

## KONSTRUKSI PENCITRAAN CAGUB RIDWAN KAMIL DAN PARTAI NASDEM MELALUI IKLAN POLITIK

Herry Setianto Wahyono <sup>1</sup>, Taufiq Furqon Nurhakim <sup>2</sup>

Universitas Halim Sanusi PUI Bandung, Jln.Garut no 2 Bandung , Herrysetiantow@gmail.com  
Politeknik LP3I , Jln Pahlawan No.59 Bandung Taufiqfurqonnurhakim@gmail.com

### ABSTRACT

*This research wants to see about Cagub Ridwan Kamil and Nasdem imaging that is done through advertisements on television. This research analyzes the new Indonesian version of political advertising text and the legal version by using Teun van Dijk's discourse analysis, which includes analysis in terms of text (Visual and Audio-Visual).*

*The results of this study reveal that Cagub invites the public to join together in making changes in law enforcement that is fair and civilized. In order to carry out the process of imaging party politics, audiences also read the image of their party differently based on their subjectivity, either based on the experiences and associations they bring, or because of the influence of the setting in which the image appears.*

*This, in assessing the political image of each candidate for governor, some are positive and some are negative and some are even neutral, depending on their respective subjectivity*

**Keywords:** *construction<sup>1</sup> , governor candidate<sup>2</sup>, Advertising<sup>3</sup>.*

### ABSTRAK

Penelitian Ini Ingin Melihat Tentang Pencitraan Cagub Dan Partai Nasdem Yang Dilakukan Melalui Iklan Ditelevisi. Penelitian Menganalisis Tentang Teks Iklan Politik Versi Indonesia Baru Dan Versi Hukum Dengan Menggunakan Analisis Wacana Teun Van Dijk, Yang Meliputi Analisis Dari Segi Teks (Visual Dan Audio-Visual). Hasil Dari Penelitian Ini Diantaranya Mengungkap Bahwa Cagub Mengajak Public Bergabung Bersama Dalam Melakukan Perubahan Dalam Penegakan Hukum Yang Adil Dan Beradab.

Dalam Rangka Melakukan Proses Pencitraan Politik Partai, Khalayak Juga Membaca Citra Partai Yang Mengusung Calon Gubernur Secara Berbeda Berdasarkan Subyektivitas Mereka, Baik Berdasarkan Pengalaman Dan Asosiasi Yang Dibawa, Atau Karena Adanya Pengaruh Setting Dimana Citra Tersebut Muncul.

Dengan Demikian Maka Khalayak Dalam Menilai Citra Politik Masing-Masing Calon Gubernur Ada Yang Positif Dan Ada Yang Negatif Bahkan Ada Yang Netral, Tergantung Juga Subyektivitas Mereka Masing-masing.

**Kunci:** *konstruksi pencitraan<sup>1</sup>, Cagub<sup>2</sup>, Iklan<sup>3</sup>.*

## **PENDAHULUAN**

Di era informasi yang berkembang pesat saat ini, banyak iklan politik yang menampilkan identitas, identitas, dan karakter suatu kelompok politik atau yang kita kenal dengan partai politik. Salah satu iklan partai politik yang paling terkenal saat ini adalah iklan politik partai NasDem, berbagai versi iklan politik. Upaya populer saat ini adalah menggunakan media massa<sup>1</sup> untuk membentuk dan memperkuat citra politik partai melalui tampilan iklan politik. Misalnya dalam konteks periklanan, periklanan saat ini sedang berada pada puncaknya, berhasil mempengaruhi pemikiran masyarakat untuk membeli dan mengkonsumsi produk atau jasa yang diiklankan.

Kampanye saat ini merupakan ajang persuasi politik. Politisi bersaing untuk membuat diri mereka dikenal dan dipromosikan. Mereka kemudian mengklaim satu sama lain sebagai politisi yang paling cocok untuk menjadi pemimpin wilayah dan negara mereka. Saat pemilu semakin dekat, semakin banyak iklan politik muncul di surat kabar dan televisi. Elit politik menggunakan media massa sebagai alat yang paling efektif untuk menampilkan diri kepada khalayak luas. Tentu saja, politisi dengan banyak uang dapat menggunakan semua sumber daya mereka untuk "menjual" diri mereka sendiri melalui iklan media massa.

Iklan televisi adalah iklan media massa yang secara emosional dapat mempengaruhi orang-orang yang hidup dalam berbagai cara yang berbeda, disesuaikan dengan standar dan gaya hidup pemirsanya. Dirangsang, terutama membangkitkan kerinduan pemirsa akan rangsangan visual, menjadikannya media yang intim dan pribadi. adalah kekuatan dan "instrumen kekuasaan" efektif yang menetapkan status dan legitimasi serta membentuk persepsi tentang realitas sosial. Pasangan Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum memanfaatkan kekuatan ini untuk kampanye iklan TV mereka.

Isu yang menarik perhatian peneliti berkaitan dengan citra yang dibangun pasangan gubernur melalui representasi realitas dalam periklanan, yang kini menampilkan iklan yang semakin banyak di berbagai media. Kampanye Pilkada Ridwan Kamil dan UU Pilkada, seiring iklan yang ada semakin kreatif dan berbobot. Dalam kampanye iklan terdapat beberapa karakter yang merepresentasikan bentuk-bentuk realitas sosial hingga membentuk citra. Pada dasarnya, iklan TV membangun realitas sosial.

