

**CITRA PARTAI KEADILAN SEJAHTERA SEBAGAI PARTAI
POLITIK ISLAM DALAM TAYANGAN MATA NAJWA
EPISODE GARA-GARA TAGAR**



**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian
Syarat-Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1**

Disusun oleh:
Muh Ardini Khairun Rijal
15210038

Dosen Pembimbing:
Dra. Hj.Evi Septiani Tavip Hayati, M.Si
NIP 19640923 199203 2 001

**PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2019**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-820/Un.02/DD/PP.00.9/09/2019

Tugas Akhir dengan judul : CITRA PARTAI Keadilan Sejahtera sebagai Partai Politik
Islam dalam Tayangan Mata Najwa Episode Gara - Gara Tagar

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUH ARDINI KHAIRUN RIJAL
Nomor Induk Mahasiswa : 15210038
Telah diujikan pada : Selasa, 03 September 2019
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Dra. Hj. Evi Septiani Tavip Hayati, M.Si
NIP. 19640923 199203 2 001

Penguji I

Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si.
NIP. 19710328 199703 2 001

Penguji II

Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si
NIP. 19840327 201101 1 013

Yogyakarta, 03 September 2019

UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Dekan



Dr. Hj. Nurjannah, M.Si.
NIP. 19600310 198703 2 001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp (0274) 515856
Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Muh Ardini Khairun Rijal

NIM : 15210038

Judul Skripsi : Citra Partai Keadilan Sejahtera Sebagai Partai Politik Islam
Dalam Tayangan Mata Najwa Episode Gara-Gara Tagar

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunika
Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu
dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera
dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 23 Agustus 2019

Mengetahui,

Ketua Prodi



Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.
NIP 196801031995031001

Dosen Pembimbing

Dra. Hj. Evi Septiani TH.M.Si
NIP 196409231992032001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini.

Nama : Muh Ardini Khairun Rijal

NIM : 15210038

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul Citra Partai Kedilan Sejahtera Sebagai Partai Politik Islam dalam Tayangan Mata Najwa Episode Gara-Gara Tagar adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibernarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penyusun

Yogyakarta,

Yang menyatakan,



Muh Ardini Khairun Rijal
NIM 15210038

HALAMAN PERSEMBAHAN

**Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan
kemudahan dan kelancaran dalam penyusunan karya ini.**

Kupersembahkan Karya Sederhana ini Kepada:

Orang Tua dan Segenap

Keluarga Kami

Guru-Guru Kami

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

MOTTO

**“sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan,
sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan ”**

(QS.Asy-Syarh ayat 5-6)



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah peneliti panjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan lindungan-Nya sehingga peneliti bisa menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga senantiasa dihaturkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW, keluarga beliau, para sahabat, para ulama, dan terus mengalir ke seluruh umatnya sampai hari akhir.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana, khususnya gelar sarjana Komunikasi Penyiaran Islam di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam proses penyelesaian dan penelitian skripsi ini banyak sekali bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Peneliti menyadari bahwa tanpa adanya bimbingan, dorongan, arahan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan terselesaikan. Untuk itu dengan segala kerendahan hati peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Drs. KH. Yudian Wahyudi, M. A. Ph. D.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Dr. Nurjanah, M.Si
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si
4. Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang dengan sabar membimbing, mengarahkan dan memberi motivasi kepadapeneliti dari awal kuliah.

5. Dra. Hj. Evi Septiani TH, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing, mengarahkan, dan memotivasi peneliti dengan sabar dari awal penelitian hingga penelitian berakhir.
6. Seluruh staf pengajar di jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Semoga ilmu dan keikhlasan yang diberikan menjadi amal yang tidak putus pahalanya.
7. Bapakku H.Ridwan, dan ibuku Dra. Hj. Hariani yang tak pernah lelah mendoakan, menyayangi, dan menyemangati peneliti. Terimakasih untuk selalu ada saat anakmu butuh semangat meskipun sebatas komunikasi jarak jauh. Juga atas semua perhatian dan waktu yang selalu kalian berikan untukku dan adik-adikku.
8. Untuk keluarga besar saya yang ada di sulawesi Keluarga besar Alm Haji Husain dan keluarga besar Alm Ali, terimakasih untuk masukkan dan dukungannya selama ini.
9. Untuk teman-teman seperjuangan KPI angkatan 2015 terimakasih untuk kebersamaannya selama ini, perjuangan yang sangat luar biasa. Semoga silaturahmi kita selalu terjaga dalam ikatan *ukhuwah islamiyyah*.
10. Untuk Ahyan Putra, Yusuf Safaruddin, Miftahul ilmi, Niki Nur Laila Sari, Adnan Adi Ilmawan, Yuan Kurnia Sandi, Betty Khoirunnisa, Nabila Khairunnisa dan masih banyak lagi yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu ,yang selama ini saya sudah anggap seperti saudara sendiri ditanah rantau ini, terimakasih buat spirit positifnya, semoga kita semua selalu

diberikan yang terbaik dalam menjalani kehidupan yang akan datang. Spesial untuk Dewi Afifatul Masruroh, terimakasih selama ini sudah menemani hingga saat ini.

11. Terimakasih buat teman-teman angkatan 8 Suka TV yang selama ini sudah berjuang untuk organisasi kita tercinta yaitu SUKA TV, buat adek-adekku yang lagi sementara belajar berorganisasi di SUKA TV Tetap semangat dalam menimba ilmu dan pengalaman selama berada di organisasi ini.

12. Serta semua pihak yang telah bersedia membantu dalam penelitian skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebut satu persatu.

Akhirnya, segala budi baik semua pihak yang telah disebutkan di atas semoga mendapatkan balasan dari Allah SWT. Besar harapan peneliti agar apa yang telah peneliti usahakan ini dapat bermanfaat, baik bagi peneliti maupun para pembaca.

Yogyakarta, 08 Agustus 2019

Peneliti.

ABSTRAK

Muh Ardini Khairun Rijal (15210038), Citra Partai Keadilan Sejahtera Sebagai Partai Politik Islam Dalam Tayangan Mata Najwa Episode Gara-Gara Tagar, prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Menjelang Pemilihan presiden tahun 2019 partai-partai politik tengah disibukkan dengan agenda-agenda politik yang telah disiapkan menjelang pemilihan presiden tahun 2019. Kegiatan politik yang dilakukan oleh partai politik ini memberikan pengaruh terhadap masyarakat. Partai Keadilan Sejahtera sebagai partai politik islam melalui kadernya yaitu Mardani Ali Sera telah menginisiasi gerakan tagar 2019 ganti presiden yang diyakini mampu untuk menarik masyarakat dalam memilih pilihan presiden yang diusung oleh partai keadilan sejahtera. Namun, ditengan agenda yang dilakukan oleh gerakan ini kerap mendapat pro dan kontra dari masyarakat. Tidak sedikit pula masyarakat Indonesia yang menolak gerakan ini. Melihat konflik yang terjadi karena gerakan ini, program talkshow Mata Najwa membuat sebuah talkshow yang berjudul Gara-Gara Tagar.

Adapun tujuan dari adanya penelitian ini adalah untuk mengetahui proses pembentukan citra Partai Keadilan Sejahtera melalui tayangan talkshow yang ada dalam program stasiun TV. Penelitian ini merupakan deskriptif kualitatif dan proses pengumpulan datanya diperoleh dari pengamatan terhadap beberapa segmen yang mengandung Citra Partai Keadilan Sejahtera, setelah itu dilakukan dokumentasi terhadap pengamatan yang dilakukan.

Teori semiotika menurut Charles Sanders Pierce merupakan sebuah nama logika yakni doktrin formal tentang tanda. Yang menjadi dasar dari semiotika adalah konsep tentang tanda, tak hanya bahasa dan sistem komunikasi yang tersusun oleh tanda-tanda, melainkan dunia itu sendiri, sejauh dengan yang terkait dengan pikiran manusia.

Hasil dari penelitian ini adalah untuk mewujudkan proses pembentukan citra Partai Keadilan Sejahtera melalui pengamatan dokumentasi, maka dapat disimpulkan bahwa proses pembentukan citra yang terjadi dalam tayangan Mata Najwa oleh seorang politikus dari Partai Keadilan Sejahtera bisa digambarkan melalui tehnik pengumpulan data analisis semiotika Charles Sanders Pierce melalui empat proses pembentukan citra oleh soeharto dan elvinaro ardianto yaitu : Persepsi, Kognisi, Sikap dan Motif.

Kata Kunci : Citra, Partai Keadilan Sejahtera, Tayangan Mata Najwa episode Gara-Gara Tagar.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv

BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian	9
E. Kajian Pustaka	9
F. Kerangka Teori	13
G. Metode Penelitian	38
H. Sistematika Pembahasan	45

BAB II: GAMBARAN UMUM

A. Sejarah Berdirinya Partai Keadilan Sejahtera	47
1. Sejarah	47
2. Sistem pergerakan Partai Keadilan Sejahtera.....	48
3. Karakteristik Partai Keadilan Sejahtera.....	50
4. Jenis Partai	55
B. Gambara Umum Program Mata Najwa	62
1. Sejarah Berdiri Program Mata Najwa	62
2. Perjalanan Program Mata Najwa Pindah Ke Trans 7	63
3. Biografi Najwa Shihab	64
4. Penghargaan Najwa Shiha b	66

C. Gambaran Umum Episode Gara-Gara Tagar	66
1. Sejarah Berdiri Gerakan Tagar 2019 Ganti Presiden	66
2. Najwa Shihab mengulas Gara-Gara Tagar di Program Mata Najwa.....	68
3. Segmentasi Episode Gara-Gara Tagar dalam tayangan Mata Najwa.....	69
BAB III: PROSES PEMBENTUKAN CITRA PARTAI KEADILAN SEJAHTERA SEBAGAI PARTAI POLITIK ISLAM DALAM TAYANGAN MATA NAJWA EPISODE GARA-GARA TAGAR	
A. Citra Politik Partai Keadilan Sejahtera	71
1. Public Relation Politik Partai Keadilan Sejahtera	71
2. Pemasaran dan Iklan Politik Partai Keadilan Sejahtera	72
3. Kampanye Politik Partai Keadilan Sejahtera	74
B. Pembentukan Citra Partai Keadilan Sejahtera	75
1. Stimulus Rangsangan	76
2. Persepsi.....	82
3. Kognisi	85
4. Motif	90
5. Sikap	93
6. Respon	95
BAB IV: PENUTUP	
A. Kesimpulan	99
B. Saran	103
C. Penutup	104

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

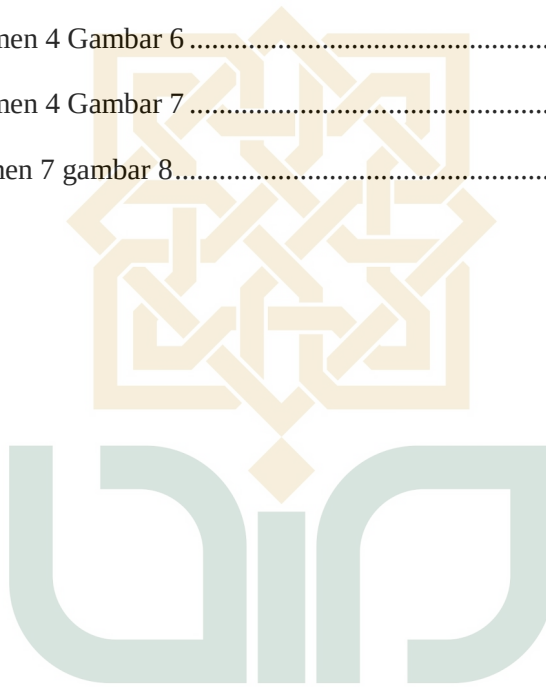
DAFTAR TABEL

TABEL 1 stimulus Rangsangan Yang Dapat di Terima	78
TABEL 2 Stimulus Rangsangan Yang di Tolak	80
TABEL 3 Persepsi.....	83
TABEL 4 Kognisi	86
TABEL 5 Kognisi	88
TABEL 6 Motif.....	91
TABEL 7 Sikap.....	94
TABEL 8 Respon	96



