

BAB II

PROFIL SINGKAT PASANGAN CAPRES-CAWAPRES 2014 DAN STRATEGI IKLAN POLITIK

Pada bab ini, peneliti akan menjelaskan lebih rinci tentang kedua pasangan calon presiden dan wakil presiden untuk periode 2014-2019, dari segi profilnya, latar belakang, *trackrecord* dan prestasi mereka serta visi-misi dan pola iklan yang digunakan dalam kampanye mereka. Kedua pasangan calon presiden dan wakil presiden itu adalah Prabowo Subianto dan Hatta Rajasa (Nomor urut 1) dan Joko Widodo dan Muhammad Jusuf Kalla (Nomor urut 2). Pasangan Prabowo Subianto dan Hatta Rajasa (Prabowo-Hatta) diusung oleh Koalisi Merah Putih (KMP) yang terdiri dari Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra), Partai Amanat Nasional (PAN), Partai Golongan Karya (Partai Golkar), Partai Keadilan Sejahtera (PKS), Partai Persatuan Pembangunan (PPP), Partai Bulan Bintang (PBB), dan Partai Demokrat. Sementara pasangan Joko Widodo dan Muhammad Jusuf Kalla (Jokowi-JK) diusung oleh Koalisi Indonesia Hebat (KIH) yang beranggotakan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), Partai Nasional Demokrat (Nasdem), Partai Hati Nurani Rakyat (Hanura) dan Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia (PKPI).

A. Profil Kandidat Calon Presiden dan Wakil Presiden Periode 2014-2019

1. Profil Prabowo Subianto dan Hatta Rajasa (Prabowo-Hatta)

Ketua Dewan Pembina Partai Gerindra ini dilahirkan dengan nama

lengkap Prabowo Subianto. Dia lahir di Lumajang, pada tanggal 17 Oktober 1951.

Prabowo merupakan anak dari pakar ekonomi Indonesia pada zaman Soekarno dan Soeharto, yaitu Prof. Soemitro Djohadikusumo. Prabowo juga merupakan cucu dari pendiri Bank Indonesia dan juga anggota BPUPKI untuk kemerdekaan Indonesia, yaitu Raden Mas Margono Djohadikusumo. Prabowo memiliki dua orang kakak perempuan, Bintianingsih dan Mayrani Ekowati, serta satu orang adik laki-laki yang kini menjadi seorang pengusaha sukses, Hashim Djohadikusumo. Prabowo memiliki seorang putra yang bernama Didiet Prabowo, dari hasil pernikahannya dengan Titiék Soeharto, anak keempat dari mantan presiden ke-2, Soeharto.

Pada tahun 1970, Prabowo memulai kariernya dengan mendaftarkan diri di Akademi Militer Magelang. Ia kemudian lulus pada tahun 1974. Pada tahun 1976 Prabowo bertugas sebagai Komandan Pleton Grup I Para Komando Komando Pasukan Sandhi Yudha (Kopassandha) di Timor Timur saat berusia 26 tahun. Dia berhasil membunuh pendiri Fretilin Nicolau dos Reis Lobato setelah bertempur di lembah Mindelo pada tanggal 31 Desember 1978. Pada akhir tahun 1992, Letkol Prabowo berhasil menangkap tokoh pemberontak Timtim, Xanana Gusmao. Prabowo selalu menyelesaikan tugas yang diberikan kepadanya sebagai tentara untuk menjaga Kesatuan Negara Republik Indonesia.

Pada tahun 1996, Komandan Kopassus Prabowo Subianto memimpin operasi pembebasan sandera Mapenduma. Operasi ini berhasil menyelamatkan sepuluh jiwa dari dua belas peneliti Ekspedisi Lorentz '95 yang disekap oleh Organisasi Papua Merdeka (OPM). Prabowo pada tanggal 26 April 1997

mengantarkan Tim Nasional Indonesia ke Puncak Gunung Everest sehingga berhasil mengibarkan bendera merah putih di puncak tertinggi di dunia setelah mendaki melalui jalur selatan Nepal. Tim yang terdiri dari anggota Kopassus, Wanadri, FPTI, dan Mapala UI diprakarsai oleh Komandan Jenderal Kopassus, Mayor Jendral TNI Prabowo Subianto. Banyak sekali prestasi yang diperoleh Prabowo, namun pada 22 Mei 1998 karier kemiliteran Prabowo terhenti atas dugaan kasus pelanggaran HAM pada kerusuhan Mei 1998 (<http://infoindonesiakita.com/2014/06/05/prestasi-prabowo-subianto/> akses 20 agustus 2014 21.34 wib).