Menurut Bogdan dan Taylor (Dalam Mulyana, Deddy, 2001:145) Metodologi adalah proses, prinsip, atau prosedur yang digunakan untuk mengatasi suatu masalah dan mencari jawaban. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat subjektif, dengan mempertimbangkan upaya interpretasi dan relevansinya dengan fenomena yang diteliti. Sudut pandang subjektif memiliki beberapa kriteria, seperti: "Sifat realitas (komunikasi) itu beragam, kompleks, semu, dinamis (variabel), terkonstruksi dan holistik. Kebenaran sejati itu relatif, metode penelitian bersifat deskriptif objektif (wawancara tidak terstruktur/mendalam, pengamat yang berpartisipasi), analisis dokumen, kasus penelitian sejarah-kritis, dengan lebih menekankan pada interpretasi daripada pengamatan objektif, analisis bersifat induktif, pertama Berkelanjutan dari awal hingga akhir dan mencari model, pola atau konsep, dan peran nilai-nilai peneliti, etika dan pilihan moral yang melekat pada proses penelitian. (Muljana, Dedi, 2001:147-148).

Pendekatan konstruktivis adalah pendekatan secara teoritis untuk komunikasi yang dikembangkan tahun 1970-an oleh Jesse Delia dan rekan-rekan sejawatnya. Memiliki pengaruh kuat pada bidang komunikasi. Menurut Littlejohn (2011:181) Teori konstruktivisme menyatakan bahwa individu melakukan interpretasi dan bertindak menurut berbagai kategori konseptual yang ada dalam pikirannya. Menurut teori ini, realitas tidak menunjukkan dirinya dalam bentuknya yang kasar, tetapi harus disaring terlebih dahulu melalui bagaimana cara seseorang melihat sesuatu. Konstruktivisme menolak pandangan positivisme yang memisahkan subjek dan objek komunikasi, sesuai dengan pandangan konstruktivisme, bahasa tidak lagi hanya dilihat sebagai alat untuk memahami realitas objektif belaka dan dipisahkan dari subjek sebagai penyampai pesan. Konstruktivisme justru menganggap subjek sebagai faktor sentral dalam kegiatan komunikasi serta hubungan-hubungan sosialnya. Subjek memiliki kemampuan melakukan kontrol terhadap maksud-maksud tertentu dalam setiap wacana.

Teori konstruktivisme menyatakan bahwa individu menginterpretasikan dan beraksi menurut kategori konseptual dari pikiran. Realitas tidak menggambarkan diri individu namun harus disaring melalui cara pandang orang terhadap realitas tersebut. Paradigma konstruktivisme ialah paradigma dimana kebenaran suatu realitas sosial dilihat sebagai hasil konstruksi sosial, dan kebenaran suatu realitas sosial bersifat relatif. Paradigma konstruktivisme ini berada dalam perspektif interpretivisme

(penafsiran) yang terbagi dalam tiga jenis, yaitu interaksi simbolik, fenomenologis dan hermeneutik. Paradigma konstruktivisme dalam ilmu sosial merupakan kritik terhadap paradigma positivis. Paradigma konstruktivis dipengaruhi oleh perspektif interaksi simbolis dan perspektif strukturan fungsional. Perspektif interaksi simbolis ini mengatakan bahwa manusia secara aktif dan kreatif mengembangkan respons terhadap stimulus dalam dunia kognitifnya.

Individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya. Realitas sosial itu memiliki makna manakala realitas sosial tersebut dikonstruksikan dan dimaknakan secara subjektif oleh individu lain, sehingga memantapkan realitas itu secara objektif. Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana dalam paradigma kualitatif – konstruktivisme terhadap isi iklan ridwan kamil. Penelitian ini menaruh perhatian pada pengungkapan aspek-aspek tersembunyi dibalik sebuah kenyataan yang tampak (virtual reality) guna dilakukan perubahan terhadap struktur sosial. (Hamad, 2004:43).

## **METODE PENELITIAN**

Analisis wacana mengasumsikan suatu pemahaman dan kemampuan untuk mengidentifikasi wacana-wacana. Konsep analisis wacana, terutama dikembangkan oleh Louis Aithusser pada tahun 1970—an yang menunjuk pada kumpulan makna tentang suatu topik atau subjek tertentu. Makna dihasilkan melalui cara-cara tertentu, dan di dalamnya kita menggunakan bahasa yang terkait dengan topik atau subjek yang tertentu tersebut. Menurut Jorgensen dan Phillips,(2007:16) Pendekatan pada analisis wacana mengambil titik awal dan pernyataan filsafat pasca strukturalis dan strukturalis, sehingga akses kita kepada realitas selalu melalui Bahasa. Pada saat menggunakan bahasa, manusia dapat menciptakan representasi-representasi realitas yang tidak hanya sekadar refleksi dan realitas yang ada sebelumnya, melainkan mengkonstruksikan sebuah realitas. Akan tetapi, objek-objek itu hanya mendapatkan makna melalui wacana-wacana yang mampu menyusun dan mengubah dunia. Dengan begitu, perjuangan yang muncul pada tataran kewacanaan (discursive struggle) terjadi sebagai upaya untuk mengubah dan mereproduksi realitas sosial. Jorgensen dan Phillips (2007:22-23) mengungkapkan semua pendekatan analisis wacana menyepakati ide- ide utama berikut:

- 1) Bahasa bukanlah merupakan refleksi realitas yang telah ada sebelumnya.
- 2) Bahasa terstruktur dalam pola-pola atau wacana wacana. Tidak hanya ada satu sistem umum makna sebagaimana yang dikemukakan strukturalisme Saussurean, namun terdapat serangkaian sistem atau wacana, tempat makna makna bisa berubah dari wacana satu ke wacana yang lain.
- 3) Pola-pola kewacanaan itu dipertahankan dan praktik praktik kewacanaan.

