

KECENDERUNGAN PENGGUNAAN SIMBOL AGAMA

DALAM IKLAN POLITIK

(Studi Analisis Isi Perbandingan Kecenderungan Penggunaan

Simbol-simbol Agama dalam Iklan Televisi Partai Politik

Partai Nasional Demokrat dan Gerindra)



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S. I. Kom.)

Disusun oleh:

PASKALIA PRAMITA NARESWARI

080903615 / KOMUNIKASI

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2013

KECENDERUNGAN PENGGUNAAN SIMBOL AGAMA

DALAM IKLAN POLITIK

(Studi Analisis Isi Perbandingan Kecenderungan Penggunaan

Simbol-simbol Agama dalam Iklan Televisi Partai Politik

Partai Nasional Demokrat dan Gerindra)



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S. I. Kom.)

Disusun oleh:

PASKALIA PRAMITA NARESWARI

080903615 / KOMUNIKASI

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2013

HALAMAN PERSETUJUAN

KECENDERUNGAN PENGGUNAAN SIMBOL AGAMA

DALAM IKLAN POLITIK

(Studi Analisis Isi Perbandingan Kecenderungan Penggunaan

Simbol-simbol Agama dalam Iklan Televisi Partai Politik

Partai Nasional Demokrat dan Gerindra)

SKRIPSI

Disusun sebagai syarat kelulusan pada Program Studi Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Disusun oleh:

Paskalia Pramita Nareswari

080903615

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing

F. Anita Herawati, SIP., M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : KECENDERUNGAN PENGGUNAAN SIMBOL

AGAMA DALAM IKLAN POLITIK

Penyusun : Paskalia Pramita Nareswari

NPM : 080903615

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada:

Hari/Tanggal : 31 Mei 2013

Waktu : 12.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran 1 FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.

Penguji Utama

F. Anita Herawati, SIP., M.Si.

Penguji I

Y. Bambang Wiratmojo, S. Sos, M.A.

Penguji II



HALAMAN PERSEMBAHAN

Seringkali aku mengatakan "ya Tuhan, aku punya masalah besar!"
Aku selalu merasa hidupku dikuasai oleh masalah, menganggap masalah tidak akan pernah berakhir dari hidupku.

Namun, aku salah. Tuhan itu Mahakuasa. Aku yang seharusnya menguasai masalah karena Tuhan selalu ada bersamaku. Dan seharusnya aku mengatakan, "hai masalah, aku punya Tuhan Yang Maha Besar!" ☺

Diberkatilah orang yang mengandalkannya TUHAN, yang menaruh harapannya pada TUHAN! (Yeremia 17:7)

Seluruh perjuangan ini dengan bangga aku persembahkan kepada.....

Bapak Edy Wasono

Ibu Yulia Wiwik Endah Setyowati

Mas Andi Bagus Panuntun

Agung Rahayu

Sahabat-sahabat terkasih selama perjalanan kuliah di UAJY...

Dosen FISIP UAJY dan seluruh keluarga UAJY...

dan tidak akan pernah terlupakan, kampus FISIP UAJY, sekre Teater Lilin, dan sudut-sudut kampus yang selalu memberi cerita dan kenangan...

"AKU TANPAMU BUTIRAN DEBU"

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Paskalia Pramita Nareswar.
No. Mhs : 080903615
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul/Karya Tulis : KECENDERUNGAN PENGGUNAAN SIMBOL
AGAMA DALAM IKLAN POLITIK

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik. Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melanjutkan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan. Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran saya sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta,

Penulis Karya Tulis



Paskalia Pramita Nareswari

KATA PENGANTAR

Karya tulis ini adalah salah satu syarat kelulusan mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom). Penulis mengangkat judul Kecenderungan Penggunaan Simbol Agama dalam Iklan Politik dengan subjudul Studi Analisis Isi Perbandingan Kecenderungan Penggunaan Simbol-simbol Agama dalam Iklan Televisi Partai Politik Partai Nasional Demokrat dan Gerindra.