Setelah terhenti karier kemiliterannya, Prabowo kemudian merambah dunia bisnis dan berhasil meraih kesuksesan di dunia barunya. Tercatat setidaknya Prabowo memiliki dan memimpin 27 perusahaan yang terdapat di dalam dan luar negeri. Sukses di dunia bisnis karier Prabowo berlanjut ke dunia organisasi, di antaranya di Himpunan Kerukunan Tani Indonesia (HKTI), Asosiasi Pedagang Pasar Seluruh Indonesia (APPSI), dan Ikatan Pencak Silat Indonesia (IPSI). Prabowo berhasil menduduki posisi ketua umum dari ketiga organisasi tersebut dan sukses membawa organisasinya ke arah yang lebih baik.

Selanjutnya, Prabowo pada tahun 2004 memulai karier politiknya dengan menjadi pengurus Partai, namun popularitas Prabowo masih kalah dari Wiranto dan Akbar Tandjung. Pada tahun 2009, Prabowo membuat suatu gebrakan dengan membentuk Partai Gerindra. Pada Pilpres 2009, Prabowo menjadi calonpres mendampingi capres Megawati tetapi kalah suara dari

pasangan SBY-Boediono, yang akhirnya keluar sebagai pemenang. Pada Pilpres 2014, Prabowo maju sebagai capres berpasangan dengan dengan Ketua Umum PAN, Hatta Rajasa. Siapakah Hatta Rajasa?

Hatta Rajasa adalah pria kelahiran Palembang 18 Desember 1953. Nama lengkapnya Muhammad Hatta Rajasa. Dia beristrikan Oktiniwati Ulfa Dariah Rajasa dan memiliki empat orang anak, yaitu M. Reza Rajasa, Siti Ruby Aliya Rajasa, Azimah Rajasa dan Rasyid Rajasa. Hatta Rajasa tentu saja tidak asing lagi bagi kita karena dia selalu menduduki jabatan strategis di pemerintahan dengan mengisi posisi menteri sejak 2001, di samping kiprah politiknya di Partai PAN.

Pada 2001-2004, Hatta Rajasa ditunjuk oleh Presiden Megawati untuk menjadi Menteri Negara Riset dan Teknologi pada Kabinet Gotong Royong. Pada era pemerintahan SBY periode pertama (2004-2009) yang dikenal dengan Kabinet Indonesia Bersatu, Hatta Rajasa dipercaya menjadi Menteri Perhubungan (2004—2007), lalu pada 2007 ditunjuk menjadi Menteri Sekretaris Negara. Pada periode kedua pemerintahan SBY-Boediono (2009-2014), Hatta Rajasa menduduki pos Menteri Koordinator Bidang Perekonomian (<http://profil.merdeka.com/indonesia/h/hatta-rajasa/> akses 20 agustus 2014 21.28 wib).

Pria lulusan Institut Teknologi Bandung Jurusan Teknik Perminyakan tersebut menjadi ketua Umum DPP Partai Amanat Nasional sejak 2010 sampai saat ini. Berdasarkan pengalaman dan kiprahnya di dunia politik dan pemerintahan, setidaknya sampai saat ini telah tiga belas tahun Hatta Rajasa

berada dalam kabinet pemerintahan dan menjadi satu alasan yang kuat mengapa Prabowo memilih Hatta Rajasa sebagai cawapresnya.

2. Profil Joko Widodo dan Muhammad Jusuf Kalla (Jokowi-JK)

Pasangan capres-cawapres lainnya pada Pilpres 2014 adalah Joko Widodo dan Jusuf Kalla. Joko Widodo atau yang akrab disapa Jokowi diusung oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) pimpinan Megawati Soekarnoputri.

Jokowi lahir di Surakarta 21 Juni 1961. Pria lulusan Universitas Gajah Mada Fakultas Kehutanan tersebut memiliki seorang istri yang bernama Iriana dan tiga orang anak: Gibran Rakabuming Raka, Kahiyang Ayu, dan Kaesang Pangarep. Jokowi memulai kariernya setelah tamat dari UGM dengan bekerja di salah satu anak perusahaan BUMN, yakni PT. Kertas Kraft Aceh. Terpisah jarak antara Aceh dan Solo membuat Jokowi tidak betah bekerja dan akhirnya memutuskan berhenti dari pekerjaannya lalu meneruskan bisnis keluarganya di bidang kayu dan meubel.