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Segmen 1 Gambar 1	78
Gamabr 2 Segmen 1 Gambar 2	80
Gambar 3 Segmen 1 Gambar 3	83
Gamabr 4 Segmen 1 Gambar 4	86
Gamabr 5 Segmen 4 Gambar 5	88
Gambar 6 Segmen 4 Gambar 6	91
Gambar 7 Segmen 4 Gambar 7	94
Gambar 8 segmen 7 gambar 8.....	96



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam partai politik di hampir Negara-Negara modern saat ini, baik yang bercorak demokratis maupun totaliter, kehadiran partai politik tidak dapat dielakkan. Di negara-negara demokratis, partai politik dipakai sebagai sarana untuk mewujudkan hak rakyat dalam menentukan figur-figur yang akan menjadi pemimpinnya. Sedangkan di negara-negara totaliter, partai didirikan oleh elite politik dengan pertimbangan bahwa rakyat perlu dibina agar tercipta stabilitas yang berkelanjutan.¹

Dalam kepustakaan ilmu politik, ditemukan beberapa definisi yang berbeda mengenai partai politik, seperti yang di kemukakan oleh Carl J. Friedrich, R.H., R.H. Soltau, Sigmund Neuman,² Raymond Garfield, George B.de Huszar, dan Thomas H. Stevenson,³ serta Joseph Lapalombara dan Myron Weiner.⁴

Beberapa ilmuwan politik tersebut tidak menyertakan aspek ideologi dalam menyusun definisi partai politik. Ramlan Surbakti menduga, hal itu disebabkan oleh pengaruh pandangan

¹ Miriam Budiarjo, *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, cet. XVII (Jakarta:Gramedia, 1996). hlm. 159-160.

² *Ibid.*, hlm.161-162

³ Soelisyati Ismail Gani, *Pengantar Ilmu Politik* (Jakarta: Ghalia, 1987), hlm.111-112.

⁴ Ramlan Surbakti, *Memahami Ilmu Politik* (Jakarta: Grasindo, 1992), hlm.116.

di barat bahwa ideologi telah mati (*the end of ideology*). Padahal pada kenyataannya setiap negara pasti memiliki ideologi, apakah bersifat doktriner, pragmatis atau jalan tengah dar keduanya, dan hal ini tercermin dalam partai yang ada dinegara bersangkutan, terlepas dari keragaman definisi ideologi yang dipakai oleh setiap partai politik.⁵

Gerakan tanda pagar (tagar) 2019 Ganti Presiden yang digaungkan oleh politisi Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Mardani Ali Sera terus menuai polemik.

Gerakan #2019GantiPresiden dinilai hanya untuk menaikkan citra Partai Keadilan Sejahtera (PKS) di mata publik. Padahal sudah jelas Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden (Pilpres) 2019 hanya akan diikuti dua pasang calon.

Hal itu disampaikan Sekretaris Jenderal Garda Nasional Untuk Rakyat (GNR), Ucok Choir dalam aksinya di Kantor DPP PKS, Jalan TB Simatupang, Jakarta Selatan, Kamis (6/9/2018)⁶

Direktur Eksekutif Citra Komunikasi LSI Denny JA ini menambahkan, gerakan 2019 Ganti Presiden melalui hastag-nya sudah menjadi magnet politik, khususnya di social media, karena memang memiliki public intrest yang kuat.

Tapi, begitu gerakan ini terkesan kuat milik partai tertentu, khususnya PKS, maka sebagian rakyat yang setuju dan

⁵ *Ibid.*, hlm.177.

⁶ <https://nasional.sindonews.com/read/1336176/12/tolak-tagar-2019-ganti-presiden-massa-demo-kantor-pks-1536224275>. Diakses pada tanggal 11 september 2019.

sejalan dengan gerakan ini bisa jadi mundur. Tidak semua masyarakat, katanya lagi, suka kepada PKS.

Sebagian besar rakyat merasa terjembatani aspirasinya melalui gerakan ini. Namun, setelah tahu, gerakan ini dipelopori PKS, maka, Toto meyakini, warga yang tidak sejalan atau tidak suka kepada PKS cepat atau lambat jadi mengendur semangatnya.⁷

Toto berpendapat, jika gerakan ini terus diidentikan dengan PKS, maka bukan mustahil pada saatnya akan makin melemah sebelum 2019.

"Padahal, menurut data survey LSI Denny JA, gerakan ini sudah diketahui oleh sekitar 50,8% publik dan disukai oleh sekitar 49%. Artinya, gerakan ini sebenarnya cukup potensial mengancam keterpelihan capres incumbent, yaitu Pak Jokowi,".⁸

Kalau gerakan ini sampai tembus ke angka 80%, dimana publik hingga *grassroot* mengetahui, potensi sukanya cukup besar. Bisa jadi, berbanding lurus antara yang mengetahui dan menyukai gerakan ini. Lebih-lebih, jika situasi politik dan ekonomi ke depan makin tidak menentu.

Menurut Toto, yang dirugikan dengan melemahnya gerakan ini, jika terus diidentikan dengan PKS, adalah capres yang diusung PKS sendiri dan Gerindra, yaitu Prabowo Subianto.

⁷ <https://www.tribunnews.com/nasional/2018/05/21/pks-lemahkan-gerakan-2019-ganti-presiden>. Diakses pada tanggal 11 september 2019.

⁸ <https://www.tribunnews.com/nasional/2018/05/21/pks-lemahkan-gerakan-2019-ganti-presiden>. Diakses pada tanggal 11 september 2019.

Logikanya, pada saat orang tidak nyaman dengan keadaan sekarang dan ingin ganti presiden, maka pilihan yang ada di depan mata, hanya Jokowi dan Prabowo. “Otomatis warga akan pilih Prabowo, walaupun pilihan itu bukan pilihan idealnya,”.⁹

Judul skripsi yang diangkat oleh penulis yaitu Citra Partai Keadilan Sejahtera Sebagai Partai Politik Islam (analisis isi Pada Tayangan Mata Najwa Episode Gara-Gara Tagar) berawal dari kegelisahan penulis dalam menyaksikan tayangan acara *talkshow* di salah satu media massa yaitu Mata Najwa yang berjudul “Gara-Gara Tagar”, membuat penulis ingin melakukan sebuah penelitian mengenai Citra Partai Politik Islam pasca viralnya #2019gantipresiden di seluruh media sosial online, bahkan buku mengenai #2019gantipresiden telah diterbitkan oleh ketua DPP Partai Keadilan Sejahtera yaitu Mardani Ali Sera. Bukan hanya menerbitkan bukunya, Mardani Ali ialah inisiator gerakan sosial masyarakat #2019 ganti presiden ini.

Program Talkshow Mata Najwa, dipandu oleh sosok yang memiliki karakter cerdas, lugas, dan berani serta memiliki karisma kuat di mata pemirsa. Gaya bertanya Najwa Shihab yang tegas, menusuk dan kerap sedikit provokatif berpadu dengan *treatment-treatment* yang spesifik untuk mengakomodir

⁹ <https://www.tribunnews.com/nasional/2018/05/21/pks-lemahkan-gerakan-2019-ganti-presiden>. Diakses pada tanggal 11 september 2019.

karakter bintang tamu atau narasumber mampu menghadirkan *show* yang menarik sepanjang durasi penayangan program.

Mata Najwa juga memiliki *brand image* yang kuat sebagai salah satu program *talkshow* yang jadi referensi saat ada isu atau fenomena nasional selain Indonesia Lawyers Club. Pasca *break* yang dilakukan dalam 3 bulan terakhir, kemunculan kembali Najwa Shihab di layar kaca berpotensi untuk dinantikan oleh pemirsa setianya.

Kemampuan Mata Najwa menghadirkan narasumber yang merupakan sosok A1 dari tema-tema yang luas menjadi salah satu daya tarik utama program ini. Kehadiran Mata Najwa di TRANS7 diharapkan mampu menjadikan rujukan dan referensi penonton jelang jelang Pilkada Serentak 2018 hingga Pilpres 2019, juga tentang isu-isu nasional yang terjadi sepanjang tahun.

Tayang pada satu kali dalam sepekan di slot *super primetime*, *genre* program Mata Najwa berpotensi untuk menarik pemirsa *male* dengan rentang usia yang lebar (*youth-oldies*). Selain itu, demikian fleksibilitas tema bahasan yang diangkat juga bisa dilebarkan untuk mengakomodasi pemirsa *female*.¹⁰

¹⁰ <https://www.trans7.co.id/programs/mata-najwa>, diakses pada tanggal 24 januari 2019 pada pukul: 20.15 WIB.

Mardani Ali Sera, seorang politikus dari partai oposisi Partai Keadilan Sejahtera (PKS), memulai gerakan #2019GantiPresiden melalui serangkaian *tweet* pada Maret 2018. Gerakan ini dibuat untuk menantang kampanye “Jokowi Dua Periode” yang dinyatakan oleh kelompok sukarela pendukung pencalonannya. Kelompok ini, yang dikenal sebagai Sekretariat Nasional Jokowi, memainkan peran penting dalam membangun dukungan rakyat untuk kemenangan Jokowi dalam Pilpres 2014. Kampanye #2019GantiPresiden memperoleh dukungan dari partai oposisi lainnya. Gerakan Indonesia Raya (Gerindra) dan Partai Amanat Nasional (PAN). Ketua Gerindra, Prabowo Subianto, akan kembali bersaing dengan Jokowi untuk Pilpres 2019. Dengan Prabowo mencalonkan diri untuk Pilpres 2019, jelas bahwa gerakan #2019GantiPresiden mendukung pencalonannya. Selain dukungan dari partai politik, gerakan ini juga mendapat dukungan keuangan dari berbagai sumber. Gerakan ini telah menerima Rp40 juta dari politisi mantan penyanyi, Neno Warisman, dan kontribusi keuangan dari simpatisan lainnya. Neno, yang juga seorang politikus PKS, telah menjadi suara vokal di belakang kampanye #2019GantiPresiden. Dia telah melakukan perjalanan ke seluruh Indonesia untuk mempromosikan kampanye tersebut.¹¹

Tema tentang persekusi tagar #2019gantipresiden ini diangkat Mata Najwa karena tantangan para netizen:

¹¹ <https://www.matamatapolitik.com/apakah-kampanye-2019gantipresiden-bisa-kalahkan-jokowi-di-pilpres-2019/> .Diakses pada tanggal 24 januari 2019.

“Mba najwa @MataNajwa ini ada kasus persekusi di bandara hang nadim batam yg lebih mengerikan dari kasus persekusi di CFD jakarta, apa anda tidak tertarik mengundang neno warisman ke acara anda? Korbannya sama2 perempuan lho hanya mereka berbeda pilihan politik,” cuit akun atas nama @dr_gundi.¹²

Tagar 2019 Ganti Presiden tengah populer dalam kontestasi Pilpres 2019. Dalam survei Lingkaran Survei Indonesia (LSI) Denny JA, Agustus 2018 lalu, tagar tersebut digandrungi lebih dari 63% warga dunia maya. Namun, gerakan tersebut juga sering mendapat kontroversi dalam perjalanannya. Beberapa deklarasi, bahkan ditolak izinnya oleh kepolisian dengan alasan keamanan. Sekjen Garda Nasional Untuk Rakyat (GNR), Ucok Choir mengungkapkan bahwa tagar 2019 Ganti Presiden mengandung unsur kamuflase. Ia menilai, gerakan tersebut bukan untuk kepentingan Pilpres, namun lebih kepada untuk menaikkan citra Partai Keadilan Sosial (PKS) dalam Pemilu 2019 mendatang.¹³

Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) menilai deklarasi #2019GantiPresiden bukan merupakan sebuah kampanye. Bawaslu merujuk pada Undang-undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilu. Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) menilai

¹² <http://medan.tribunnews.com/2018/09/05/akhirnya-mata-najwa-angkat-tema-persekusi-neno-warisman-saat-ilc-batal-menayangkannya>. Diakses pada tanggal 24 januari 2019.