Karya tulis ini telah diselesaikan oleh penulis dengan berbagai kesulitan, kebahagiaan, dan kelelahan yang menjadi pengalaman dan pelajaran sangat berharga. Seluruh proses tersebut dapat berjalan dengan baik karena penguatan dari Tuhan Yang Maha Esa, Tuhan Yesus Kristus, dan Bunda Segala Bunda, Bunda Maria yang selalu memberikan rejeki, kesehatan, dan kelancaran dalam hidup.

Ucapan terima kasih yang sangat besar diberikan oleh penulis kepada teman-teman, saudara, orang tua, dan pengajar yang rendah hati dan selalu memberi dorongan semangat ketika penulis mulai putus asa. Sejak perancangan proposal hingga ujian pendadaran penulis didukung oleh berbagai pihak, baik secara material maupun nonmaterial. Penulis mengucapkan terima kasih khususnya kepada:

1. Keluarga terkasih, Bapak Edy Wasono, Ibu Yulia Wiwik Endah Setyowati, dan Mas Andi Bagus Panuntun yang selalu memberi semangat dan dukungan begitu banyak, khususnya dalam hal materi untuk

kelancaran penyelesaian skripsi ini, dan juga setia dan mengerti untuk menunggu penulis menyelesaikan kuliahnya.

2. Ibu F. Anita Herawati, SIP., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang sabar memberi bimbingan, banyak merevisi, dan meyakinkan penulis untuk bisa menyelesaikan tugas akhir ini tepat waktu.
3. Bapak Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si. dan Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos, M.A. yang telah menjadi pembimbing saat seminar dan juga penguji saat pendadaran atas seluruh kritik dan saran untuk penelitian ini.
4. Aghie yang sejak awal penulis terjun ke dunia perkuliahan hingga selesai kewajiban sarjananya selalu menjadi sahabat, kakak, teman, musuh, dan juga kekasih yang memberi dukungan dan mendengarkan seluruh keluhan selama kuliah. Terima kasih karena selalu menguatkan penulis untuk tidak putus asa dan malas mengerjakan segala sesuatu. Pengalamannya menjadi pelajaran bagi penulis pula untuk bisa sama-sama sukses di masa depan.
5. Sahabat seperjuangan Brigitta, Heni, adik Eci. Sahabat-sahabat Bento Cipay: Sari emak, Frans ganteng, Leo sarap, Mamak Ninda, abang Reza. Sahabat SS perpus bersatu: Dian, Sari, Fani, Iren, Anne, Raka, dan lain-lain, serta teman-teman numpang lewat yang memberi masukan dan contekan. Terima kasih untuk kenangan bersahabat dengan kalian selama menjadi bocah perantauan dan membantu penulis menyelesaikan skripsinya. Serta teman-teman komunikasi angkatan 2008 yang sudah selesai dan dalam proses penyelesaian.

6. Teman-teman UKM yang memberi penulis teman dan pengalaman, UKM Teater Lilin, Lektor Gereja St. Maria Asumpta Babarsari, kantor KACM, staff perpustakaan terpadu UAJY, dan lainnya.
7. Terima kasih sebesar-besarnya kepada seluruh keluarga Universitas Atma Jaya Yogyakarta, khususnya para dosen dan staff FISIP UAJY yang berhasil membentuk penulis menjadi pribadi lebih dewasa, bertanggung jawab, dan berkualitas. Penulis tidak pernah menyesal pernah menimba ilmu di UAJY dan bangga menjadi alumnus UAJY. UAJY banyak memberi kesempatan kepada penulis untuk berkembang dengan mengikuti kegiatan-kegiatan tingkat fakultas maupun universitas.

Karya tulis ini tentunya masih banyak kekurangan dan sangat mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca. Semoga hasil ini akan beranak cucu menjadi hasil yang lebih banyak dan bermanfaat lagi bagi seluruh pembaca dan penulis.

