 2009.
- Eriyanto. *Analisis Isi*. Jakarta. PT Fajar Interpratama Mandiri. Mei 2011.
- Hidayat Nur Deddy. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada . 2007.
- Junaedi Fajar. *Komunikasi Politik, Teori, Aplikasi dan Strategi di Indonesia*. Yogyakarta. Februari 2013.
- Jorgensen W. Marianne dan Phillips J. Louise. *Analisis Wacana Teori dan Metode*. Yogyakarta. Januari 2007.
- Marris Paul, Thornham Sue. *Media Studies: A Reader*. Paperback. Maret 2010.
- Nawawi Hadari dan Hadari Murtini. *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta. Gajah Mada University Press. 1995.
- Nimmo Dan. *Komunikasi Politik Khalayak dan Efek*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya. Agustus 2001.
- Pawito. *Komunikasi Politik Media Massa dan Kampanye Pemilihan*. Yogyakarta & Bandung. Jalasutra. Maret 2009.
- Rakhmat Jalaludin. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya. 2001.
- Rodee Clymer Carlton, Christol Quimby Carl, et.al. *Pengantar Ilmu Politik*. Jakarta. Rajawali Pers. 2009.

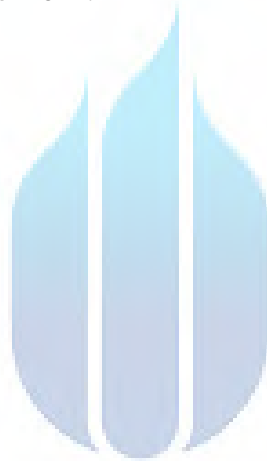
Sihite Reynold Reuben. *Media dan Komunikasi Politik*. Jakarta. Cetakan Pertama. Oktober 2011.

Subiakto Henry, Ida Rachmah. *Komunikasi, Politik, Media dan Demokrasi*. Jakarta. Kencana. September 2012.

Sudibyo Agus. *Ekonomi Politik Media Penyiaran*. Yogyakarta. Januari 2004.

Severin Werner, Tankard James. *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta. Kencana. 2009.

Tabroni Roni. *Komunikasi Politik pada Era Multimedia*. Jakarta. Simbiosis Rekatama Media. Desember 2012.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LAMPIRAN

Iklan Aburizal Bakrie Tentang Kekagumannya Terhadap Kaum Ibu



<https://www.youtube.com/watch?v=7Xq4Cimb>

“Tanpa pengorbanan dari orang tua, kalian tidak akan sampai disini, ibu saya meninggal dunia tahun yang lalu (baca tahun 2012), saya sangat menghormati Ibu saya, saya juga sangat menghormati Ayah saya, tapi saya tahu pengorbanan terbesar adalah pada seorang Ibu, pada Ibu-ibu yang memberikan pendidikan-pendidikan dirumah tangga. Saya harapkan kalian berterima kasih kepada Ibu, apalagi surga dibawah telapak kaki Ibu”

Hati Ke Hati Bersama Mamah Dedeh



<https://www.youtube.com/watch?v=3I8SA7kE>

Dalam siaran program yang berbeda yakni dalam acara Mamah Dedeh yang disiarkan di Antv pada medio Mei 2012, Bakrie juga membicarakan tentang kekaguman serta pengabdianya yang dalam kepada seorang Ibu.

“Dekat Sekali saya dengan Ibu saya, apalagi setelah Ayah saya meninggal pada tahun 1988 maka dekat sekali, makan sama-sama meskipun hari minggu sibuk seperti apa, setiap mau pergi keluar negeri atau keluar kota paling tidak telepon, kemudian sahur dan buka puasa tetap sama-sama meskipun rumah saya jauh,” statement

<https://lib.mercubuana.ac.id>

Topik ANTV, Safari Politik Aburizal Bakrie di Jawa Barat



<https://www.youtube.com/watch?v=jkMBcVrc>

Dalam program acara lain, Bakrie juga acap kali menghiasi layar kaca Antv dengan berbagai kegiatan politik yang ia lakukan maupun yang dilakukan oleh isterinya, Tatty Murnitriati.

“Golkar sebagai partai dengan (perolehan) kursi paling banyak di DPR RI, saya yakin partai Golkar bisa memperoleh raihan suara terbanyak di Jawa Barat, ya juga diseluruh Indonesia saya yakin juga mampu memperoleh raihan suara terbanyak, saya yakin,”

Iklan ARB Dukung Pedagang Kaki Lima



<https://www.youtube.com/watch?v=JrZpnGYZ>

Dalam iklan lain yang tayang di Antv dan Tv One, Bakrie mencoba mencitrakan dirinya sebagai sosok pemimpin yang mendukung seluruh pedagang kaki lima, yang selama ini kita tahu kurang mendapat perhatian pemerintah.