Oleh karena itu pemeliharaan dan transformasi pola-pola tersebut hendaknya bisa didaya gunakan dan dipakai secara praktis. Model van Dijk ini sering disebut sebagai “social cognition” (Eriyanto, 2012:221).Proses produksi van Dijk, melibatkan suatu proses yang disebut sebagai kognisi sosial, istilah ini diadopsi dari pendekatan dilapangan dalam ilmu psikologi sosial, terutama untuk menjelaskan struktur dan proses terbentuknya suatu teks, suatu teks yang cenderung memarginalisasikan posisi perempuan, misalnya muncul karena kognisi atau kesadaran mental diantara penulis, bahkan kesadaran masyarakat yang memandang perempuan secara rendah, sehingga teks disini hanya merupakan bagian terkecil saja dari praktek wacana yang merendahkan perempuan.

Pendekatan yang dikenal sebagai konjungsi sosial ini membantu menentukan bagaimana produksi teks yang melibatkan dieksplorasi melalul analisis Konteks-konteks khusus tempat bertindakya bahasa. Dari sekian banyak analisis kritik wacana yang diperkenalkan dan dikembangkan oleh beberapa ahli model van Dijk adalah model yang paling banyak dipakai. Hal ini kemungkinan karena van Dijk mengkolaborasi elemen-elemen wacana sehingga proses yang kompleks tersebut dapat dipelajari dan dijelaskan. Teks dibentuk dalam suatu praktik diskursus, suatu praktek wacana. Wacana oleh van Dijk digambarkan mempunyai tiga dimensi yaitu teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Dijk menggabungkan tiga dimensi wacana tersebut kedalam suatu kesatuan analisis.

Melalui teks, struktur teks dan strategi wacana dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu adalah hal yang akan diteliti. Kognisi sosial mempelajari proses induksi teks berita yang melibatkan kognisi individu dari penulis dalam hal ini Ridwan Kamil. Sedangkan aspek ketiga yaitu kritik sosial yang mempelajari bangunan wacana yang berkembang dalam masyarakat akan suatu masalah. Model analisis van Dijk ini



Gambar 1. Model Analisis Wacana

bisa digambarkan sebagai berikut :

Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana dalam paradigma kualitatif- konstruktivisme terhadap isi iklan dalam kampanye Ridwan kamil. Penelitian ini menaruh perhatian pada pengungkapan aspek-aspek tersembunyi dibalik sebuah kenyataan yang tampak (virtual reality) guna dilakukan perubahan terhadap struktur sosial. (Hamad, 2004:43).Karakteristik penting dari penelitian ini adalah pemaknaan dan perbandingan dari pesan ridwan kamil sepanjang periode masa kampanye dalam Pilgub Bandung 2018.

Menurut Manz dan Sims dalam Veithzal Rivai (2013:219-221) Mengembangkan sifat dan sikap kepemimpinan seseorang dengan efektif adalah tantangan yang menarik dan berat. Pemimpin seperti ini disebut superleader. Perbandingan tipe kepemimpinan yang dibahas berikut ini diwakili oleh tipe The Strong Man, The Transactor, Visionary Hero dan Superleader. Perkiraan Outco me dari empat tipe Leadership :

**a) Strongman**

- Pemenuhan jangka pendek
- Pembelajaran jangka pendek
- Fleksibilitas rendah
- Ketidakpuasan
- Pergantian tinggi

- Pemberontakan jangka panjang
- Inovasi rendah
- Kerelaan

#### **b) Visionary Hero**

- Prestasi tinggi
- Antusiasme
- Komitmen jangka panjang
- Keterlibatan emosional
- Kesulitan dengan ketidakhadiran pemimpin karena tergantung atau pergantian jika pemimpin meninggalkan tempat.
- Permasalahan jika visi pemimpin tidak benar atau tidak etis

#### **c) Transactor**

- Prestasi bagus stabil
- Kepuasan dengan dibayar
- Pergantian rendah
- Inovasi rendah
- Perhitungan, melayani diri sendiri,

#### **d) perspektif Super Leader**

- Prestasi tinggi jangka panjang
- Kebingungan/frustasi jangka pendek
- Percaya diri pengikut tinggi
- Fleksibilitas sangat tinggi
- Mampu bekerja dalam ketidakhadiran pemimpin
- Kerja Tim

### **Teknik Pengumpulan Data**

#### **Data Primer**

Data Primer dalam penelitian ini adalah hasil rekaman iklan politik Calon Gubernur Ridwan Kamil dan UU yang diusung oleh 4 partai salah satunya NasDem di televisi mengetahui wacana yang berkembang di masyarakat (melalui analisis intertekstual) tentang konstruksi citra politik partai NasDem berdasarkan kedua iklan politik tersebut. iklan politik dalam media massa itu sendiri. Sehingga bisa dijadikan

bagian dari referensi untuk mengetahui wacana pencitraan politik melalui media massa, khususnya televisi.