¹³ <https://news.okezone.com/read/2018/09/07/605/1947195/gerakan-2019gantipresiden-dianggap-bukan-untuk-kepentingan-pilpres>. Diakses pada tanggal 21 maret 2019

deklarasi #2019GantiPresiden bukan merupakan sebuah kampanye. Bawaslu merujuk pada Undang-undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilu.¹⁴

Lingkaran Survei Indonesia (LSI) Denny JA mencatat gerakan #2019GantiPresiden berpengaruh positif dalam menggenjot elektabilitas Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno dari kalangan pengguna media sosial. Namun, pasangan calon presiden calon wakil presiden perlu mewaspadai isu negatif terhadap gerakan ini. Dalam survei terakhir LSI Denny JA, elektabilitas Prabowo-Sandiaga di antara responden pengguna media sosial mencapai 39,5%, sementara di kalangan bukan pengguna media sosial hanya 25,5%.¹⁵

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana pembentukan citra Partai Keadilan Sejahtera sebagai partai politik Islam dalam tayangan Mata Najwa episode Gara-gara Tagar?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pembentukan citra Partai Keadilan Sejahtera sebagai partai politik Islam dalam tayangan Mata Najwa episode Gara-gara Tagar.

¹⁴<https://nasional.kompas.com/read/2018/08/28/08065821/pro-kontra-gerakan-2019gantipresiden-dan-bagaimana-menyikapinya>. Diakses pada tanggal 21 maret 2019.

¹⁵<https://katadata.co.id/berita/2018/09/06/survei-2019gantipresiden-genjot-elektabilitas-prabowo-sandi>. Diakses pada tanggal 21 maret 2019.

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap perkembangan dan pendalaman komunikasi politik khususnya pencitraan partai politik.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi partai keadilan sejahtera dalam membangun citra sebagai partai politik islam sehingga dapat menjadi rujukan bagi partai-partai islam lainnya.

E. Kajian Pustaka

Untuk menghindari kegiatan plagiat. Peneliti melakukan peninjauan kembali kepada penelitian-penelitian yang terdahulu dengan mengunjungi perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penulis menemukan beberapa penelitian mengenai Citra dan Partai Politik baik citra partai politik di media massa, online dan cetak. Berikut ini adalah penelitian yang dijadikan sebagai kajian pustaka diantaranya:

Penelitian pertama, skripsi yang berjudul Membangun Citra Partai Politik Masa Depan (Studi Deskriptif Strategi Humas Partai Persatuan Pembangunan Sleman DIY Dalam Membangun Citra). Disusun oleh Abdullah mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2007, yang diajukan untuk Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Skripsi ini menggunakan metodologi

penelitian deskriptif kualitatif dengan subyek penelitian ialah Humas Partai Persatuan Pembangunan Sleman, DIY. Sedangkan objek yang diteliti adalah strategi Pencitraan Partai Yang dilakukan oleh Partai Persatuan Pembangunan Sleman, DI Yogyakarta. Teori yang di gunakan ialah teori pencitraan. Hasil dari penelitia ini menuunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama yaitu mendorong publik untuk beeperan serta dalam aktivitas yang diselenggarakan oleh pihak humas Partai Persatuan Pembangunan Sleman, DI Yogyakarta.

Adapun persamaan pada penelitian ini ialah objek penelitiannya sama-sama membahas citra, namun perbedaan pada penelitian ini ialah tidak menggunakan tehnik analisis semiotika sedangkan penelitian yang sedang dilakukan peneliti ialah analisis isi dengan menggunakan analisis semiotika.¹⁶

Penelitian kedua, skripsi yang berjudul Pengaruh Akses Akun Instagram Alasantri Terhadap Persepsi Follower Tentang Citra Santri. Disusun oleh Isnaeni Rohmah mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) angkatan 2013, yang diajukan kepada fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan variabel x penelitian ini yakni akses akun instagram alasantri yang diartikan sebagai melihat, mendengar, dan membaca isi

¹⁶ Abdullah, *Membangun Citra Partai Politik Masa Depan (Studi Deskriptif Strategi Humas Partai Persatuan Pembangunan Sleman Diy Dalam Membangun Citra)* (Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2011).

pesan media. Sedangkan variabel *y* dalam penelitian ini yakni persepsi *follower* tentang citra santri yang diartikan sebagai segala bentuk pandangan atau tanggapan *follower* santri. Teori yang digunakan adalah Teori *Stimulus-Respon*. Hasil dari penelitian ini adalah akun instagram alasantri belum banyak diakses oleh masyarakat dari kalangan non santri. Adapun yang mengakses akun tersebut dari kalangan non santri memiliki tingkat intensitas yang rendah.

Adapun persamaan pada penelitian yaitu tema yang diteliti ialah citra, hanya saja penelitian ini membahas tentang pengaruh akses instagram alasantri terhadap persepsi *follower* tentang citra santri. Sedangkan penelitian yakni pembentukan citra di dalam sebuah tayangan TV.¹⁷

Penelitian ketiga, Jurnal yang berjudul Komunikasi Politik dan Pembentukan Citra Partai yang ditulis oleh Khoirudin Mochtar UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Jurnal ini membahas tentang Citra Partai Golkar Dan Sebagai Partai Dinamis Dan Karya Gagasan, Kunjungan Keluar Negeri Sebagai Upaya Pencitraan Golkar baru, Eksistensi dan Citra Partai Melalui Pidato Politik Ketua Umum dan Upaya Mengembalikan Citra Partai Dengan Prestasi. Jurnal ini menggunakan metode penelitian paradigma konstruktivis, dengan teknik analisis interpretif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini terdiri dari empat bagian, di antaranya adalah :

¹⁷ Isnaeni Rohmah, *Pengaruh Akses Akun Instagram Alasantri Terhadap Persepsi Follower Tentang Citra Santri*. (Yogyakarta: Jurusan KPI Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2013).

pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan. Hasil dari penelitian ini dilakukan dalam beberapa hal diantaranya, pertama dengan motto *“the party of idea”* yaitu : sebuah gagasan yang ingin mencitrakan Golkar sebagai partai yang berkembang diwarnai dengan pertarungan berbagai gagasan atau ide yang ditelorkan oleh kader-kader Golkar.

Adapun persamaan dengan penelitian ini ialah tema yang di teliti yaitu membangun citra partai politik. Penelitian ini membahas tentang komunikasi politik dan pembentukan citra partai, hanya saja penelitian ini tidak menggunakan media dalam membangun citra partai, melainkan menggunakan prestasi dan juga karya yang telah di hasilkan oleh Partai

buah partai politik Islam.¹⁸

Penelitian keempat Jurnal yang berjudul Analisis Aktivitas Pembentukan Citra Politik Hary Tanoesoedibjo studi Semiotika Pierce Pada iklan televisi Perindo “Mars Perindo Versi 2” yang ditulis oleh Betari Chintya Ariviyanti¹ dan Sylvie Nurfebriaraning Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom pada tahun 2017. Jurnal ini membahas tentang kumpulan adegan pencitraan Hary Tanoesoedibjo dalam iklan televisi politik Perindo versi Mars Perindo. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivis. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan pengumpulan

¹⁸ Khoirudin Mochtar, *Citra Partai Golkar Dan Sebagai Partai Dinamis Dan Karya Gagasan* (Bandung: Jurnal UIN Sunan Gunung Djati Bandung 2016).

capture dari kumpulan adegan yang ada pada iklan dan tinjauan literatur baik itu buku, penelitian terdahulu, dan kumpulan terdahulu. Peneliti menggunakan 15 adegan sebagai unit analisis dari 40 adegan dalam iklan menjadi 15. Hal ini karena hanya 15 adegan yang akan di jadikan sebagai unit analisis. Peneliti melakukan penelitian melalui 3 aspek yaitu ikon, indeks dan simbol. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pencitraan politik oleh Hary Tanoesoedibjo dapat dilihat dari 13 adegan dari keseluruhan 40 adegan dalam iklan tv partai perindo versi mars perindo.

Adapun persamaan dengan penelitian ini ialah tema yang diteliti yaitu Citra partai politik, hanya saja penelitian ini membahas tentang aktivitas pembentukan citra politik Hary Tanoesoedibjo, sedangkan penelitian yakni tentang pembentukan citra melalui sebuah tayangan televisi.¹⁹

F. Kerangka Teori

1. Tinjauan Tentang citra

a. Pengertian citra

Organisasi atau perusahaan termasuk juga partai politik perlu membangun citra agar organisasi tersebut memiliki penilaian yang baik di mata masyarakat. Organisasi yang

¹⁹ Betari Chintya Ariviyanti dan Sylfie Nurfebriaraning, *Analisis Aktivitas Pembentukan Citra Politik Hary Tanoesoedibjo studi Semiotika Pierce Pada iklan televisi Perindo "Mars Perindo Versi 2"* (Bandung: Jurnal Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom 2017).

memiliki citra yang baik dimata *stake holder*, karyawan, dan khalayak merepresentasikan bahwa organisasi tersebut dalam keadaan baik, begitu juga sebaliknya. Citra berasal dari bahasa Sansekerta yang berarti gambar. Kemudian dikembangkan menjadi gambaran sebagai padanan kata *image* dalam bahasa inggris. Pada hakikatnya citra di definisikan sebagai kontruksi atas repretasi dan persepsi khalayak terhadap individu, kelompok atau lembaga yang terkait dengan kiprahnya dalam masyarakat. Citra pun diartikan sebagai cara anggota organisasi dengan melihat kesan atau persepsi yang ada dibenak orang.²⁰

Menurut Frank Jefkins dalam buku *Public Relation* definisi citra adalah kesan, gambaran, atau impresi yang tepat (sesuai dengan kenyataan) atas sosok keberadaan berbagai kebijakan personil personil atau jasa-jasa dari suatu organisasi atau perusahaan.²¹

Menurut Bill Canton dalam Sukatendel {1990} mengatakan bahwa citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi.²²

Citra adalah kecenderungan yang tersusun dari pikiran, perasaan dan kesudian. Citra seseorang membantu dalam

²⁰ Siti Nurhayati, *Citra Partai Keadilan Sejahtera di Pemilu 2014* (skripsi S1 Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah , 2014), hlm. 24.

²¹ Frank Jefkins, *Public Relation* (Jakarta: Erlangga, 2003), hlm. 412.

²² Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relation*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012), hlm. 111.

pemahaman, penilaian, dan pengidentifikasian peristiwa, gagasan, tujuan, atau pemimpi politik.²³

Citra merupakan gambaran tentang realitas, yang mungkin saja tidak sesuai dengan realitas. Citra terbentuk berdasarkan informasi yang diterima melalui berbagai media, utamanya media massa cetak dan elektronik, yang bekerja membentuk, mempertahankan, atau mendefinisikan citra.²⁴

Dalam membentuk sebuah citra, tak terlepas dari sebuah proses yang disebut pencitraan. Pencitraan ialah ialah proses pembentukan citra melalui informasi yang diterima oleh khalayak secara langsung atau melalui media massa. Dalam pembentukan citra politik tidak terlepas dari peran media dan para komunikator (politikus). Media merupakan alat yang digunakan untuk menyebarluaskan pesan politik yang disampaikan oleh komunikator. Sementara pesan dari komunikator (politikus) ialah berusaha menciptakan citra melalui komunikasi politik dengan tujuan memperoleh dukungan publik. Media tidak saja berfungsi sebagai mediator penyampaian berita, tetapi sebagai sarana pembentukan citra politik.²⁵

Citra politik terbentuk berdasarkan informasi yang diterima melalui media baik media sosial maupun media massa,

²³ Dan Nimmo, *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006) hlm. 7.