Yogyakarta,

Penulis

KECENDERUNGAN PENGGUNAAN SIMBOL AGAMA DALAM IKLAN POLITIK

ABSTRAKSI

Isu agama masih menjadi hal yang sensitif oleh masyarakat Indonesia dan menjadi pemicu konflik pada kelompok yang berbeda. Partai politik berusaha membentuk citra sebagai sosok yang membela seluruh golongan masyarakat pada umat agama minoritas. Partai politik mulai memanfaatkan iklan televisi sebagai media kampanye yang lebih efektif dan kreatif. Penelitian ini menggunakan teori pemasaran politik, periklanan khususnya elemen-elemen penting iklan televisi, dan juga aspek-aspek agama yang dianut oleh masyarakat. Tujuan dari penelitian adalah melihat karakteristik partai Gerindra dan Nasional Demokrat dalam menggambarkan pluralitas agama melalui simbol-simbol tertentu, sekaligus menjalankan kegiatan promosi dan kampanye partai politik. Isu agama diangkat dalam kampanye sebagai potret kemajemukan bangsa Indonesia. Kampanye yang dilakukan melalui iklan televisi supaya menarik perhatian konstituen dan bersedia memilih partai pada Pemilu 2014 mendatang.

Metode analisis simbol agama dalam iklan menggunakan analisis isi kuantitatif. Peneliti mendeskripsikan data melalui visual maupun audio. Alat ukur menggunakan *coding sheet* berdasarkan aspek kehidupan beragama yang dijawab oleh dua hakim/pengkode. Kedua partai memiliki populasi sebanyak 22 iklan, sehingga sampel yang digunakan adalah seluruhnya berjumlah 44 iklan. Unit analisis yang menjadi acuan adalah perilaku, *setting* tempat, situasi cerita, pakaian, alat ibadah, simbol hari raya, interaksi, pembicara pesan, kata/kalimat pesan, bahasa, musik, dan lagu iklan.

Hasil analisis menyatakan simbol agama paling banyak muncul melalui visual, seperti pakaian kerudung dan perilaku berdoa oleh masyarakat dan anggota partai pada iklan Gerindra. Sedangkan Nasional Demokrat lebih banyak memunculkan pakaian kerudung saja. Perbedaan intensitas kemunculan simbol setiap agama dipengaruhi oleh jumlah hari besar keagamaan selama satu tahun. Selain itu, agama mayoritas menjadi salah satu pengaruh iklan yang diproduksi bertema agama Islam lebih dominan dibandingkan dengan agama lain. Aspek audio menjadi penunjang untuk memperkuat gambaran simbol agama yang umumnya tampak melalui bahasa dan kata-kata (pesan). Pembicara dengan latar belakang agama tertentu memperkuat Gerindra untuk membangun *image* sebagai partai yang memiliki pemimpin berkualitas, bertakwa pada agama, serta bersih dari tindakan kecurangan seperti korupsi. Perbandingan yang mencolok dengan Nasional Demokrat yang justru tidak pernah menampilkan pemimpin, terutama yang akan diajukan sebagai calon presiden pada Pemilu 2014 mendatang. Nasional Demokrat pun memiliki jumlah iklan bertema agama yang jauh lebih sedikit dibandingkan dengan Gerindra. Selain itu, religiusitas partai dimunculkan melalui berbagai simbol. Gerindra melalui sosok pemimpin, pakaian, alat ibadah, aktivitas, dan ucapan. Namun, Nasional Demokrat tidak banyak menampilkan.

Hasil penelitian menyatakan simbol agama lebih dominan dimunculkan dalam iklan partai Gerindra dari berbagai simbol. Analisis dapat diperkuat dengan wawancara kepada pihak yang berkompeten dalam hal politik dan iklan. Kecenderungan agama Islam yang lebih banyak muncul dalam iklan diharapkan tidak menjadi masalah dominasi mayoritas. Simbol agama dimunculkan sebagai wujud toleransi antarumat beragama.

Kata Kunci: Simbol Agama, Iklan Televisi, Partai Politik.

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Persembahan.....	iv
Halaman Pernyataan.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Abstraksi.....	ix
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran.....	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
1. Manfaat Praktis.....	6
2. Manfaat Akademis.....	6
3. Manfaat Sosial.....	7
E. Kerangka Teori.....	8
1. Pemasaran Politik.....	8
2. Iklan Politik.....	15