### **Data Sekunder**

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari hasil dekontaminasi. Dokumentasi di sini dilakukan dengan cara mengumpulkan artikel/jurnal/makalah/opini masyarakat yang diakses di Internet, Koran atau majalah yang telah diterbitkan.

### **Teknik Analisis Data**

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis wacana Teun A. van Dijk. Analisis wacana dipilih karena melalui analisis ini peneliti dapat mengetahui makna yang tersembunyi dalam teks yang terdapat di iklan politik Calon Gubernur yang diusung (NasDem) versi Hukum dan versi Indonesia Baru. Makna yang tersembunyi adalah makna yang terdapat dalam setiap teks (baik teks audio-visual maupun teks visual). Terlepas dari itu, peneliti juga menganalisis dalam konteks sosial yang berkembang di masyarakat melalui analisis intertekstual. Van Dijk tidak mengeksklusikan modelnya dengan menganalisis teks semata, tetapi juga melihat bagaimana struktur sosial, dominasi dan kelompok kekuasaan yang ada dalam masyarakat dan kesadaran yang membentuk dan berpengaruh terhadap teks tertentu.

### **Tahap Pengambilan Keputusan**

Dalam tahap akhir penelitian maka perlu dilakukan penarikan kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian, yakni penarikan kesimpulan yang didasarkan pada hal-hal yang bersifat umum, kemudian ke hal-hal yang bersifat khusus yaitu data-data yang telah dianalisis melalui metode analisis wacana Teun van Dijk untuk memecahkan dan menjawab rumusan masalah yang ada.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis wacana Teun A. van Dijk. Analisis wacana dipilih karena melalui analisis ini peneliti dapat mengetahui makna tersembunyi dalam sebuah teks pada iklan politik partai Nasional Demokrat (NasDem) terkait dengan upaya pencitraannya dalam mencalonkan Calon Gubernur Jawa Barat J. Dalam analisis ini terdapat dalam dua tingkatan analisis yang

difokuskan yaitu analisis pada level teks dan analisis pada level konteks sosial. Adapun beberapa subyek penelitian yang diwawancarai sesuai dengan teks iklan politik Ridwan Kamil dan Uu didampingi NasDem versi Hukum dan versi Indonesia Baru tersebut:

### Analisis Teks

Dalam dimensi teks yang diteliti adalah bagaimana struktur teks dan strategi wacana yang dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu. Dengan demikian maka

Tabel 1. Terdapat lima (5) subyek penelitian:

Nama	Pekerjaan	Alamat
1. Cindy	Mahasiswa	Jl. Pameungpeuk – Banjaran
2. Deni	Owner Taman Baca	Jl. Cigondewah raya
3. Iyan	Wiraswasta	Jl. Babakan Ciparay
4. Ifays	Guru	Jl. Saguling – Cililin
5. Aditya	Karyawan swasta	Jl. Pelindung Hewan

berkaitan dengan unsur teks, yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah bagaimana struktur teks dan wacana apa saja yang terdapat dalam iklan politik partai NasDem berkaitan dengan upaya pencitraannya.

Ada dua (2) versi Iklan Politik partai NasDem yang dianalisis, yakni Iklan Politik versi Hukum dan Iklan Politik versi Indonesia Baru. Dalam analisis ini pula, tentu berdasarkan hasil dialog dengan beberapa subyek penelitian yang memandang/menilai, dan atau mengkonstruksi teks iklan yang telah dipaparkan oleh peneliti.

#### • Iklan Politik Versi Hukum

Adapun narasi dari iklan politik partai Nasional Demokrat (NasDem) versi Hukum adalah : “Hukum itu seharusnya buta. Tidak memandang orang itu kaya ataupun miskin. Tidak peduli orang itu kuat ataupun lemah. Mari lakukan perubahan bersama partai NasDem, gerakan perubahan. Wujudkan keadilan untuk semua. Menyongsong Indonesia lebih baik. Partai Nasdem, Gerakan Perubahan.”

Secara keseluruhan dapat disimpulkan oleh peneliti dalam tiga kategori besar, antara lain: Pertama, Partai NasDem mengajak publik bergabung bersama dalam melakukan perubahan dalam penegakan hukum yang adil dan beradab bersama Calon Gubernur. Kedua, Dalam teks iklan tersebut, cukup bagus, tujuan partai NasDem sangat mulia. Karena mengajak publik untuk melakukan gerakan perubahan dalam rangka mewujudkan keadilan untuk semua, sebagai syarat Negara Indonesia

menjadi Negara yang lebih baik. Ketiga, Partai NasDem dan Calon Gubernur pesimis terhadap kondisi bangsa pada saat ini, terutama dalam konteks realitas penegakan hukum.