²⁴ *Ibid.*, hlm. 7.

²⁵ Siti Nurhayati, *Citra Partai Keadilan Sejahtera di Pemilu 2014* (Jakarta : Jurusan KPI Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah , 2014) hlm. 25.

yang bekerja menyampaikan pesan politik yang umum dan aktual. Citra politik mencakup beberapa hal, yaitu :

- 1) Seluruh pengetahuan politik seseorang (kognisi) baik yang benar maupun keliru .
- 2) Semua refrensi (afeksi) yang melekat pada tahap tertentu pada peristiwa politik yang menarik.
- 3) Semua pengharapan (konasi) yang dimiliki orang tentang apa yang terjadi jika berperilaku dengan cara yang berganti-ganti terhadap objek dalam situasi.

Citra politik selalu berubah sesuai dengan berubahnya pengetahuan politik dan pengalaman politik seseorang.²⁶

Gun Gun Heryanto berpendapat, citra politik bisa diperoleh melalui publisitas menurut Howard Stephenson yang dikutip oleh Gun Gun Heryanto, adalah berita mengenai kejadian-kejadian yang direncanakan. Citra politik sangatlah diperlukan untuk membangun *image* yang baik dimasyarakat, agar memperoleh dukungan dari masyarakat. Jika citra suatu tokoh atau partai politik itu baik dimasyarakat, berarti sejalan dengan tingginya tingkat popularitas partai atau tokoh politik tersebut.²⁷

Citra bersifat temporer sehingga perlu strategi yang konsisten dalam memelihara citra di media. Ada empat tahapan dalam pencitraan menurut Baudrillard. Pertama, pencitraan

²⁶ Anwar Arifin, *Komunikasi Politik: Filsafat-Paradigma-Teori-Tujuan-Strategi Dan Komunikasi Politik Indonesia*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 178.

²⁷ Gun Gun Heryanto Dan Shulhan Rumar, *Komunikasi Politik: Sebuah Pengantar*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2013) hlm. 89.

adalah refleksi dari realitas dasar. Kedua, ia menutupi dan menyesatkan realitas dasar. Ketiga, menutupi ketidakhadiran realitas dasar. Keempat, tidak mengacu atau memiliki relasi dengan realitas manapun.²⁸

b. Citra Personal Tentang Politik

Pikiran, perasaan dan kesudian subjektif yang menyusun citra orang tentang politik berguna dan memuaskan bagi orang itu. Setidaknya ada tiga fungsi dalam menyusun citra personal. Pertama, betapapun benar atau kelirunya, lengkap atau tidak lengkapnya, pengetahuan orang tentang politik, hal itu memberi jalan kepadanya untuk memahami peristiwa politik tertentu. Kedua, kesukaan atau ketidak sukaan umum pada citra seseorang tentang politik menyajikan dan untuk menilai objek politik. Ketiga, citra diri seseorang memberikan cara menghubungkan dirinya dengan orang lain.²⁹

Citra dapat membantu kita dalam pemahaman, penilaian, pengidentifikasian, peristiwa, tujuan, atau pemimpin politik. Citra memberikan alasan yang dapat diterima secara subjektif tentang mengapa segala sesuatu hadir sebagaimana tampaknya, tentang preferensi politik, dan tentang penggabungan dengan orang lain. Bagi seorang politisi citra sangatlah penting untuk dapat menarik perhatian dari pemilih dalam pemilu. Citra itulah yang menjadi dasar mereka untuk memilih atau tidaknya seorang politisi dalam pemilu. Oleh karena itu citra menjadi

²⁸ Gun Gun Heryanto, *Komunikasi Politik Di Era Industri Citra*, (Jakarta: PT. Laswell Visitama 2010), hlm. 52.

²⁹ Dan Nimmo, *Komunikasi Politik, Khalayak, dan Efek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hlm.6-7.

sangat penting untuk menjaga dan menarik pemilihnya agar tetap mendukung dalam pemilu. Bagi para politisi yang perolehan suara pada pemilu, karena bagaimanapun juga citra yang melekat pada masyarakat menjadi citra negatif.

2. Proses Pembentukan Citra

Selain citra dikenal juga sebagai gambaran mengenai suatu hal. Penggambaran tersebut juga memiliki proses dalam pembentukannya. Proses tersebut mengalami 4 tahap, yakni:³⁰

- a) Persepsi : Diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan. Dengan kata lain, individu akan memberikan makna terhadap rangsangan berdasarkan pengalamannya mengenai rangsangan.
- b) Kognisi : yaitu suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus. Keyakinan ini akan timbul apabila individu telah mengerti rangsangan tersebut, sehingga individu harus diberikan informasi-informasi yang cukup yang dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya.
- c) Motif : Motif disini bisa diartikan sebagai dorongan seorang individu untuk melakukan suatu hal tertentu untuk memenuhi tujuannya.
- d) Sikap : Adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku, tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu.

³⁰ Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relation*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012), hlm. 116.

Sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi. Sikap menentukan apakah orang harus pro atau kontra terhadap sesuatu, menentukan apa yang disukai, diharapkan dan diinginkan. Sikap mengandung aspek evaluatif, artinya mengandung nilai menyenangkan atau tidak menyenangkan. Sikap ini juga dapat diperteguh atau diubah.

Teori *image restoration* berangkat dari dua asumsi : komunikasi, yaitu aktivitas yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu dan tujuan pokok komunikasi, yaitu memelihara citra positif dan reputasi positif. Kedua asumsi ini mendasari setiap strategi komunikasi yang digunakan mengatasi krisis, khususnya saat organisasi berupaya memperbaiki citra positifnya. Teori *image restoration* menawarkan lima strategi (tipologi) komunikasi merestorasi citra yang dibangun berdasarkan pendekatan retorika yaitu :³¹

1) Strategi menyangkal (*denial*).

Melalui strategi ini, organisasi menyangkal telah melakukan kesalahan dan menyatakan bahwa organisasi tidak terlibat sebagai penyebab krisis. Strategi ini terbagi dalam dua jenis: menyangkal secara sederhana (*simple denial*), seperti “kami tidak melakukannya”; dan menyangkal dengan menyalahkan pihak lain atau mencari kambing hitam (*shifting blame/scape-goating*).

³¹ Kriyantotno Rachmat, *Teori Public Relations Perspektif Barat dan Lokal Aplikasi Penelitian Dan Praktik*, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm.228-229.

2) Strategi menghindari tanggung jawab (*evasion of reponsibility*).

Melalui strategi ini organisasi berupaya membatasi tanggung jawabnya pada krisis. Cara yang biasa dilakukan dalam strategi ini : (a) provokasi, yaitu merespons tindakan pihak lain. Misalnya, organisasi mengambil langkah tertentu dengan alasan tindakan reaktif terhadap serangan yang dilakukan pihak lain. (b) menyatakan bahwa krisis terjadi disebabkan kekurangan informasi atau ketidakmampuan organisasi mengontrol situasi. (c) maksud baik (*good intetion*), menyatakan bahwa organisasi telah berupaya mengatasi dengan baik tetapi hasilnya mungkin dirasakan kurang maksimal oleh pihak lain. (d) krisis ini disebabkan kecelakaan. Asumsinya, kecelekaan yaitu peristiwa yang tidak direncanakan dan diharapkan, organisasi juga ikut dirugikan, bahkan bisa dikonstruksi sebagai musibah. Diharapkan asumsi ini dapat mengurangi pertanggung jawaban organisasi.

3) Strategi mengurangi serangan (*reduciton the offensiveness*).

Strategi umum, organisasi tidak menyangkal melakukan tindakan yang menyebabkan krisis atau setidaknya mengakui jika krisis terkait dengan aktivitas organisasi. Tetapi dalam

strategi ini, organisasi berusaha mengurangi dampak negatifnya dan berusaha memperbaiki turunnya citra positif. Misalnya, organisasi berupaya meyakinkan publik bahwa krisis bukan ancaman serius. Beberapa cara yang dilakukan organisasi dalam strategi ini antara lain :

- (a) *Bolstering* : mengingatkan publik bahwa organisasi terdiri dari orang-orang yang berkualitas dalam pekerjaan sehari-hari, sehingga kecil kemungkinan menyebabkan kritis. Para profesional ini diyakini dapat mengatasi krisis dengan baik pula. Termasuk disini yaitu menampilkan kualitas organisasi sebelum krisis, yaitu organisasi sebelumnya telah banyak berperan memberikan kemaslahatan bagi komunitas.
- (b) minimalisasi, yaitu meminimalkan serangan dari pihak lain dengan mengatakan bahwa krisis hanya berdampak kerusakan kecil, dampak krisis bukanlah sebesar yang dipikirkan orang.
- (c) strategi pembedaan (*differentiation*), yaitu membandingkan kejadian pada saat krisis dengan kejadian yang sama tetapi skala dan akibatnya jauh lebih besar. Organisasi ingin menunjukkan bahwa ada krisis lain, yang jauh lebih besar dampaknya, tetapi penanganannya tidak sebaik yang dilakukan organisasi ini.
- (d)

Transenden: menempatkan perilaku pada konteks yang berbeda yang lebih menguntungkan, yaitu menempatkan peristiwa krisis sebagai bagian dari konteks yang lebih besar yang membuat nilai-nilai yang lebih penting muncul dalam situasi ini. Misalnya, organisasi menyampaikan bahwa krisis ini merupakan alat intropeksi bagi semua orang untuk meningkatkan nilai-nilai persaudaraan dengan memberikan bantuan kepada korban. Contoh lain: saat banyak hewan kehilangan habitat akibat penebangan hutan untuk lahan perumahan dilakukan demi kesejahteraan manusia. (e) menyerang pihak lain, yaitu menantang pihak lain yang menyatakan bahwa peristiwa yang terjadi merupakan krisis untuk memberikan bukti kuat. Tujuannya untuk menguji kredibilitas pihak yang bersebrangan dengan organisasi. (f) pemberian kompensasi uang atau barang. Misalnya, pengembalian tiket akibat batalnya acara konser.

4) Tindakan korektif (*corrective action*)

Melalui strategi ini, organisasi berupaya memperbaiki kerusakan dan berjanji untuk mencegah pengulangan krisis. Pada konteks ini, organisasi dimungkinkan melakukan tindakan

tertentu tanpa mengakui pihaknya bersalah atau tidak.

5) Menanggung akibat krisis (*mortification*)

Organisasi menyatakan kesediaan bertanggung jawab terhadap akibat krisis dan menyampaikan penyesalan serta permohonan maaf.

Frank Jefkins dalam bukunya yang berjudul *Public Relation* membagi jenis citra (*image*) menjadi lima yaitu :³²

1) Citra bayangan (*mirror image*)

Yaitu citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar terhadap organisasinya. Citra ini cenderung positif.

2) Citra yang berlaku (*current image*)

Yaitu suatu citra atau pandangan yang melekat pada pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi.

3) Citra harapan (*wish image*)

Adalah suatu citra yang diinginkan pihak manajemen. Citra harapan biasanya dirumuskan dan diperjuangkan menyambut sesuatu yang relatif baru, yaitu ketika khalayak belum memiliki informasi yang memadai.