Sukses di dunia usaha meubel dan kayu, karier Jokowi berlanjut ke politik. PDIP menjadi pelabuhan kendaraan politiknya. Alasan memilih PDIP sebagai kendaraan politik tidak terlepas dari sosok wakilnya pada Pilwakot Solo, yaitu Fransiskus Xaverius Hadi Rudyatmo, yang merupakan Ketua DPC PDIP Kota Solo. Rudyatmo memperkenalkan Jokowi kepada Megawati. Pada Pilwakot Solo tahun 2005, pasangan Jokowi dan FX Rudyatmo terpilih sebagai pemenang dengan perolehan 36,62% suara

Atas berbagai macam kebijakannya yang sukses merebut suara hati rakyat Solo pada periode pertama kepemimpinannya di Solo, pada Pilwakot Solo 2010, suara Jokowi menang telak dengan perolehan suara mencapai 90,09%. Pada era kepemimpinannya selaku walikota, salah satu kebijakan yang banyak mencuri perhatian ialah relokasi PKL dari kawasan Monumen Banjarsari (<http://profil.merdeka.com/indonesia/j/joko-widodo/akses20agustus201422.41wib>).

Dua tahun setelah masa jabatan periode kedua sebagai Walikota Solo, Jokowi dicalonkan menjadi Cagub DKI Jakarta tahun 2012 berpasangan dengan Basuki Tjahaja Purnama (Ahok). Pasangan Jokowi-Ahok diusung oleh PDIP dan Gerindra. Jokowi-Ahok memenangkan pertarungan ini, setelah melalui dua putaran pemilihan, mengalahkan pasangan *incumbent* Fauzi Bowo dan Nachrawi Ramly.

Ketika menjadi Gubernur DKI Jakarta, Jokowi membuat berbagai macam program. Salah satunya adalah pengadaan Kartu Jakarta Sehat (KJS) dan Kartu Jakarta Pintar (KJP) untuk kalangan masyarakat miskin. KJS sebenarnya adalah program asuransi yang dibayarkan oleh Pemprov DKI Jakarta sehingga memungkinkan rakyat DKI Jakarta mendapat pelayanan paling dasar tanpa harus mengeluarkan uang banyak. Sementara KJP adalah program terseleksi bagi murid yang tidak mampu agar mampu membeli peralatan dan kebutuhan sekolah.

Untuk mengatasi masalah kemacetan, pada 10 Oktober 2013, Jokowi meresmikan pembangunan Aplikasi Managemen Kota (AMBT) yang...

sempat tertunda selama bertahun-tahun. Kemudian, pada tanggal 16 Oktober 2013, Jokowi juga meresmikan pembangunan jalur hijau Monorel Jakarta sepanjang sebelas kilometer. Pada November 2013, Pemerintah Daerah DKI Jakarta berhasil menambah armada bus Transjakarta. Aksi paling dikenal dari Jokowi adalah penertiban Pedagang Kaki Lima di kawasan Pasar Minggu dan Pasar Tanah Abang. Jika di terminal Pasar Minggu pedagang dipindahkan ke Lokasi Binaan PKL Pasar Minggu, pedagang di ruas jalan Pasar Tanah Abang dipindahkan ke Blok G Tanah Abang.

Dari kebijakan-kebijakan yang dilakukan dan berhasil mengantarkan namanya menuju popularitas yang meningkat, Megawati sebagai Ketua Umum PDIP, mencalonkan Jokowi sebagai capres pada Pilpres 2014. Popularitas Jokowi tidak lepas dari peran media yang selalu menampilkan apa saja yang dilakukan oleh Jokowi, sehingga mengangkat nama Jokowi menjadi tokoh yang sangat populer di Indonesia, dan menempati urutan teratas pada survei-survei kandidat presiden, mengalahkan lawan-lawannya yang lebih dulu eksis di dunia politik, termasuk rivalnya kelak, yaitu Prabowo Subianto dan Hatta Rajasa.

Pada Pilpres 2014, Jokowi menggandeng Jusuf Kalla sebagai cawapresnya. Siapakah Jusuf Kalla? Jusuf Kalla atau JK adalah pria berdarah bugis kelahiran Watampone 15 Mei 1942, beristrikan Mufidah Jusuf dan dikaruniai lima orang anak, yaitu: Muchlisa Jusuf, Muswirah Jusuf, Imelda Jusuf, Salikhin Jusuf, dan Ghani Jusuf.