Memang iklan politik partai NasDem versi Hukum ini, partai NasDem dicitrakan sebagai sebuah partai yang pesimis terhadap kondisi bangsa saat ini, tidak percaya terhadap pemerintah saat ini. Kondisi Negara saat ini menurut partai NasDem berada pada posisi yang terpuruk, keterpurukan Negara saat ini terdapat pada semua sektor, yang salah satunya adalah sektor hukum. Maka dengan itu kondisi bangsa dan Negara saat ini harus direstorasi. Berdasarkan analisis iklan politik partai NasDem pada versi Hukum ini, lebih menerangkan bahwa penegakan hukum di Indonesia tidak lagi berfungsi sesuai dengan hakikat hukum sesungguhnya. Sehingga dengan bahasa dalam iklannya adalah "Hukum itu seharusnya buta. Tidak memandang orang itu kaya ataupun miskin. Tidak peduli orang itu kuat ataupun lemah. Mari lakukan perubahan bersama partai NasDem, gerakan perubahan. Wujudkan keadilan untuk semua". Menyongsong Indonesia lebih baik. "PARTAI NASDEM, GERAKAN PERUBAHAN". Dalam semua bahasa di atas tentu mempunyai arti bahwa:

Pertama, Partai NasDem menerangkan hakikat penegakan hukum yang sebenarnya, yakni penegakan hukum itu seharusnya adil dan bijaksana. Kedua, Partai NasDem mengajak bergabung bersama untuk melakukan gerakan perubahan dalam konteks mewujudkan keadilan untuk semua, sebagai syarat Negara Indonesia menjadi Negara yang lebih baik. Ketiga, Partai NasDem menyatakan Ia sebagai partai yang memiliki kekuatan gerakan perubahan. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa jika publik memilih partai NasDem maka partai NasDem akan melakukan salah satu perubahannya adalah merestorasi penegakan hukum itu sendiri.

- **Iklan Politik Versi Indonesia Baru**

Adapun narasi dari iklan politik partai NasDem versi Indonesia Baru adalah : "Tunjukkan semangat dan baktimu Satukanlah cinta satukanlah rasa Menuju Indonesia Gemilang Kau kau kau di sana Marilah bergabung bersama Menuju kemakmuran Indonesia baru bersama Partai Nasdem" Berdasarkan analisis dari

seluruh teks iklan politik partai NasDem versi Indonesia Baru maka terdapat empat kategori besar, diantaranya :

Pertama, Partai Nasdem sebagai partai yang mempunyai niat baik untuk memperjuangkan visi Nasionalisme dan kesatuan, keutuhan kedamaian bangsa, visi pembangumam Indonesia sebagai Negara agraris, visi pengembangan produk dalam negeri, visi pembangunan kearifan lokal sebagai budaya bangsa, visi pembangunan SDM melalui restorasi pendidikan, dan visi pengelolaan SDA yang memadai sesuai dengan makna kesuburan/hijau Indonesia. Kedua, Iklan Partai NasDem versi Indonesia Baru tersebut cukup bagus, baik dari segi visual maupun audio-visual. karena Mengajak kita bergabung bersama untuk semangat dan optimis menatap masa depan yang gemilang dengan melakukan gerakan perubahan dalam rangka mewujudkan Indonesia yang makmur, sebagai syarat Indonesia Baru. Ketiga, Partai Nasdem adalah sebuah partai yang pesimis terhadap kondisi bangsa dan Negara saat ini yakni Indonesia sedang mengalami keterpurukan. Keempat, Partai NasDem mengkampanyekan janji-janji kemakmuran, dan Indonesia Baru sebagai upaya pencitraan politik partai.

Calon Gubernur bersama Partai NasDem dicitrakan sebagai sebuah partai yang pesimis terhadap kondisi bangsa saat ini, tidak percaya terhadap pemerintah saat ini. Kondisi Negara saat ini menurut partai NasDem berada pada posisi yang terpuruk, keterpurukan Negara saat ini terdapat pada semua sektor. Maka dengan itu kondisi bangsa dan Negara saat ini harus direstorasi. Oleh karena itu, dengan mengajak rakyat untuk semangat dalam rangka merubah nasibnya. Dengan melihat keterpurukan bangsa saat ini maka Partai NasDem mengajak untuk bergabung bersamanya untuk melakukan perubahan menuju kemakmuran Indonesia Baru. Sebagaimana bahasa yang disampaikan sebagai berikut : “Tunjukkan semangat dan baktimu, Satukanlah cinta satukanlah rasa, Menuju Indonesia Gemilang, Kau kau kau di sana, Marilah bergabung bersama, Menuju kemakmuran, Indonesia baru, bersama Partai Nasdem”. Dalam semua bahasa diatas tentu mempunyai arti bahwa partai NasDem dicitrakan sebagai partai yang mempunyai kepedulian terhadap rakyat dalam hal membangun dan merubah kehidupan yang lebih baik (menjadikan Indonesia yang sejahtera).

## **Konteks Konstruksi Realitas Sosial**

Dalam komunikasi politik, konstruksi realitas oleh media massa tersebut menjadi sangat khas. Sebab cara sebuah media mengkonstruksikan suatu peristiwa politik akan memberi citra tertentu tentang peristiwa atau aktor politik itu.<sup>6</sup> Karena itulah para aktor politik sangat berkepentingan untuk membangun hubungan baik dengan para wartawan (press relation) dan berbagai media (media relation).

Begitupun juga kemampuannya membentuk pendapat umum tersebut, peranan media massa sangat diperhitungkan dalam suatu sistem politik terutama yang menganut demokrasi. Karena itu, dari segi pesan komunikasi politik itu sendiri yang berisi pembicaraan-pembicaraan politik dengan fungsinya sendiri-sendiri. Dalam kaitan ini, bagi para aktor politik media massa dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan tujuan politiknya melalui pembicaraan politiknya itu. Memang media massa merupakan alat yang sangat strategis dan efektif untuk mempengaruhi khalayak. Oleh karena itu, tidak heran jika sejak dahulu banyak aktor politik yang memanfaatkan media untuk melakukan propaganda kepada masyarakat. Propaganda sendiri adalah rangkaian pesan yang disampaikan untuk mempengaruhi pendapat dan sikap masyarakat. Dalam hal tersebut media massa mempunyai suatu isi media yang selalu ditonjolkan pada setiap agenda media itu sendiri. Isi media pada dasarnya suatu proses konstruksi realitas sosial secara subyek oleh pengelola media.