“Bila menyangkut rakyat Indonesia, bila menyangkut kepentingan anak-anak kita, tidak ada warna lain, tidak ada warna merah, tidak ada warna putih, tidak ada warna hijau, tidak ada warna biru, yang ada cuma satu warna merah putih. Harus membela rakyat kecil, harus membela pedagang kecil, membela pedagang-pedagang kaki lima,”

Iklan Politik ARB Dukung Prabowo Jadi Presiden



<https://www.youtube.com/watch?v=8h5Fyclj>

“Apapun hasilnya yang harus menang adalah seluruh rakyat Indonesia. saya berterima kasih kepada seluruh pendukung saya yang selama ini memberikan dukungan baik bagi partai Golkar maupun bagi ARB atau bagi saya pribadi. Sekarang saya memberikan dukungan kepada saudara Prabowo Subianto, beliau bisa memimpin Indonesia kedepan. Orang muda tentu mengharapkan Indonesia yang lebih baik, orang muda membutuhkan Indonesia yang sangat dihormati oleh bangsa-bangsa lain di dunia. itulah yang bisa diberikan oleh Prabowo, Indonesia yang lebih sejahtera dan Indonesia yang mandiri serta Indonesia yang bermatabat jika Indonesia dihormati oleh seluruh bangsa di dunia,” tutur Bakrie dalam iklan yang berdurasi sekitar 52 detik.

Iklan Politik ARB Dukung Kaum Petani



<https://www.youtube.com/watch?v=gaDpJbEy>

Dalam iklan lain yang penulis unduh di alamat youtube https://www.youtube.com/watch?v=gaDpJbEy_Qw, berisi tentang iklan Bakrie yang menampilkan kepeduliannya terhadap nasib kaum petani.

“Pahlawan-pahlawan Bangsa, kalau tidak ada petani, mau makan nasi dari mana. Anak-anak petani nantinya harus bisa sekolah, paling tidak sampai kelas tiga SMA. Jadi sekolah selama 12 tahun itu kita buat secara gratis. Hari esok harus lebih baik dari hari ini. Inhsa Allah nanti para petani, makin lama makin dapat perhatian,” tutur Bakrie dalam iklan yang berdurasi kurang lebih selama 33 detik.

Pidato Deklarasi Pecalonan ARB Sebagai Kandidat Presiden



<https://www.youtube.com/watch?v=ARpeQxCX>

Pidato Aburizal Bakrie dalam deklarasi sebagai kandidat Presiden dari partai Golkar pada tahun 2013. Tayangan ini penulis unduh dari halaman youtube dengan alamat : <https://www.youtube.com/watch?v=ARpeQxCXPz8>.

“Saya tahu bahwa setelah deklarasi ini barangkali isteri dan anak-anak saya lah yang akan menanggung beban yang paling berat. Namun mereka semua rela, mereka semua akan tabah, serta mendukung sepenuhnya, sebab mereka memahami bahwa langkah yang saya tempuh bukanlah untuk mencapai ambisi pribadi, tetapi untuk memberikan kontribusi bagi kemajuan negeri yang kita cintai ini.”

“Saya telah mengunjungi beberapa tempat, bukan hanya mengunjungi kota besar, saya juga ke pelosok desa, saya bertemu begitu banyak variasi kehidupan rakyat anak muda dan remaja, siswa dan mahasiswa, dosen dan guru,

pegawai, pekerja, buruh, petani, nelayan dan pedagang kecil. Terus terang saya tersentuh dan terharu oleh antusiasme serta kehangatan sambutan mereka, dalam sorot mata mereka, saya lihat kerinduan pada sosok pemimpin yang mau dan sanggup membela nasib mereka. Khususnya dikalangan remaja dan generasi muda saya rasakan pancaran sinar mata kehidupan satu kehendak untuk maju serta harapan besar untuk menempuh kehidupan. Kepada mereka semualah deklarasi ini dipersembahkan,” ungkap Bakrie dalam pidatonya.

Kabar Petang TV One, Safari Politik



<https://www.youtube.com/watch?v=GikNqp-1>

<https://lib.mercubuana.ac.id>

“Sebagian besar mungkin 50 persen untuk masyarakat gajah mungkur sebagai tambahan permodalan. Jadi manajemennya juga harus ada disini dengan modal 50 juta rupiah digerakan masyarakat-masyarakat khususnya para nelayan, petani tambak, ini untuk bisa menambah modalnya, sehingga dengan demikian mereka tidak perlu meminjam dari lintah darat, jadi saya kasih sebagai zakat saya tahun ini tambahan seratus juta rupiah yang 50 juta khusus untuk masyarakat gajah mungkur,” ungkap Bakrie dalam wawancara di desa Gajah Mungkur.