4) Citra perusahaan (*corporate image*)

Adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan citra atas produk dan banyak hal. Hal-hal positif yang dapat meningkatkan citra suatu perusahaan antara

³² Frank Jefkins-Daniel Yadin, *Public Relation*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 2004) hlm.20

lain sejarah, keberhasilan yang diraih, reputasi, riset, dan sebagainya.

5) Citra majemuk (*multiple image*)

Setiap organisasi memiliki banyak unit dan pegawai (anggota). Masing-masing unit dan individu memiliki perangai dan perilaku tersendiri sehingga secara sengaja atau tidak, mereka pasti memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan citra organisasi secara keseluruhan.

Proses pembentukan citra pada akhirnya akan menghasilkan sikap, pendapat, tanggapan atau perilaku tertentu. Untuk mengetahui bagaimana citra suatu organisasi atau perusahaan di benak publiknya dibutuhkan adanya suatu penelitian. Melalui penelitian organisasi atau perusahaan dapat mengetahui secara pasti sikap publik terhadap organisasinya, mengetahui apa yang disukai dan yang tidak disukai oleh publiknya.³³

Pembentukan citra positif organisasi partai yang perlu diketahui pertama kali adalah dengan membaca dan mengamati kecenderungan-kecenderungan dan keinginan publik atau konstituen, untuk kemudian merumuskan kebijakan-kebijakan yang akan ditempuh untuk menampung aspirasi konstituen. Organisasi partai politik selanjutnya memutuskan untuk mengambil langkah-langkah yang tepat dalam menentukan sikap politiknya. Pencitraan yang dimaksud dalam konsep

³³ Khoruddin Muchtar, *Komunikasi Politik dan Pembentukan Citra Partai* (Bandung: Jurnal Ilmu Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, 2016), hlm. 4.

penelitian ini untuk menjelaskan tentang upaya-upaya yang dilakukan oleh para ketua umum dalam membangun citra positif partai, dengan harapan akan mendapat simpati dan kepercayaan masyarakat. Pencitraan adalah kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh simpati dan kepercayaan publik, sehingga publik memberikan penilaian positif terhadap suatu organisasi atau perusahaan yang muaranya adalah menggaet pembeli atau dalam partai politik adalah menarik pemilih agar memberikan suaranya dalam pemilihan umum.³⁴

Citra politik berkaitan dengan sosialisasi politik, karena citra politik terbentuk melalui proses pembelajaran politik baik secara langsung maupun melalui pengalaman empirik. Citra politik mencakup beberapa hal, yaitu: (1) seluruh pengetahuan politik seseorang baik benar atau salah; (2) semua preferensi (afeksi) yang melekat kepada tahap tertentu dari peristiwa politik yang menarik; (3) semua pengharapan (konasi) yang dimiliki orang tentang apa yang mungkin terjadi jika ia berperilaku dengan cara berganti-ganti terhadap objek dalam situasi tersebut.³⁵

Citra politik akan selalu berubah sesuai dengan berubahnya pengetahuan dan pengalaman politik seseorang, serta situasi politik yang selalu berkembang. Sosialisasi politik terbangun melalui proses belajar secara terus-menerus, melalui pengalaman sosialisasi politik, seseorang mengembangkan kepercayaan dan harapan sesuai dengan cita-cita politik yang

³⁴ *Ibid.*, hlm. 4-5.

³⁵ *Ibid.*, hlm. 6.

relevan. Sosialisasi politik dapat mendorong terbentuknya citra politik pada individu, sehingga dapat mendorong seseorang melakukan peran-peran partisipasi politik seperti, kampanye, pemilu, kegiatan partai ataupun diskusi politik.³⁶

3. Politik pencitraan

Istilah politik pencitraan itu memiliki beberapa makna sesuai dengan perspektif ilmu politik dan ilmu komunikasi politik dan ilmu komunikasi atau ilmu komunikasi politik yang digunakan. Hal itu dapat dipahami, karena baik politik maupun komunikasi politik, memiliki sifat serbahadir, multimakna, dan multidefinisi. Dengan demikian politik pencitraan memiliki lebih dari satu pengertian.³⁷

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, gagasan. Bertindak sama dengan berkomunikasi 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, politikus, kandidat, birokrat, pengamat, ilmuwan, dan pemimpin masyarakat serta

³⁶ *Ibid.*, hlm 6-7.

³⁷ Anwar Arifin, *Politik Pencitraan Pencitraan Politik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hlm. 3.

pemerintah, partai politik, organisasi perusahaan, industri, dan pengusaha.³⁸

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 (*influence*), wewenang (*authority*), kekuasaan (*power*), kekuatan (*force*), kerjasama (*cooperations*), konflik (*conflict*), dan konsensus (*consensus*) terutama dalam kaitannya dengan pencitraan.³⁹

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 communication*) yang mencakup kebebasan berekspresi (*freedom of expression*) dan kebebasan informasi (*freedom of information*), kebebasan bersuara

³⁸ *Ibid.*, hlm.4.

³⁹ *Ibid.*, hlm.4.

(*freedom of speech*) dan kebebasan pers (*freedom of 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.⁴⁰

Bentuk kongkrit dari efek dalam pencitraan itu adalah terjadinya penerimaan dan pelaksanaan politik pencitraan politik bagi individu-individu khalayak (publik) yaitu terjadinya dukungan opini publik, timbulnya partisipasi politik dan kemenangan dalam pemilihan atau pemilihan umum. Setiap pesan atau informasi yang menyentuh individu itu dapat ditolak atau diterima, pada umumnya melalui tiga tahapan, yaitu :⁴¹

- a) Proses mengerti atau proses kognitif : proses terbentuknya pengertian dan pengetahuan.
- b) Proses menyetujui atau proses objektif : proses terbentuknya sikap dan pendapat menyetujui atau tidak menyetujui.
- c) Proses perbuatan atau sensmotorik : proses terjadinya gerak pelaksanaan.

Ketiga proses itu menurut E. Rogers dan Shoumakers (1971) pada dasarnya melalui lima tahap, yaitu (1) kesadaran; (2) perhatian; (3) evaluasi; (4) coba-coba; dan (5) adposi. Kelima tahap itu dirumuskannya dalam kerangka komunikasi inovasi atau komunikasi pembaharuan, pencitraan dilakukan denga sasaran yang belum memiliki pemahaman tentang politik,

⁴⁰ *Ibid.*, hlm. 4.

⁴¹ *Ibid.*, hlm.44-45.

maka metode, proses, dan model komunikasi pembaharuan sangat relevan untuk diterapkan.

Suatu pesan *verbal* dan *nonverbal* dalam proses komunikasi yang mengandung pencitraan, baru dapat disebut rangsangan apabila ia menyentuh alat indra manusia. Rangsangan itu kemudian dibawa ke otak oleh urat saraf, dan karena reaksi otak terjadilah pengamatan. Sejak itulah orang tersebut sadar akan adanya pesan pencitraan yang menyentuhnya.⁴²

Pencitraan politik tidak dapat dipisahkan dengan komunikasi politik yang memiliki juga konfigurasi yaitu wujud atau bentuk (bidang, bagian, atau perilaku) aktivitas yang beragam. Pencitraan politik dapat berbentuk *public relation* politik, pemasaran politik, dan atau kampanye politik yang memerlukan pengorganisasian dan pengelolaan yang mantap, rasional, dan profesional. Konfigurasi aktivitas pencitraan politik itu seyogyanya dimanfaatkan semua, dalam upaya melakukan sosialisasi politik dan komunikasi politik kepada rakyat untuk membentuk opini publik.⁴³

1. *Public Relation* Politik

Public relation politik yang bermaksud sebagai pencitraan politik dilakukan dalam bentuk timbalbalik, sehingga menunjukkan ciri demokrasi, karena memberi penghargaan kepada khalayak atau

⁴² *Ibid.* hlm. 45.

⁴³ Anwar arifin, *Politik Pencitraan Pencitraan Politik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hlm. 223.

masyarakat. Khalayak tidak dipandang sebagai objek semata, tetapi juga dipandang sebagai subjek. Maksudnya, *public relation*, disamping memberikan penerangan-penerangan kepada publik, juga memerhatikan dan meneliti sikap-sikap dan pendapat publik, yang selanjutnya disesuaikan dengan kebijakan dan tindakan partai politik dan politikus. Hal itu akan melahirkan citra politik yang indah bagi publik terhadap partai politik dan politikusnya.

2. Pemasaran Politik dan Iklan Politik

Studi pemasaran politik memaparkan bahwa pemasaran politik adalah konsep permanen yang harus dilakukan oleh sebuah partai politik, politikus, atau kontestan dalam membangun kepercayaan dan citra publik. Membangun kepercayaan dan citra itu hanya bisa dilakukan dalam jangka panjang, tidak hanya bisa dilakukan dalam jangka panjang, tidak hanya pada masa kampanye saja. Publik akan mencatat dan menyimpan dalam memorinya semua kegiatan politik, wacana politik, dan kepedulian kepada masyarakat yang telah dilakukan atau dikerjakan oleh partai politik atau politikus secara individual. Hal itu akan diingat terus oleh publik pada saat akan memberikan suaranya dalam pemilihan umum.

3. Kampanye Politik dan Orasi Politik

Kampanye politik merupakan kegiatan komunikasi politik yang paling ramai dan hiruk pikuk serta melibatkan banyak orang. Kegiatan itu dilakukan sebagai salah satu agenda pemilihan umum (pemilu), pemilihan presiden (pilpres) atau pemilihan kepala daerah (pemilukada). Kampanye politik merupakan sebuah bentuk komunikasi politik yang terorganisasi dalam waktu tertentu. Kampanye politik dapat dilakukan oleh seorang atau kelompok orang atau organisasi politik untuk memperoleh dukungan politik dari rakyat. Kampanye politik merupakan salah satu agenda dalam keseluruhan proses pemilihan umum yang mencakup pemilukada dan pilpres yang memiliki aturan tersendiri yang di dalamnya terdapat jadwal, tata caranya, pengawasan, dan sanksi-sanksi jika terjadi pelanggaran.

Kampanye politik yang memerlukan orator politik adalah kampanye monologis, terutama yang dilakukan di lapangan terbuka. Kampanye monologis yang biasa juga disebut kampanye massa, yaitu kampanye yang ditujukan kepada massa yang dilakukan di lapangan terbuka. Persuasi kepada massa itu dilakukan dengan menggunakan retorika, yaitu menampilkan para “juru kampanye” melakukan pidato atau orasi politik, secara

bergantian. Komunikasi politik berjalan satu arah saja (monolog) tanpa dialog. Selain itu kampanye kepada massa itu dapat dilakukan secara monolog melalui media massa, seperti radio, film, dan televisi dalam bentuk iklan politik yang mengandung banyak unsur persuasif. Media lain juga dapat digunakan dalam menjangkau massa yaitu surat kabar, spanduk, baliho, poster, dan selebaran. Penyampaian pesan politik kepada massa, merupakan bentuk kampanye yang handa.