Isi media tidak sepenuhnya menggambarkan apa sesungguhnya terjadi, melainkan cenderung subyektif dalam penulisannya. Berita atau informasi yang sampai ke khalayak adalah hasil dari rekonstruksi realitas itu sendiri. Oleh karena itu, media berada dalam posisi orientasi bisnis atau kekuatan politik kekuasaan tertentu, maka biasanya takkan terelakan sehingga realitas media adalah rekonstruksi yang sarat dengan kepentingan. Shoemaker dan Reece membagi peran media ke dalam dua kategori, yakni media aktif dan media pasif. Media aktif yang dimaksudkan adalah media yang berperan dalam menentukan isi dan mengkonstruksinya secara sadar dan memiliki tujuan tertentu untuk mengarahkan khalayak. Dalam hal ini sifat media menjadi tidak netral dan berpihak. Media pasif, di mana media berfungsi sebagai saluran, hanya menyampaikan informasi.

Selalu ditonjolkan pada setiap agenda media itu sendiri. Isi media pada dasarnya suatu proses konstruksi realitas sosial secara subyektif oleh pengelola media. Isi media tidak sepenuhnya menggambarkan apa sesungguhnya terjadi, melainkan cenderung subyektif dalam penulisannya. Berita atau informasi yang sampai ke khalayak adalah hasil dari rekonstruksi realitas itu sendiri. Oleh karena itu, media berada dalam posisi orientasi bisnis atau kekuatan politik kekuasaan tertentu, maka biasanya takkan terelakan sehingga realitas media adalah rekonstruksi yang sarat dengan kepentingan. Shoemaker dan Reece membagi peran media ke dalam dua kategori, yakni media aktif dan media pasif. Media aktif yang dimaksudkan adalah media yang berperan dalam menentukan isi dan mengkonstruksinya secara sadar dan memiliki tujuan tertentu untuk mengarahkan khalayak. Dalam hal ini sifat media menjadi tidak netral dan berpihak. Media pasif, di mana media berfungsi sebagai saluran, hanya menyampaikan informasi.

Pentingnya bahasa, maka tak ada berita, cerita, ataupun ilmu pengetahuan tanpa bahasa. Selanjutnya, penggunaan bahasa (simbol) tertentu menentukan format narasi (dan makna) tertentu. Sedangkan jika dicermati secara teliti, seluruh isi media entah media cetak ataupun media elektronik adalah bahasa, baik bahasa verbal (kata-kata tertulis atau lisan) maupun bahasa non-verbal (gambar, photo, gerak-gerik, grafik, angka, dan tabel). Lebih jauh dari itu, terutama dalam media massa, keberadaan bahasa ini tidak lagi sebagai alat semata untuk menggambarkan sebuah realitas, melainkan bisa menentukan gambaran (citra) mengenai suatu realitas realitas media yang akan muncul di benak khalayak.

Persepsi dan nilai-nilai yang disampaikan oleh media massa sering kali dianggap sebagai persepsi masyarakat keseluruhan. Dalam masyarakat kontemporer, media massa seakan-akan merepresentasikan opini dan persepsi masyarakat secara umum<sup>9</sup>. Oleh karena itu, banyak orang yang menggunakan informasi yang ada di media massa sebagai referensi karena informasi di media dianggap mewakili persepsi masyarakat. Karakteristik media massa tersebut menjadi sangat beresiko untuk dijadikan alat propaganda, karena bisa jadi pesan-pesan yang disampaikan media massa hanyalah hasil konstruksi dari pemiliki kepentingan-kepentingan tertentu dan sama sekali tidak mewakili persepsi masyarakat secara keseluruhan.

Proses konstruksi sosial yang terjadi pada khalayak dalam hal memaknai pesan yang disampaikan melalui media massa, terutama televisi. Dengan melihat pemahaman seseorang akan sesuatu, dipengaruhi oleh pengalamannya dan lingkungan sekitarnya juga akan menentukan seberapa besar pengaruh/dampak pesan yang disampaikan melalui media massa tersebut. Analisis iklan yang dilakukan dalam penelitian ini menyebutkan bahwa makna yang dihasilkan oleh gambar dalam iklan melalui relasi sosial yang kompleks dan paling tidak melibatkan dua unsur lain dari image/ gambar itu sendiri, yakni bagaimana pemirsa menginterpretasikan atau mengalami image tersebut dan konteks dimana image itu dibaca. Pemirsa seringkali membaca image secara berbeda berdasarkan subyektifitas mereka, baik berdasarkan pengalaman dan asosiasi yang dibawa, atau karena adanya pengaruh setting dimana image tersebut muncul. Pemirsa membawa konteks budayanya masing-masing sehingga mempengaruhi interpretasi individu mereka terhadap image yang dibaca.