3. Agama di Indonesia.....	22
F. Kerangka Konsep.....	28
G. Definisi Operasional.....	32
H. Metodologi Penelitian.....	41
1. Metode Penelitian.....	41
2. Sifat Penelitian.....	41
3. Teknik Pengumpulan Data.....	42
4. Populasi.....	42
5. Sampel.....	43
6. Reliabilitas.....	43
7. Pengkodean.....	44
8. Unit Analisis.....	45
9. Teknik Analisis Data.....	45
10. Membuat Kesimpulan.....	46
BAB II. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	
A. Partai Gerindra.....	47
B. Partai Nasional Demokrat (Nasdem).....	49
C. Deskripsi Iklan TVC Partai Gerindra dan Nasdem tahun 2012.....	52
1. Iklan Televisi Partai Gerindra.....	52
2. Iklan Televisi Partai Nasional Demokrat.....	56
BAB III. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Data.....	60
B. Uji Reliabilitas Penelitian.....	64

C. Perbandingan Analisis Isi Kecenderungan Penggunaan Simbol-simbol Agama dalam Iklan Televisi Partai Politik Gerindra dan Nasional Demokrat.....	70
1. Unit Analisis Perilaku Talent/Model.....	71
2. Unit Analisis Setting Tempat.....	73
3. Unit Analisis Situasi Cerita.....	75
4. Unit Analisis Pakaian	77
5. Unit Analisis Alat Ibadah.....	79
6. Unit Analisis Simbol Hari Raya.....	81
7. Unit Analisis Interaksi Umat Beragama/Masyarakat.....	83
8. Unit Analisis Pembicara dalam Iklan.....	85
9. Unit Analisis Bahasa yang Digunakan.....	87
10. Unit Analisis Kata/Kalimat yang Diucapkan.....	89
11. Unit Analisis Musik Iklan	91
12. Unit Analisis Lagu Iklan.....	92
D. Tabulasi Silang.....	94
1. Tabulasi Silang pada Iklan Partai Gerindra.....	94
2. Tabulasi Silang pada Iklan Partai Nasional Demokrat.....	98
E. Pembahasan.....	101
BAB IV. PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	120
B. Saran.....	122