Pengalaman organisasi kepemudaan dan kemahasiswaan Jusuf Kalla antara lain di Pelajar Islam Indonesia (PII) Cabang Sulawesi Selatan periode 1960– 1964, Ketua HMI Cabang Makassar tahun 1965-1966, Ketua Dewan Mahasiswa Universitas Hasanuddin (UNHAS) tahun 1965-1966, dan Ketua Presidium Kesatuan Aksi Mahasiswa Indonesia (KAMI) tahun 1967-1969.

Sebelum terjun ke dunia politik, JK pernah menjabat sebagai Ketua Kamar Dagang dan Industri Daerah (Kadinda) Sulawesi Selatan. Hingga saat ini, JK masih menjabat Ketua Ikatan Keluarga Alumni (IKA) di alamamaternya, Universitas Hasanuddin, setelah terpilih kembali pada Musyawarah Nasional, bulan September 2006 ([http://uniqpost.com/profil/muhammad-jusuf-kalla/akses 20 agustus 2014 22.50 wib](http://uniqpost.com/profil/muhammad-jusuf-kalla/akses%20agustus%202014%2022.50%20wib)).

JK pernah menduduki jabatan menteri pada era pemerintahan Abdurrahman Wahid (Gus Dur), tetapi ia diberhentikan dengan tuduhan keterlibat KKN. JK kembali diangkat sebagai Menteri Koordinator Kesejahteraan Rakyat di bawah pemerintahan Megawati Soekarnoputri. JK kemudian mengundurkan diri sebagai menteri karena mencalonkan diri sebagai calon wakil presiden mendampingi capres SBY ketika itu (2004).

Pada Pilpres 2004, pasangan SBY-JK berhasil menjadi pemenang. Pada era pemerintahan SBY-JK, salah satu kebijakan JK yang sangat mengemuka adalah konversi bahan bakar minyak ke gas. Pada Pilpres 2009, JK sudah tidak lagi menjadi pasangan SBY, namun mencalonkan dirinya sebagai capres berpasangan dengan Wiranto sebagai cawapresnya. JK saat itu

menjadi Ketua Umum Golkar dan Wiranto sebagai Ketua Umum Partai

Hanura. Namun JK gagal mengalahkan pasangan SBY-Boediono yang akhirnya keluar sebagai pemenang Pilpres 2009.

Selepas kegagalan menjadi presiden, JK melanjutkan aktivitasnya sebagai Ketua Palang Merah Indonesia (PMI) untuk periode 2009-2014. Selain itu, JK juga terpilih sebagai Ketua Umum Pengurus Pusat Dewan Masjid Indonesia periode 2012-2017 dalam Muktamar VI DMI di Jakarta.

B. Visi-Misi dan Pola Iklan Politik Prabowo-Hatta dan Jokowi-JK

Masing-masing pasangan capres-cawapres tentu saja memiliki visi dan misi sebagai pedoman menjalankan roda pemerintahannya. Visi-misi dapat dikatakan sebagai sebuah landasan dan filosofi dalam menjalankan tugas pemerintahan dan pembentukan program-program pemeritahan, jika nanti terpilih sebagai presiden dan wakil presiden. Adapun visi-misi pasangan Prabowo-Hatta dan Jokowi-JK adalah seperti pada tabel di bawah ini.

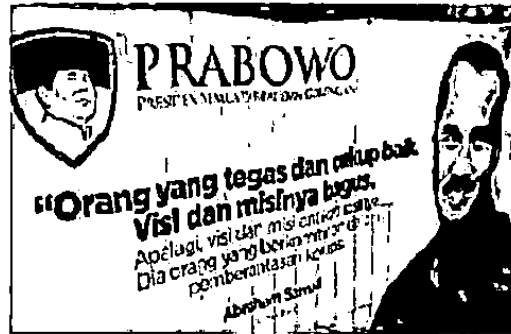
PRABOWO-HATTA	
Visi	“Membangun Indonesia yang bersatu, berdaulat, adil dan makmur serta bermartabat”
Misi	<ul style="list-style-type: none">• Mewujudkan Negara Kesatuan Republik Indonesia yang aman dan stabil sejahtera, demokratis, dan berdaulat, serta berperan aktif dalam menciptakan perdamaian dunia, serta konsisten melaksanakan Pancasila dan UUD 1945.• Mewujudkan Indonesia yang maju, adil, makmur, berkerakyatan, dan mandiri.• Mewujudkan Indonesia yang berkeadilan sosial, dengan sumber daya manusia yang berakhlak mulia, berbudi luhur, berkualitas tinggi: sehat, cerdas, kreatif, trampil serta menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi.