Apabila dikaitkan dengan pencitraan Calon Gubernur dan partai Nasional Demokrat (NasDem) dalam iklan politiknya, maka khalayak membaca image partainya secara berbeda berdasarkan subyektivitas mereka, baik berdasarkan pengalaman dan asosiasi yang dibawa, atau karena adanya pengaruh setting dimana image tersebut muncul. Dengan demikian maka khalayak dalam menilai citra politik Pasangan Calon Gubernur dan partai Nasional Demokrat (NasDem) ada yang positif dan ada yang negatif bahkan ada yang netral, tergantung subyektivitas mereka masing-masing. Dengan contoh misalnya ada yang menilai bahwa Iklan partai NasDem versi Hukum itu ingin menunjukkan bahwa perubahan hukum yang dimaksudkan adalah perubahan dalam hal penegakan hukum yang adil dan beradab, yang tidak memihak kepada siapapun. Perubahan hukum dalam narasi iklan ini adalah gambaran kontradiktif dengan kondisi yang diciptakan pemerintah saat ini. Iklan partai NasDem versi Indonesia Baru mencoba memberi himbauan pada publik untuk tetap semangat dan optimis dalam menatap masa depan masa depan Indonesia yang lebih baik. Ajakan untuk ikut bergabung dalam partai Nasdem dengan janji-janji kemakmuran, dan Indonesia Baru yang bisa diasumsikan kondisi Indonesia yang berbeda dari saat ini. Dan bahkan ada yang menilai bahwa cukup bagus karena yang dimaksudkan adalah keadilan bagi semua pihak. Namun ini merupakan suatu bahasa yang ingin menarik perhatian publik. Calon Gubernur Ridwan Kamil-Uu dan Partai NasDem mengajak kita

bergabung bersama untuk melakukan gerakan perubahan dalam rangka mewujudkan Indonesia yang makmur. Bahasa makmur merupakan suatu syarat Indonesia Baru. Partai Nasdem mempunyai niat baik untuk Indonesia.

Pada proses konstruksi realitas sosialnya adalah beberapa subyek penelitian yang telah memaknai atau memikirkan berdasarkan teks yang telah dikonsumsi dan disikapi dalam iklan tersebut. Antara lain ;

- Teks tentang kritik partai NasDem terhadap realitas penegakan hukum yang tidak buta pada saat ini.
- Teks tentang ajakan partai NasDem untuk melakukan Restorasi terhadap kondisi keterpurukan bangsa pada semua sektor saat ini.
- Teks tentang Negara Indonesia adalah Negara yang kaya.

Konstruksi sosial oleh beberapa subyek penelitian yang dianalisis oleh peneliti, justru dapat ditemukan beberapa kategori tentang iklan tersebut, antara lain :

- Calon pasangan Gubernur dan Partai NasDem mengajak publik bergabung bersama dalam melakukan perubahan dalam penegakan hukum yang adil dan beradab.
- Dalam teks iklan tersebut, cukup bagus, tujuan Calon pasangan Gubernur partai NasDem sangat mulia. Karena mengajak publik untuk melakukan gerakan perubahan dalam rangka mewujudkan keadilan untuk semua, sebagai syarat Negara Indonesia menjadi Negara yang lebih baik.
- Calon pasangan Gubernur dan Partai NasDem pesimis terhadap kondisi bangsa pada saat ini, terutama dalam konteks realitas penegakan hukum.
- Calon pasangan Gubernur dan Partai nasdem sebagai partai yang mempunyai niat baik untuk memperjuangkan visi Nasionalisme dan kesatuan, keutuhan kedamaian bangsa, visi pembangumam Indonesia sebagai Negara agraris, visi pengembangan produk dalam negeri, visi pembangunan kearifan lokal sebagai budaya bangsa, visi pembangunan SDM melalui restorasi pendidikan, dan visi pengelolaan SDA yang memadai sesuai dengan makna kesuburan/hijau Indonesia.
- Iklan PILGUB Partai NasDem versi Indonesia Baru tersebut cukup bagus, baik dari segi visual maupun audio- visual. karena Mengajak kita bergabung bersama

untuk semangat dan optimis menatap masa depan yang gemilang dengan melakukan gerakan perubahan dalam rangka mewujudkan Indonesia yang makmur, sebagai syarat Indonesia Baru.

- Calon pasangan Gubernur dan Partai NasDem mengkampanyekan janji-janji kemakmuran, dan Indonesia Baru sebagai upaya pencitraan politik partai.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang sesuai dengan rumusan masalah yang dimaksud dalam tesis ini, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa terdapat beberapa kategori dalam proses pencitraan partai NasDem melalui iklan politik versi Indonesia Baru dan versi Hukum, diantaranya sebagai berikut :

- Iklan politik PILGUB Calon pasangan Gubernur Ridwan Kamil – Uu partai dan NasDem merupakan upaya pencitraan dalam rangka mendongkrak kekuatan politik partainya dengan cara memperlihatkan/ mengkampanyekan visi Restorasi yang dimilikinya.
- Restorasi yang dimaksudkan oleh Calon pasangan Gubernur dan partai NasDem adalah Restorasi terhadap penegakan Hukum, kondisi Sosial, kondisi Politik, kondisi Ekonomi, kondisi Budaya, kondisi Lingkungan dan kondisi kebangsaan lainnya.
- Calon pasangan Gubernur dan Partai NasDem mengajak publik bergabung bersama dalam melakukan perubahan dalam penegakan hukum yang adil dan beradab. Serta menyuruhkan pada publik untuk semangat dan optimis menatap masa depan yang gemilang dengan melakukan gerakan perubahan dalam rangka mewujudkan Indonesia yang makmur, sebagai syarat Indonesia Baru.
- Partai Nasdem bersama Calon pasangan Gubernur adalah sebuah partai yang pesimis terhadap kondisi bangsa dan Negara saat ini yakni Indonesia sedang mengalami keterpurukan pada semua sektor.
- Calon pasangan Gubernur usungan Partai Nasdem sebagai partai yang memperjuangkan visi Nasionalisme dan kesatuan, keutuhan kedamaian bangsa, visi pembangumam Indonesia sebagai Negara agraris, visi pengembangan produk dalam negeri, visi pembangunan kearifan lokal sebagai budaya bangsa,

visi pembangunan SDM melalui restorasi pendidikan, dan visi pengelolaan SDA yang memadai sesuai dengan makna kesuburan/hijau Indonesia.