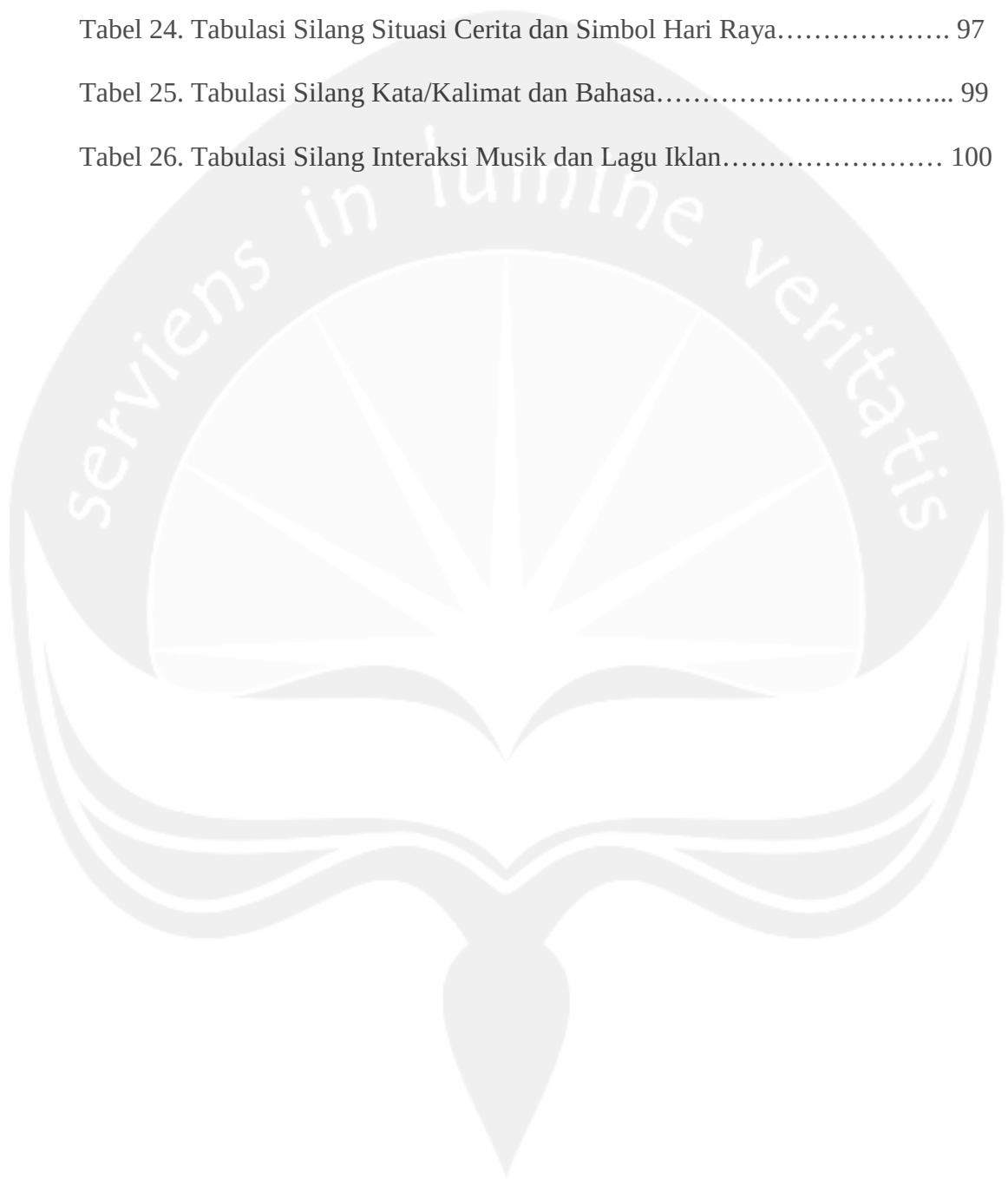
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Biro Iklan Pemilu 2004.....	3
Tabel 2. Belanja Iklan Partai Politik 2004.....	4
Tabel 3. Iklan Gerindra Tema Kenegaraan.....	53
Tabel 4. Iklan Gerindra Tema Keagamaan.....	54
Tabel 5. Iklan Nasdem Tema Kenegaraan.....	56
Tabel 6. Iklan Nasdem Tema Keagamaan.....	58
Tabel 7. Daftar Sampel Iklan Partai Gerindra.....	61
Tabel 8. Daftar Sampel Iklan Partai Nasional Demokrat.....	61
Tabel 9. Uji Reliabilitas Partai Gerindra.....	66
Tabel 10. Uji Reliabilitas Partai Nasional Demokrat.....	69
Tabel 11. Perbandingan Unit Analisis Perilaku Talent/Model.....	71
Tabel 12. Perbandingan Unit Analisis Setting Tempat.....	74
Tabel 13. Perbandingan Unit Analisis Situasi Cerita.....	76
Tabel 14. Perbandingan Unit Analisis Pakaian.....	78
Tabel 15. Perbandingan Unit Analisis Alat Ibadah.....	80
Tabel 16. Perbandingan Unit Analisis Simbol Hari Raya.....	82
Tabel 17. Perbandingan Unit Analisis Interaksi Umat Beragama.....	83
Tabel 18. Perbandingan Unit Analisis Pembicara dalam Iklan.....	85
Tabel 19. Perbandingan Unit Analisis Bahasa yang Digunakan.....	88
Tabel 20. Perbandingan Unit Analisis Kata/Kalimat yang Diucapkan.....	90
Tabel 21. Perbandingan Unit Analisis Musik Iklan.....	92