JOKOWI-JK	
Visi	“Terwujudnya Indonesia yang Berdaulat Mandiri dan Berkepribadian berlandaskan Gotong-Royong”
Misi	<ul style="list-style-type: none"> • Mewujudkan keamanan nasional yang mampu menjaga kedaulatan wilayah, menopang kemandirian ekonomi dengan mengamankan sumber daya maritim, dan mencerminkan kepribadian Indonesia sebagai negara kepulauan. • Mewujudkan masyarakat maju, berkeadilan dan demokratis berlandaskan negara hukum. • Mewujudkan politik luar negeri bebas-aktif dan memperkuat jati diri sebagai negara maritim. • Mewujudkan kualitas hidup manusia Indonesia yang tinggi, maju dan sejahtera. • Mewujudkan bangsa yang berdaya-saing. • Mewujudkan Indonesia menjadi negara maritim yang mandiri, maju, kuat, dan berbasiskan kepentingan nasional. • Mewujudkan masyarakat yang berkepribadian dalam kebudayaan.

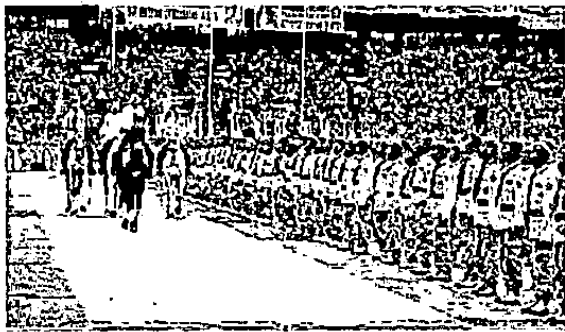
Sumber: (www.kpu.go.id akses 6 september 2014 18.41 wib).

Visi-misi sangat menentukan karakter dan model kepemimpinannya, begitu pula model iklan digunakan sebagai ajang untuk memasarkan dirinya kepada rakyat.

Sementara itu, dalam hal pola iklan pasangan Prabowo-Hatta versi “Indonesia Bangkit”, Prabowo-Hatta digambarkan sebagai sosok yang tegas, pemberani, pribadi yang mampu mengangkat semangat bangsa untuk bangkit dari keterpurukan. Hal ini sesuai dengan visi Prabowo-Hatta, yakni Membangun Indonesia yang bersatu, berdaulat, adil dan makmur serta bermartabat. Dalam pola iklan yang lainnya, tampak Prabowo-Hatta menampilkan sosok yang tegas dan didukung dengan perawakannya yang terlihat tegas dan gagah layaknya seorang prajurit. Hal ini dapat dilihat pada



Selain di media massa, di media sosial Prabowo juga tidak lupa memosting foto-foto yang menunjukkan karakternya yang tegas dan gagah, seperti tampak pada gambar di bawah ini, yang diunggah oleh Prabowo di akun jejaring sosial pribadinya, beberapa minggu menjelang pelaksanaan Pilpres.



Branding prabowo sebagai sosok yang tegas dan pemberani tentu berkaitan dengan profil Prabowo sendiri sebagai sosok yang berlatar belakang militer. Ini memengaruhi iklan politiknya yang sering kali menunjukkan sisi kemiliterannya. Hal ini tampak ketika Prabowo menyampaikan pidato politiknya yang menggunakan nada yang mampu mengangkat semangat setiap penonton yang disertai dengan *gesture* tubuh yang tegas dan gagah. Selain itu, yang paling tampak dari *gesture* tubuhnya adalah penampilannya yang

dibangunnya, tampak Prabowo ingin menunjukkan ketegasannya, di antaranya slogan “Prabowo-Hatta Tegas Berani”, “Macan Asia”, “Indonesia Bangkit” dan lain sebagainya.