- Dalam rangka melakukan proses pencitraan politik partai, khalayak juga membaca citra partainya secara berbeda berdasarkan subyektivitas mereka, baik berdasarkan pengalaman dan asosiasi yang dibawa, atau karena adanya pengaruh setting di mana citra tersebut muncul. Dengan demikian maka khalayak dalam menilai citra politik partai NasDem ada yang positif dan ada yang negatif bahkan ada yang netral, tergantung juga subyektivitas mereka masing-masing.

Iklan politik Calon pasangan Gubernur dan partai NasDem pada versi Hukum lebih menerangkan bahwa penegakan hukum di Indonesia tidak lagi berfungsi sesuai dengan hakikat hukum sesungguhnya. Sehingga dengan dengan bahasa dalam iklannya adalah “Hukum itu seharusnya buta. Tidak memandang orang itu kaya ataupun miskin. Tidak peduli orang itu kuat ataupun lemah. Mari lakukan perubahan bersama partai NasDem, gerakan perubahan. Wujudkan keadilan untuk semua”. Menyongsong Indonesia lebih baik. “Partai Nasdem, Gerakan Perubahan”. Ini dapat disimpulkan bahwa : 1). Calon pasangan Gubernur dan Partai NasDem menerangkan hakikat penegakan hukum yang sebenarnya, yakni penegakan hukum itu seharusnya adil dan bijaksana. 2). Calon pasangan Gubernur dan Partai NasDem mengajak bergabung bersama untuk melakukan gerakan perubahan dalam konteks mewujudkan keadilan untuk semua, sebagai syarat Negara Indonesia menjadi Negara yang lebih baik. 3). Calon pasangan Gubernur dan Partai NasDem menyatakan Ia sebagai partai yang memiliki kekuatan gerakan perubahan.

Calon pasangan Gubernur Ridwan Kamil – Uu dan Partai NasDem dicitrakan sebagai sebuah partai yang pesimis terhadap kondisi bangsa saat ini, tidak percaya terhadap pemerintah saat ini. Kondisi Negara saat ini menurut Calon pasangan Gubernur dan partai NasDem berada pada posisi yang terpuruk, keterpurukan Negara saat ini terdapat pada semua sektor. Maka dengan itu kondisi bangsa dan Negara saat ini harus direstorasi. Dengan itu maka, partai NasDem mengajak untuk semangat dalam rangka merubah nasibnya. Melihat keterpurukan bangsa saat ini maka Partai NasDem mengajak untuk bergabung bersamanya untuk melakukan perubahan menuju

kemakmuran Indonesia Baru. Sebagaimana bahasa yang disampaikan sebagai berikut :  
“Tunjukkan semangat dan baktimu, Satukanlah cinta satukanlah rasa, Menuju Indonesia Gemilang, Kau kau kau di sana, Marilah bergabung bersama, Menuju kemakmuran, Indonesia baru, bersama Partai Nasdem”. Oleh karena itu, maka Partai NasDem dicitrakan sebagai partai yang mempunyai kepedulian terhadap rakyat dalam hal membangun dan merubah kehidupan yang lebih baik (menjadikan Indonesia yang sejahterah).

Pembentukan citra politik partai juga sangat ditentukan oleh Konstruksi Sosial Media Massa. Dalam hal ini adalah satu kekuatan partai NasDem dalam mendapat legitimasi 5,9% (masuk dalam peringkat lima besar) versi LSI, adalah merupakan bagian dari kekuatan media massa, yang dimaksudkan adalah beberapa media besar di Indonesia ini yakni Media Grup (MetroTV, Media Indonesia) yang merupakan milik Surya Paloh. MNC TV grup (RCTI, Global TV, MNC) Hary Tanoesoedibjo.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Eriyanto. (2012) Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media. Yogyakarta: PT LKiS Printing Cemerlang.
- 2012. Analisis Framing 'Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media'. Yogyakarta : LkiS
- Hamad, Ibnu. 2004. Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa. Jakarta: Granit
- Mulyana, Deddy. 2005. Komunikasi Efektif suatu pendekatan lintas budaya. Bandung : Rosdakarya
- . 2005. Nuansa-Nuansa Komunikasi 'Meneropong Politik dan Budaya Komunikasi Masyarakat Kontenporer'. Bandung : Rosdakarya.
- Littlejohn, Stephen. (2011) Teori Komunikasi. Jakarta: Salemba Humanika. Mulyana, Deddy. (2001) Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rivai, Veithzal Prof, Dr, S.E., M.M., MBA, Bachtiar, S.IP Mayjen TNI, Amar, Boy Rafli., Drs, Brigjen Polisi (2013) Pemimpin dan Kepemimpinan Dalam Organisasi. Jakarta: Raja Grafindo Persada