4. Media politik pencitraan

Media merupakan hasil perkembangan ilmu dan teknologi, sebagai bentuk penguasaan manusia terhadap aturan dan ketentuan yang menguasai alam. Eksistensinya dalam kehidupan manusia memiliki implikasi sosial, yang juga berkaitan dengan aturan dan ketentuan hukum-hukum Tuhan yang berkaitan dengan media dan terutama media massa, harus dipahami dan dikuasai, agar kehadiran media massa bermanfaat bagi manusia dalam menopang kebudayaan dan peradabannya. Justru itu media sangat penting dan memiliki urgensi bagi pencitraan politik, terutama media massa yang dapat menjangkau khalayak yang banyak (massa) dengan cepat.⁴⁴

Semua jenis media dapat dimanfaatkan sebagai media pencitraan politik. Media yang sangat besar pengaruhnya adalah media massa yang terdiri atas pers, film, radio, dan televisi. Media massa dalam proses pelaksanaan politik pencitraan atau

⁴⁴*Ibid.*, hlm. 100.

pencitraan politik, memiliki posisi dan peran “mediasi” yaitu penyampai (*transmitters*) berbagai pesan yang berisi pencitraan politik dari pihak-pihak di luar dirinya, sekaligus sebagai pengirim (*sender*) pesan yang berisi pencitraan politik yang dibuat (*constructed*) oleh para wartawannya kepada khalayak (*audience*). Bahkan media massa patut dipakai oleh para politikus atau kandidat untuk menyampaikan ideologi partainya kepada khalayak yang besar jumlahnya dan sekaligus menyerap berbagai informasi yang disiarkan oleh media massa. Selain itu media massa juga dapat digunakan oleh para wartawan memproduksi berbagai pesan yang berisi pencitraan politik.⁴⁵

Eksistensi dan urgensi media massa dalam pencitraan politik, sangat dalam upaya membentuk citra diri para politikus atau kandidat dan citra partai, untuk memperoleh dukungan publik. Media massa memiliki kekuatan dalam dampak sosial yang ditimbulkan langsung atau tidak langsung.⁴⁶

5. Teori dan Model Semiotika Charles Sanders Peirce

Menurut Ferdinand De Saussure, tanda atau simbol (termasuk bahasa) bersifat arbitari, yaitu tergantung pada *impuls* (rangsangan) maupun pengalaman personal pemakainya. Berdasarkan pandangan Saussure, dalam satu sistem penandaan, tanda merupakan bagian tak terpisahkan dari sistem konvensi. Sifat arbitari ini, menurut Saussure, artinya tidak ada hubungan alamiah antara bentuk (penanda) dengan makna (pertanda). Namun, penggunaan bahasa tidak sepenuhnya arbitari, karena

⁴⁵ *Ibid.*, hlm. 102-103.

⁴⁶ *Ibid.*, hlm. 103

semua itu tergantung pada ‘kesepakatan’ antar pengguna bahasa.⁴⁷

Jika Saussure menawarkan model *dyadic*, maka Charles Sanders Peirce dikenal dengan model *triadic* dan konsep trikotominya yang terdiri dari atas berikut ini.

- a) *Representamen*; bentuk yang diterima oleh tanda atau berfungsi sebagai tanda (Saussure menamakannya *signifier*). *Representamen* kadang diistilahkan juga menjadi *sign*.
- b) *Interpretant*; bukan penafsir tanda, tetapi lebih merujuk pada makna dari tanda.
- c) *Object*; sesuatu yang merujuk pada tanda. Sesuatu yang diwakili oleh *representamen* yang berkaitan dengan acuan. *Object* dapat berupa representasi mental (ada dalam pikiran), dapat juga berupa sesuatu yang nyata di luar tanda.⁴⁸

Proses pemaknaan tanda yang mengikuti skema ini disebut sebagai proses semiosis. Menurut Peirce, tanda menjadi wakil yang menjelaskan sesuatu: *Pierce called the perceivable part of the sign a representman (literally “something that does the representing”) and the concept that it encodes the object (literally “something cast outside for observation”). He termed the meaning that someone gets from the sign the interpretant.*

⁴⁷ Nawiroh Vera, *Semiotika Dalam Riset Komunikasi* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), hlm. 18.

⁴⁸ *Ibid.*, hlm.21.

*This I itself a sign in that it entails knowing what a sign means (stands for) in personal, social, and contexts-specific ways.*⁴⁹

Berdasarkan konsep tersebut maka dapat dikatakan bahwa makna sebuah tanda dapat berlaku secara pribadi, sosial, atau bergantung pada konteks tertentu. Perlu dicatat bahwa tanda tidak dapat mengungkapkan sesuatu, tanda hanya berfungsi menunjukkan, sang penafsirlah yang memaknai berdasarkan pengalamannya masing-masing.

Model triadik dari Pierce sering disebut sebagai “*triangle meaning semiotics*” atau dikenal dengan teori segitiga makna, yang dijelaskan secara sederhana : “tanda adalah sesuatu yang dikaitkan pada seseorang untuk sesuatu dalam beberapa hal atau kapasitas. Tanda menunjuk pada seseorang, yakni, menciptakan di benak orang tersebut suatu tanda yang setara, atau suatu tanda yang lebih berkembang, tanda yang diciptakannya dinamakan *interpretant* dari tanda pertama. Tanda itu menunjukkan sesuatu, yakni objeknya”.

Model segitiga Peirce memperlihatkan masing-masing titik dihubungkan oleh garis dengan dua arah, yang artinya setiap istilah dapat dipahami hanya dalam hubungan satu dengan yang lainnya. Peirce menggunakan istilah yang berbeda untuk menjelaskan fungsi tanda, yang baginya adalah proses konseptual, terus berlangsung dan tak terbatas (yang disebutnya “semiosis tak terbatas,” rantai makna keputusan oleh tanda-

⁴⁹ *Ibid.*, hlm. 22.

tanda baru menafsirkan tanda sebelumnya atau seperangkat tanda-tanda).⁵⁰

Dalam model Peirce, makna dihasilkan melalui rantai dari tanda-tanda (menjadi *interpretants*), yang berhubungan dengan model dialogisme Mikhail Bakhtin, di mana setiap ekspresi budaya selalu sudah merupakan *respons* atau jawaban terhadap ekspresi sebelumnya, dan yang menghasilkan *respons* lebih lanjut dengan menjadi *addresible* kepada orang lain.

- a) *Representamnt/sign* (tanda).
- b) *Object* (Sesuatu yang dirujuk).
- c) *Interpretant* (“hasil” hubungan representamen dengan objek).

Menurut Peirce, salah satu bentuk tanda (*sign*) adalah kata. Sesuatu dapat disebut *representament* (tanda) jika memenuhi 2 syarat berikut.

- 1) Bisa dipersepsi, baik dengan panca-indra maupun dengan pikiran atau perasaan.
- 2) Berfungsi sebagai tanda (mewakili sesuatu yang lain).

Objek adalah sesuatu yang dirujuk tanda, bisa berupa materi yang tertangkap panca-indra, bisa juga berdifat mental atau imajiner. Sedangkan interpretan adalah tanda yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda. Apabila ketiga elemen makna itu berinteraksi dalam benak seseorang, maka muncullah makna tentang sesuatu yang diwakili oleh tanda tersebut.

⁵⁰ *Ibid.*, hlm. 22.

Sebenarnya titik sentral dari teori semiotika Charles Sanders Peirce adalah sebuah trikotomi yang terdiri atas tiga tingkat dan sembilan sub-tipe tanda.

	1	2	3
Representamen (R1)	Qualisign	Sinsign	Legisign
Object (O2)	Icon	Index	Symbol
Interpretant (I 3)	Rhema	Dicisign	Argument

Gambar 1.1⁵¹

Berikut klasifikasi berdasarkan kategori yang dikembangkan oleh Charles Sanders Peirce.

- a) *Firstness* (kepertamaan), yaitu mode sebagaimana adanya, positif dan tidak mengacu pada sesuatu yang lain. Ia adalah kategori dari perasaan yang tak terefleksikan, semata-mata potensial, bebas dan langsung.
- b) *Seconsness* (kekeduaan), merupakan metode yang mencakup relasi antara yang pertama dan kedua, ia merupakan kategori perbandingan, faktisitas, tindakan, realitas, dan pengalaman dalam ruang dan waktu.
- c) *Thirdness* (keketigaan), mengantar yang kedua dalam hubungannya dengan yang ketiga. Ia adalah kategori mediasi, kebiasaan, ingatan, kontinuitas, sintesis, komunikasi (semiosis) representasi, dan tanda-tanda.

Proses tiga tingkat dari teori segitiga makna yang merupakan proses semiosis dari kajian semiotika. Proses

⁵¹ *Ibid.*, hlm. 23.

semiosis adalah proses yang tidak ada awal maupun akhir senantiasa terjadi dan saling berhubungan satu dengan yang lainnya, dalam hal ini representamen (sering juga disebut sebagai *sign*), *object*, dan *interpretant*.⁵²

G. Metode Penelitian

Seluruh kegiatan penelitian agar pelaksanaannya terarah, rasional dan mendapatkan hasil yang maksimal maka dibutuhkan sebuah metode. Metode yang digunakan oleh peneliti ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sehingga penelitian ini akan lebih mengacu pada subjek dan objek penelitian dengan tujuan memberi gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu.⁵³

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Adapun yang disebut penelitian kualitatif menurut Kirk dan Miller dalam Meolong adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya. Metodologi kualitatif digunakan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan

⁵² *Ibid.*, hlm. 23.

⁵³ Erfina Nurussa'adah, , *Analisi Wacana Kritis Pencitraan Parpol Islam Pada SKH Republika dan Tempo Edisi Mei-Oktobre 2012* (Yogyakarta : jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga , 2013) hlm. 21.

ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh).⁵⁴

Deskriptif itu sendiri merupakan kumpulan data yang berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Laporan penelitian akan berisi tayangan-tayangan data untuk memberi gambaran bagi penyajinya. Penelitian ini juga merupakan suatu penelitian yang menggunakan metode analisis isi.

Analisis isi merupakan suatu analisis mendalam yang dapat menggunakan teknik kuantitatif maupun kualitatif terhadap pesan-pesan menggunakan metode ilmiah dan tidak terbatas pada jenis-jenis variabel yang dapat diukur atau konteks tempat pesan-pesan diciptakan atau disajikan.⁵⁵

Pendekatan kualitatif untuk analisis isi berakar pada teori sastra, ilmu-ilmu sosial (interaksionisme simbolik, etnometodologi) dan para pakar kritis (pendekatan Marxist, studi cultural British, teori feminis). Kadang-kadang mereka memberi label *interpretif*. Secara kualitatif, analisis isi dapat melibatkan suatu jenis analisis, dimana isi komunikasi (percakapan, teks tertulis, wawancara, fotografi, dan sebagainya). Dikategorikan dan diklasifikasikan.⁵⁶

⁵⁴ Lexy J. Moelong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (PT. Remaja Rosdakarya: Bandung, 2010), hlm. 4.

⁵⁵ Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, (Rajawali Pers, Jakarta, 2010), hlm. 283-284.

⁵⁶ *Ibid.*, hlm. 284.

2. Sumber Data

Dalam penelitian ini ada dua jenis data yang digunakan, yaitu data primer dan data sekunder.⁵⁷ Sumber data ini digunakan untuk mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan penelitian, sehingga lebih jelas dan terstruktur.

a. Data primer

Data primer dalam penelitian ini, diperoleh dari analisis isi tayangan program Mata Najwa episode Gara-gara Tagar.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang menjadi data pendukung data-data primer dalam melengkapi penelitian. Pada penelitian ini, data data yang digunakan bersumber dari:

- a) Data yang diperoleh dari media massa, seperti televisi dan internet yang berkaitan dengan penelitian.
- b) Bersumber pada buku, literatur, jurnal, artikel dan lain-lain yang berkaitan dan mendukung pembahasan penelitian mengenai citra partai keadilan sejahtera sebagai partai politik islam dalam tayangan Mata Najwa episode Gara-gara Tagar dan Satu Atau Dua.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pada tahap ini peneliti secara aktif mengumpulkan data penelitian dengan menggunakan teknik-teknik pengumpulan data yang sesuai dengan jenis penelitian yang dilakukan. Teknik pengumpulan data penelitian menggunakan suatu teknik studi

⁵⁷Arikunto Suharsini, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), hlm.83.

dokumentasi. Jika data dicari dalam dokumen atau sumber pustaka, maka kegiatan pengumpulan data seperti ini disebut studi dokumentasi atau sumber pustaka.⁵⁸ Dalam penelitian ini dokumen yang dikumpulkan adalah tayangan Program Mata Najwa Episode Gara-gara Tagar.