Di lain pihak, pasangan Jokowi-JK dalam iklan versi “Jokowi-Jk adalah Kita”, digambarkan sebagai sosok yang sederhana, merakyat, mengayomi masyarakat kecil serta mengajak masyarakat untuk berdialog. Hal ini sesuai dengan visi Jokowi-JK, yakni terwujudnya Indonesia yang berdaulat mandiri dan berkepribadian berlandaskan Gotong-Royong. Hal ini tampak pada gambar di bawah ini.



Karakternya yang sederhana dan merakyat tidak hanya digunakan Jokowi-JK dalam iklannya di media massa saja, tetapi juga di media sosial. Hal ini tampak pada gambar-gambar yang diunggah Jokowi-JK di akun pribadinya.



Kesederhanaan dan sosoknya yang merakyat telah dibangun Jokowi-JK sejak awal kemunculannya, terutama pada diri Jokowi. Hal tersebut tentu tidak bisa kita kesampingkan bila melihat profilnya dan cara-caranya ketika menjadi Walikota Solo dan Gubernur DKI Jakarta, yaitu melalui cara-cara *blusukan* menemui rakyat dan mengontrol infrastruktur-insfrastruktur wilayah dan kinerja para pegawainya di dinas-dinas terkait. Slogan-slogan yang dibangun Jokowi-JK juga tidak terlepas dari karakter yang dibangunnya sebagai sosok yang sederhana dan merakyat, di antaranya seperti: “Jokowi-JK adalah Kita”, “Pemimpin yang Lahir dari Rakyat”, “Indonesia Hebat” dan lain sebagainya.

C. Strategi Prabowo-Hatta dan Jokowi-JK dalam Menggaet Pemilih Pemula

Seperti yang dijelaskan dalam latar belakang masalah, jumlah anak muda atau pemilih pemula, partisipasi mereka pada Pemilu Presiden 9 Juli 2014 lalu tidaklah sedikit. Setidaknya tidak kurang dari 20% dari jumlah keseluruhan pemilih dalam Pemilu Presiden 2014 adalah suara pemilih pemula. Menanggapi hal tersebut tentu tidak bisa dikesampingkan peran mereka dalam pemilu. Oleh sebab itu, kedua pasangan yang bersaing berlomba-lomba dalam menggaet pemilih pemula.

Media sosial selaku media yang dapat dikatakan sebagai medianya anak muda dengan beragam dinamikanya, menjadi salah satu sasaran dari kedua pasangan kandidat dalam mengampanyekan diri mereka kepada anak muda atau pemilih pemula. Beberapa pekan menjelang Pilpres berlangsung di media sosial menjadi suatu trend tersendiri mengenai kedua pasangan

kandidat. Bagaikan jamur di musim hujan, postingan mengenai kedua pasangan itu membanjiri segala macam media sosial, baik dalam bentuk informasi, edukasi, promosi dan sebagainya. Postingan itu sendiri tidak hanya melalui akun pribadi kedua pasangan, atau para anggota koalisinya, tetapi juga oleh para pendukung dan relawan dari kedua pasangan calon. Bahkan tidak sedikit pula artis-artis yang sangat familiar di mata pemilih pemula selaku pendukung salah satu kandidat beramai-raamai memposting bentuk dukungannya ke akun media sosial miliknya. Hal tersebut tentu berimbas kepada anak muda atau pemilih pemula sebagai pengguna terbesar media sosial.

Tidak hanya di media sosial kedua pasangan kandidat berupaya menggaet pemilih pemula, tetapi juga di iklan televisi. Salah satunya iklan politik Prabowo-Hatta yang menggunakan Ahmad Dhani dan 3 finalis jebolan Indonesian Idol dengan iklan yang disertai *soundtrack* lagu yang berjudul *Indonesia Bangkit*. Ini merupakan strategi Prabowo-Hatta dalam menggaet pemilih pemula mengingat artis yang digunakan adalah mereka yang populer di kalangan anak muda.

Serupa dengan apa yang dilakukan Prabowo-Hatta, Jokowi-JK juga menggunakan vokalis Hip Hop, Marzuki, dalam salah satu iklan politiknya, dengan iklan yang diiringi lagu yang bergenre hip hop. Berbagai upaya dalam mendakatkan para pemuda terhadap masing-masing pasangan kandidat tidak hanya dilakukan dalam bentuk iklan politik, tetapi juga dengan menggelar konser musik dan acara-acara sosial kemasyarakatan.