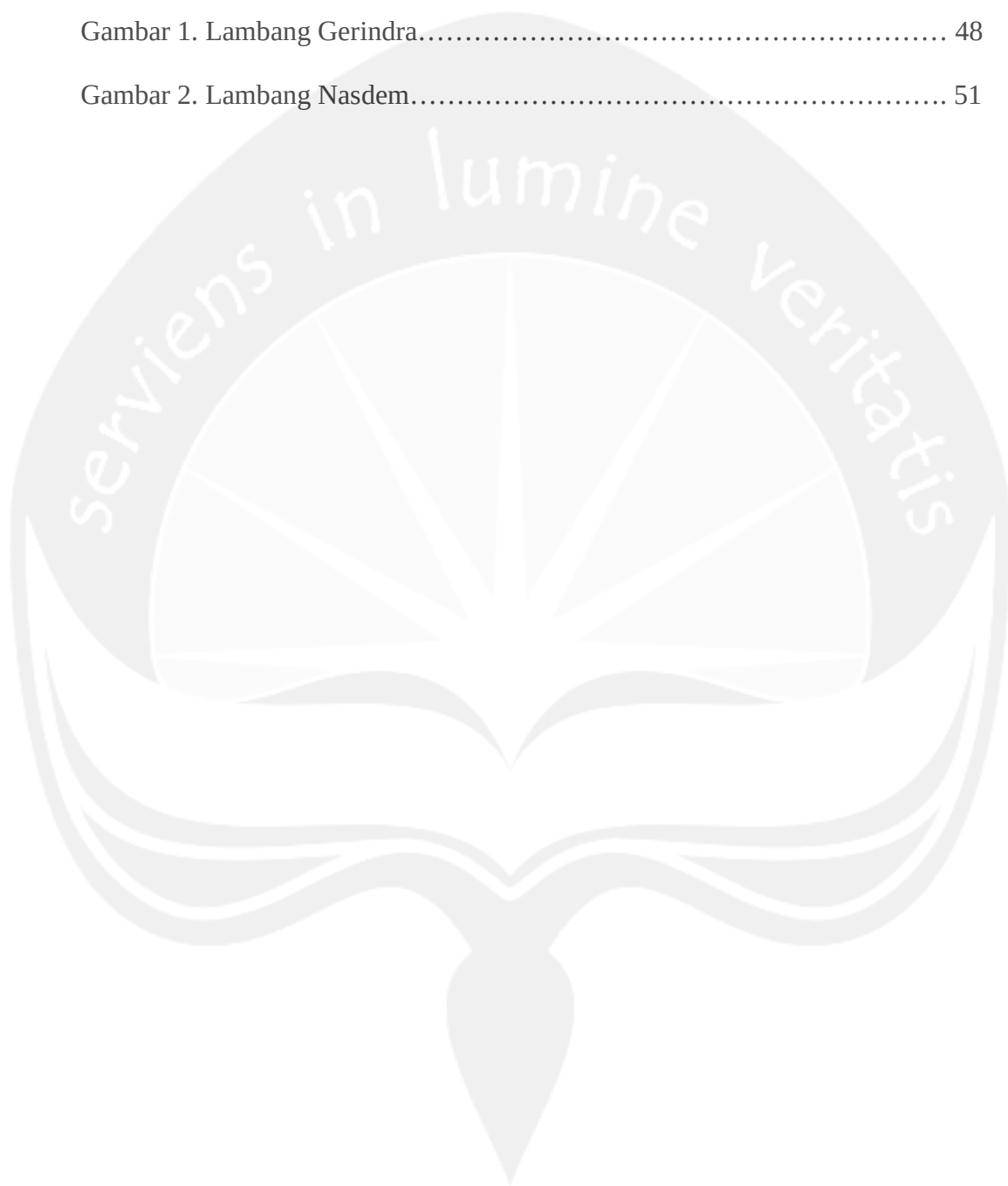
Tabel 22. Perbandingan Unit Analisis Lagu Iklan.....	93
Tabel 23. Tabulasi Silang Perilaku dan Interaksi.....	95
Tabel 24. Tabulasi Silang Situasi Cerita dan Simbol Hari Raya.....	97
Tabel 25. Tabulasi Silang Kata/Kalimat dan Bahasa.....	99
Tabel 26. Tabulasi Silang Interaksi Musik dan Lagu Iklan.....	100



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Lambang Gerindra..... 48

Gambar 2. Lambang Nasdem..... 51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Uji Reliabilitas Iklan Partai Nasional Demokrat

Lampiran 2. Hasil Uji Reliabilitas Iklan Partai Gerindra

Lampiran 3. Tabulasi Silang Unit Analisis Perilaku Talent dan Interaksi
Antaragama

Lampiran 4. Tabulasi Silang Unit Analisis Bahasa dan Kata/Kalimat yang
Diucapkan

Lampiran 5. Tabulasi Silang Unit Analisis Lagu dan Musik Iklan

Lampiran 6. Tabulasi Silang Unit Analisis Simbol Hari Raya dan Situasi Cerita

Lampiran 7. Frame Iklan Partai Gerindra

Lampiran 8. Frame Iklan Partai Nasional Demokrat