Beberapa tahapan yang dilakukan dalam pengumpulan data yaitu :

- a. Melakukan pengamatan terhadap beberapa segmen yang mengandung citra Partai Keadilan Sejahtera.
- b. Setelah itu dilakukan dokumentasi terhadap pengamatan yang dilakukan.

4. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan serangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, penafsiran, dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademis, dan ilmiah. Tayangan di televisi merupakan salah satu media yang dapat mengontruksi realitas dalam kehidupan masyarakat. Dalam hal ini, tayangan program Mata Najwa Episode Gara-gara Tagar merupakan tayangan yang terdapat tanda (simbol) berupa gambar dan juga suara (lagu) yang dapat dianalisis menggunakan pendekatan semiotik.

Dalam penelitian ini pada dasarnya teknik tersebut bersifat kualitatif, dengan fokus penelitian terhadap Citra Partai Keadialn Sejahtera Sebagai Partai Politik Islam dalam tayangan Mata Najwa Episode Gara-gara Tagar. Sehingga peneliti

⁵⁸ I Made Wiratha, *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian Skripsi dan Tesis*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2006), hlm. 36.

mempresentasikan simbol pada objek penelitian dengan model semiotika Charles Sanders Peirce yang biasa dikenal dengan teori segitiga makna (*triangle meaning*).

Semiotika berasal dari Bahasa Yunani *Semion* yang berarti “tanda”. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbentuk sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain. Secara terminologis, semiotika dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan tanda.⁵⁹

Pada dasarnya semiotik mempelajari bagaimana kemanusiaan memaknai hal-hal. Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, melainkan hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda.⁶⁰

Teori dari Pierce menjadi *ground theory* dalam semiotik. Hal tersebut berarti bahwa teori yang dikemukakan oleh pierce menjadi landasan atau pondasi awal dalam memahami dan mengkaji semiotik. Pierce memandang tanda bukanlah struktur, melainkan bagian dari proses pemahaman akan suatu objek berdasarkan realitas.

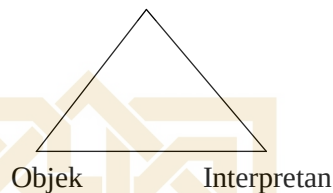
Charles Sanders Peirce mengartikan semiotika sebagai tanda-tanda dalam gambar dapat dilihat dari jenis tanda yang digolongkan dalam semiotika. Diantaranya: Representamen

⁵⁹ Sumbo Tinarbuko, *Semiotika Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2008), hlm. 11.

⁶⁰ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 15.

(ikon, Indeks dan simbol), objek dan Interpretan.⁶¹ Ikon merupakan tanda yang dapat menggambarkan ciri suatu objek. Hubungan tanda dengan objek juga dapat diinterpretasikan oleh ikon dan indeks, sehingga ikon dapat merepresentasi yang ditandai dengan kemiripan.⁶²

Tanda



Gambar 1.2 Segitiga Makna Peirce⁶³

Segitiga tanda menjelaskan mengenai tanda adalah sesuatu yang dikaitkan pada seseorang untuk beberapa hal. Tanda yang diciptakan oleh Pierce merupakan interpretan dari tanda yang pertama. Tanda tersebut menunjukkan objeknya. Menurut Pierce, tanda terbentuk dari hubungan segitiga yaitu representamen yang dimaksud adalah tanda (sign) berhubungan dengan objek yang berkaitan. Hubungan tersebut menghasilkan interpretan.⁶⁴

Peirce menyebut objek sebuah ikon sebagai objek yang “langsung”. Ia mengistilahkan sumber acuan yang sesungguhnya, yang berada di luar tanda dan dapat direpresentasikan melalui cara yang tak terhitung jumlahnya

⁶¹ *Ibid*, hlm. 158.

⁶² *Ibid*, hlm. 159.

⁶³ Indiwah Seto Wahyu Wibowo, *Semiotika Komunikasi*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), hlm. 169.

⁶⁴ *Ibid.*, hlm. 170.

sebagai objek “dinamis”. Ikon adalah tanda yang mewakili sumber acuan melalui sebuah bentuk replikasi, simulasi, imitasi, atau persamaan. Misalnya foto, peta, cap jempol dan lain sebagainya.

Indeks adalah tanda yang menunjukkan adanya hubungan alamiah antara tanda dan petanda yang bersifat kausal atau hubungan sebab akibat, atau tanda yang langsung mengacu pada kenyataan. Misalnya asap dan api yang menandakan adanya api, atau awan gelap (mendung) yang menandakan akan segera turun hujan.

Simbol adalah tanda yang makna *representamen*-nya diberikan berdasarkan konvensi sosial. Simbol mewakili sumber acuannya dalam cara yang konvensional. Misalnya burung Garuda yang bagi bangsa Indonesia adalah lambang negara.

Dengan penjabaran makna tanda adalah sesuatu yang berbentuk fisik yang dapat ditangkap panca indera manusia. Tanda tersebut juga merujuk atau mempresentasikan hal lain di luar tanda itu sendiri. Acuan tanda ini disebut dengan objek. Jadi interpretant adalah konsep pemikiran seseorang yang menggunakan tanda dan menurunkannya dalam sebuah makna tertentu. Makna yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang sedemikian dirujuk menjadi sebuah tanda.⁶⁵

Berdasarkan teori yang dikembangkan oleh Pierce, tanda-tanda dalam gambar digolongkan menjadi ikon, index, dan simbol. Untuk mengetahui bentuk-bentuk Citra Partai Keadilan

⁶⁵ Rachmat Kriyanto, *Teknis Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 265.

Sejahtera Sebagai Partai Politik Islam Dalam Tayangan Mata Najwa episode Gara-gara Tagar, maka peneliti akan menginterpretasikan tanda-tanda yang terdapat dalam video klip tersebut. Berdasarkan konsep triadik yang dikembangkan oleh Pierce, peneliti akan melakukan 3 tahapan.

Dalam penelitian ini berusaha mencari tanda mengenai Citra Partai Keadilan Sejahtera yang ditampilkan dalam Tayangan Mata Najwa Episode Gara-gara Tagar. Analisa tersebut menggunakan analisis Charles Sanders Peirce yang mengemukakan teori segitiga makna. Peneliti juga berusaha merepresentasikan citra politik dari Partai Keadilan Sejahtera sebagai partai politik Islam melalui Tayangan Episode Gara-gara Tagar pada tayangan program Mata Najwa.

Tahapan pertama yakni mengidentifikasi tanda-tanda yang muncul ditayangan, tingkah laku, dan kegiatan dalam video tayangan dengan mengacu pada kerangka teori. Selanjutnya pada tahapan yang kedua, peneliti akan menginterpretasikan setiap tanda yang telah diidentifikasi dalam tayangan. Ketiga, memaknai tanda-tanda yang sudah diidentifikasi sebelumnya sehingga dapat ditarik kesimpulan.

H. Sistematika Pembahasan

Dalam sebuah penelitian diperlukan gambaran sistematika pembahasan untuk memperoleh gambaran tentang permasalahan pada penelitian ini. Dengan demikian diperlukannya sistematika pembahasan yang sistematis dengan menyajikan system per bab.

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini terdiri dari empat bab, dan dibagi menjadi tiga bagian, yaitu: persiapan penelitian, penelitian dan hasil penelitian, dan penutup.

Bab I akan dibahas mengenai pendahuluan, yang terdiri dari penegasan judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Pada Bab II akan dibahas mengenai gambaran umum Partai Keadilan Sejahtera, yang juga menjabarkan tentang program talkshow Mata Najwa di Trans 7 , serta profil partai tersebut sekaligus ketua umum dari Partai Keadilan Sejahtera.

Bagian penelitian dan hasil penelitian akan dijabarkan pada Bab III, yang berisi tentang hasil penelitian dan analisis data yang telah terkumpul, serta pembahasan terkait pembentukan Citra Politik Partai Keadilan Sejahtera Sebagai Partai Politik Islam dalam Tayangan Mata Najwa episode Gara-gara Tagar. Pada Bab III ini, terdapat tabel-tabel yang berisi tentang makna tanda, objek, dan interpretant citra politik Partai Keadilan Sejahtera yang terbangun dalam tayangan program Mata Najwa.

Pada Bab IV merupakan bab terakhir dan bab penutup. Isi dari bab penutup ini meliputi kesimpulan uraian yang telah dipaparkan dan saran sebagai masukan lebih lanjut setelah dilakukan penelitian.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan oleh penulis mengenai Citra Partai Keadilan Sejahtera Sebagai Partai Politik Islam Dalam Tayangan Mata Najwa Episode Gara-Gara Tagar, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

Citra politik Partai Keadilan Sejahtera berbentuk *public relation* politik, pemasaran politik, dan kampanye politik. Public relation yang dilakukan oleh Partai Keadilan Sejahtera ialah memberikan kepercayaan kepada publik melalui gerakan tagar 2019 ganti presiden. Partai keadilan sejahtera dalam iklan politiknya membuat sebuah video iklan yang mengkampanyekan Partai Keadilan Sejahtera (PKS) pada Pemilu 2019. Dalam menghadapi pemilu 2019 partai keadilan sejahtera menetapkan kampanye *door to door* secara umum.

Proses pembentukan citra seperti dalam Bab III meliputi stimulus rangsangan yang dapat diterima atau ditolak, persepsi, kognisi, sikap dan motif yang muncul pada tayangan Mata Najwa episode Gara-Gara Tagar adalah proses pembentukan citra Partai Keadilan Sejahtera sebagai Partai Politik Islam yang

menggunakan model semiotika charles sanders pierce yaitu *triangle meaning*.

Stimulus rangsangan dibagi menjadi 2 yaitu stimulus rangsangan yang dapat diterima dan ditolak. Stimulus rangsangan yang dapat diterima melalui model smiotika charles sanders pierce pada tabel 1 yaitu tanda sebuah gambar yang menggambarkan 2 objek yaitu ketua DPP PKS Mardani Ali Sera yang sedang tersenyum sambil menunduk dan menggenggam kedua tangannya sendiri dan najwa shihab selaku tuan rumah mata najwa yang sedang memberikan pertanyaan kepada Mardani Ali Sera selaku inisiator gerakan tagar 2019 ganti presiden. interpretannya mengacu pada tayangan Mardani Ali Sera memberikan jawaban yang dilontarkan dari Najwa Shihab kepadanya.

Stimulus rangsangan yang ditolak melalui model smeiotika Charles Sanders Pierce terdapat *representament* (tanda) pada tabel 2 yaitu potongan gambar yang menggambarkan objek Ali Mochtar Ngabalin selaku Tenaga Ahli Utama Kepala Staff Kepresidenan yang sedang memberikan argumentasi mengenai penolakannya terhadap penjelasan gerakan tagar 2019 ganti presiden yang dijelaskan oleh ketua DPP PKS Mardani Ali Sera. Interpretanya mengacu pada penjelasan Ali Mochtar Ngabalin selaku Tenaga Ahli Kepreseidenan Staff Kepala Ahli.

Persepsi melalui model semiotika Charles Sanders Pierce potongan gambar segmen 1 yang menggambarkan 2 objek yaitu Ketua DPP PKS Mardani Ali Sera yang sedang tersenyum sambil menunduk dan menggenggam kedua tangannya sendiri dan Najwa Shihab selaku tuan rumah Mata najwa yang sedang memberikan pertanyaan kepada Mardani Ali Sera selaku inisiator gerakan Tagar 2019 Ganti Presdien. Interpretannya mengacu pada tayangan Mardani Ali Sera memberikan jawaban yang dilontarkan dari Najwa Shihab kepadanya.