D. Perbandingan dengan Skripsi Sebelumnya

Sebelum melakukan penelitian tentang penerimaan penonton terhadap iklan politik, telah ada penelitian-penelitian mengenai isu yang serupa, yaitu penelitian dengan tema iklan politik yang menggunakan analisis khalayak, tetapi dengan menggunakan metode yang berbeda-beda, seperti metode deskriptif-kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dan analisis persepsi.

1. Interpretasi Khalayak terhadap *Impression Management* Prabowo Subianto dalam Iklan Politik di Televisi

Penelitian ini merupakan penelitian yang dilakukan oleh Handi Aditia yang disusun dalam rangka memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang tahun 2013.

Penelitian ini membidik masalah interpretasi khalayak terhadap *impression management* Prabowo Subianto dalam iklan politik di televisi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana interpretasi khalayak terhadap sosok Prabowo Subianto dalam iklan politik di televisi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, yaitu penelitian dengan cara memaparkan kesimpulan (*summary*) dan implikasi hasil penelitian terhadap fenomena-fenomena yang diteliti dan pemaparan hasil (*outcomes*) penelitian.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka ada beberapa kesimpulan yang dapat dipetik, yaitu khalayak menilai Prabowo sebagai pemimpin yang tegas, memiliki jiwa kepemimpinan, dan sosok

pemimpin yang akan membawa perubahan. Interpretasi khalayak terhadap sosok Prabowo tidak selalu merujuk pada apa yang ditampilkan oleh iklan politik. Dalam memberikan interpretasinya, khalayak mengaitkan sosok Prabowo dengan rezim Orde Baru Soeharto, mitos tentang pemimpin yang militeristik, serta khalayak melihat *bibit*, *bobot*, dan *bebet* yang dimiliki Prabowo. Pemaknaan khalayak terhadap sosok Prabowo dalam iklan politik mampu menimbulkan kesan dan citra diri tertentu. Iklan politik Prabowo berhasil memunculkan kesan tegas dan positif di mata khalayak yang menontonnya. Iklan politik itu juga mengesankan Prabowo dengan citra positif dan mampu menutupi stigma negatif tentang tuduhan pelanggaran HAM kepada Prabowo.

Selain dari iklan politik di televisi, khalayak juga mendapat informasi mengenai sosok Prabowo melalui buku-buku, media sosial, dan interaksi sosial yang menjadi referensi sikap politik. Hal tersebut dapat mengubah sikap bahkan justru menguatkan sikap khalayak terhadap sang tokoh politik.

2. Persepsi Pemilih Pemula terhadap Iklan Politik Kampanye Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden pada Pemilu 2009 di Media Televisi

Penelitian ini dilakukan oleh Diajeng Triastari tahun 2011 sebagai syarat memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret, Surakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi pemilih pemula terhadap tayangan iklan politik di televisi mengenai calon-calon pasangan capres-cawapres Pemilu 2009

Obyek penelitian ini adalah iklan politik para calon presiden dan wakil presiden yang bertarung pada Pilpres 2009, di antaranya pasangan Megawati Soekarnoputri-Prabowo Subianto, Susilo Bambang Yudhoyono-Boediono, dan Jusuf Kalla-Wiranto. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif dengan sampel pemilih pemula yang bertempat tinggal di Perumahan Fajar Indah Surakarta.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut di atas, diperoleh kesimpulan bahwa persepsi pemilih pemula terhadap iklan politik kampanye capres-cawapres Pemilu 2009 sangat bervariasi, namun kecenderungan umum persepsi pemilih pemula melihatnya dari visi-misi dan latar belakang para calon. Dalam perkembangannya, jenis iklan politik pada Pemilu 2009 adalah munculnya iklan negatif (menyerang lawan politik). Dari iklan negatif ini, terdapat kecenderungan tentang persepsi pemilih pemula, bahwa mereka menjadi lebih rasional dibandingkan dengan iklan positif. Aspek-aspek latar belakang dan *trackrecord* para kandidat lebih dikedepankan dan tidak hanya menerima secara pasif kelebihan-kelebihan para kandidat yang ditampilkan oleh iklan positif. Meskipun demikian, iklan positif dipandang tetap lebih bisa diterima oleh pemilih pemula ketimbang iklan negatif.

Persepsi pemilih pemula mengenai pengaruh iklan terhadap keputusan memilih di Perumahan Fajar Indah juga bervariasi, namun cenderung berdampak kecil dalam memengaruhi keputusan memilih. Mereka lebih terpengaruh oleh informasi yang diperoleh dari debat politik daripada iklan