Kognisi melalui model semiotika Charles Sanders Pierce tanda yang menggambarkan Ketua DPP PKS Mardani Ali Sera sedang menunjukkan sebuah buku kepada publik dalam tayangan mata najwa episode Gara-Gara Tagar segmen 1. Objek pada tayangan ini yaitu DPP PKS Mardani Ali Sera sedang memperlihatkan buku hasil susunan oleh Tim Hukum dan Advokasi RGP #2019 yang berjudul #2019 GANTI PRESIDEN. Pada segmen pertama gambar keempat, interpretannya mengacu pada buku yang di perlihatkan kepada publik yang berjudul #2019 GANTI PRESIDEN. Masih pada tabel kognisi yang terdapat 3 tanda 2 gambar yang telah diambil oleh tim produksi mata najwa yang beredar disosial media. Gambar tersebut merupakan spanduk-spanduk yang dipasang di dua provinsi yaitu jawa barat dan juga kalimantan barat, Tidak diketahui lokasi kota secara detailnya. Objeknya mengacu pada 2 gambar spanduk yang ditayangkan di Mata Najwa dan 1 gambar ketua DPP PKS Mardani Ali Sera.

interpretannya mengacu pada spanduk yang bertuliskan "GANTI SISTEM DEKLARASI 2019 GANTI PRESIDEN JAWA BARAT dan KALBAR SAATNYA KHILAFAH DITEGAKKAN"

Motif melalui model semiotika Charles Sanders Pierce terdapat tanda yang menggambarkan 3 orang sedang mengangkat tangan kanan sambil digenggam dengan erat dan kompak, objeknya mengarah pada 3 orang yang berada dalam gambar sambil mengangkat tangan kanan dan dikepal yaitu ketua DPP PKS selaku inisiator gerakan tagar 2019 ganti presiden dan juga juru bicara HTI yaitu ismail yusanto. interpretanya mengacu pada deklarasi yang dilakukan oleh 3 orang yang berada pada video tersebut.

Sikap melalui model semiotika Charles Sanders Pierce Terdapat tanda yang menggambarkan Ketua DPP PKS sedang menunjuk salah satu penonton yang ada distudio. Objeknya mengarah kepada ketua DPP PKS Mardani Ali Sera pada segmen 4. Interpretannya mengacu pada klarifikasi ketua DPP PKS Mardani Ali Sera selaku inisiator gerakan tagar 2019 ganti presiden mengenai deklarasi gerakan 2019 ganti presiden bersama jubir HTI Ismail Yusanto.

Respon melalui model semiotika Charles Sanders Pierce tanda yang menggambarkan 2 orang yang sedang berpelukan dalam tayangan Mata Najwa episode Gara-Gar Tagar. Objeknya mengarah pada Mardani Ali Sera dan juga Ali Moechtar

Ngabalin yang sedang berpelukan diawal segmen ketujuh. Interpretanya mengacu pada ketua DPP PKS Mardani Ali selaku inisiator gerakan tagar 2019 ganti presiden dan juga Tenaga Ahli Utama Deputy IV Kepala Staf Presiden (KSP) Ali Mochtar Ngabalin melakukan aksi damai dengan berpelukan, walaupun keduanya berbeda pilihan politik pada pilpres 2019 mendatang.

B. Saran

Berikut merupakan beberapa saran penulis, sebagai pertimbangan setelah melakukan analisis dan menemukan hasil penelitian mengenai Citra Partai Keadilan Sejahtera Sebagai Partai Politik Islam dalam Tayangan Mata Najwa episode Gara-Gara Tagar tersebut diantaranya yakni :

1. Ditengah arus pro kontra tentang gerakan tagar 2019 ganti presiden, Partai Keadilan Sejahtera sebagai Partai Politik Islam harus bisa menjadi partai yang mencerminkan nilai-nilai islam sesuai dengan visi umum partai tersebut yaitu Sebagai partai dakwah penegakan dan kesejahteraan dalam bingkai persatuan umat dan bangsa.
2. Kepada masyarakat diharapkan agar tidak mudah terjebak dalam alur pemikiran yang dibuat oleh pihak media yang menayangkan. Sehingga masyarakat dapat semakin kritis dan selektif

terhadap kampanye melalui tayangan politik di media televisi.

C. **Penutup**

Alhamdulillah segala puji syukur kehaidrat Allah SWT penulis ucapkan, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya serta memberikan ketenangan jiwa dan kesabaran sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi ini yang berjudul **Citra Partai Keadilan Sejahtera Sebagai Partai Politik Islam Dalam Tayangan Mata Najwa Episode Gara-Gara Tagar** dengan baik. Penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Tidak lupa penulis ucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis maupun pembaca

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, Zainal Abidin. *Peta Islam Politik Pasca Soeharto*, Jakarta : Pustaka LP3ES, 2003.
- Anjarwati, Ulfa. *Pembentukan Citra Partai Politik Baru Melalui Media Sosial Studi Deskriptif Strategi Pembentukan Citra Partai Solidaritas Indonesia Melalui Fanpage Facebook*, (Yogyakarta : skripsi S1 Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2014).
- Arifin, Anwar. *Politik Pencitraan*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Al-Hamdi, Ridho *Partai Politik Islam : Teori Dan Praktek di Indonesia*, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2013
- Astuti, HD. *Perbandingan Respon Mahasiswa Konsentrasi Jurnalistik Dengan Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam (KPI) Terhadap Citra Politisi Wakil Angel Lelga Dalam Talkshow Mata Najwa* (Jakarta: Skripsi S1 Jurusan KPI Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, 2011).
- Basyir, Ach. *Ideologi Politik Dilematis Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Antara Gerakan Tarbiyah dan Pragmatisme*, (Yogyakarta, Jurnal UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2014
- Budiarjo, Miriam *Dasar-Dasar Ilmu Politik* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1998
- Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010
- Firmanzah. Ph. D, *Mengelola Partai Politik Komunikasi dan Positioning Ideologi Politik di Era Globalisasi*, Jakarta, Yayasan O bor Indonesia, 2008.
- Jamil, M. Baharuddin *Relasi Politik dan Dakwah PKS*, (Yogyakarta, Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2007
- Kompas, *Partai-Partai Politik Indonesia Ideologi dan Program 2004-2009*. Cet, ke-1 Jakarta: Kompas, 2004

- Kriyanto, Rachmat. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Muchtar, Khoiruddin. *Komunikasi Politik dan Pembentukan Citra Partai* Bandung: Jurnal Ilmu Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, 2016.
- Muis, Abdul. *Sistem Pengkaderan Partai Keadilan Sejahtera*, Yogyakarta, skripsi, fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga
- Nawiroh, Vera. *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2014.
- Noer, Deliar. *Gerakan Modern Islam Di Indonesia 1900-1942*, cetakan keempat, Jakarta: LP3ES, 1988.
- Nurussa'adah, Erfina. *Nilai Keterbukaan Ideologi Partai Islam Dalam Perspektif Komunikasi Politik*, (Yogyakarta, Jurnal Universitas Amikom Yogyakarta 2018
- Nurussa'adah, Erfina. *Analisis Wacana Kritis Pencitraan Parpol Islam Pada Skh Republika Dan Tempo Edisi Mei-Oktobre 2012*. (Yogyakarta : skripsi S1 Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2013).
- Rachmat, Kriyantono. *Teori Public Relatins Perspektif Barat dan Lokal Aplikasi Penelitian Dan Praktik*, Jakarta: Kencana, 2014.
- Rohmah, Isnaeni. *Pengaruh Akses Akun Instagram Alasantri Terhadap Persepsi Follower Tentang Citra Santri*. (Yogyakarta : skripsi S1 jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2013).
- Sobur, Alex. *Semiotika Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006.
- Tinarbuko, Sumbo. *Semiotika Komunikasi Visual*, Yogyakarta: Jalasutra, 2008.
- Wibowo, Indiwah SetoWahyu. *Semiotika Komunikasi*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013.
- <https://liputan6.com>. diakses pada tanggal 04 Juli 2019.

<https://nasional.kompas.com/read/2015/09/14/20103931/Ini.Susunan.Pengurus.DPP.PKS.Periode.2015-2020> Data susunan pengurus DPP PKS periode 2015-2020, nomor 5/SKEP/MSPKS/1436 H tentang penetapan struktur tingkat pusat PKS, diakses pada tanggal 11 April 2019.

<http://medan.tribunnews.com/2018/09/05/akhirnya-mata-najwa-angkat-tema-persekusi-neno-warisman-saat-ilc-batal-menayangkannya>. Di akses pada tanggal 24 januari 2019.

<https://www.trans7.co.id/programs/mata-najwa>, di akses pada tanggal 26 januari 2019

<https://news.okezone.com/read/2018/09/07/605/1947195/gerakan-2019gantipresiden-dianggap-bukan-untuk-kepentingan-pilpres>. Diakses pada tanggal 21 maret 2019

<https://nasional.kompas.com/read/2018/08/28/08065821/pro-kontra-gerakan-2019gantipresiden-dan-bagaimana-menyikapinya>. Diakses pada tanggal 21 maret 2019.

<https://katadata.co.id/berita/2018/09/06/survei-2019gantipresiden-genjot-elektabilitas-prabowo-sandi>. Diakses pada tanggal 21 maret 2019.

<https://www.mediaindonesia.com/web/trans7/diakses> pada tanggal 14 April 2019.

<https://demo.trans7.co.id/profil-perusahaan/> di akses pada tanggal 14 april 2019.

<https://seword.com/media/najwa-shihab-berlabuh-di-trans7-rkyO-6WXz>. Diakses pada tanggal 16 April 2019.

<https://www.biografiku.com/biografi-najwa-shihab-profil-presenter-mata-najwa/>, diakses pada tanggal 16 April 2019.

<https://www.grid.id/read/04177814/mata-najwa-tayang-perdana-setelah-vakumd-begini-kata-najwa-shihab?page=all>, diakses pada tanggal 16 April 2019.

<https://www.biografiku.com/biografi-najwa-shihab-profil-presenter-mata-najwa/>, diakses pada tanggal 16 April 2019.



SERTIFIKAT

diberikan kepada

M. Ardini Khairun Rijal

sebagai peserta dalam

Workshop Peningkatan Mutu dan Evaluasi
Pengelola PPTD Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta



Dekan

Dr. Hj. Nurjannah, M.Si

Ketua PPTD

Dra. Hj. Evi Septiani TH, M.Si

Senin, 3 Desember 2018



PUSAT PENGEMBANGAN
TEKNOLOGI DAKWAH

**PUSAT PENGEMBANGAN TEKNOLOGI DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
SUNAN KALIJAGA TELEVISI (SUKATV)**



SERTIFIKAT

No. 012/ID/SUKATV/XI/2018

Diberikan kepada

Muh. Ardini Khairun Rijal

Atas kontribusinya sebagai "Manajer Div. Sumber Daya Manusia (SDM)" dalam
kepengurusan SUKATV periode 2018.

Mengetahui,
Dekan FDK



Dr. Hj. Nurjanah, M.Si.

NIP. 19600310 198703 2 001

Yogyakarta, 18 November 2018

Ketua PPTD



Dra. Hj. Evi Septiani T. H., M.Si

NIP. 19640923 199203 2 001



PUSAT PENGEMBANGAN TEKNOLOGI DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
SUNAN KALIJAGA TELEVISI (SUKATV)



SERTIFIKAT

No. 004/PKD/SUKATV/XI/2018

Diberikan kepada

Muh. Ardini Khairun Rijal

Atas kontribusinya sebagai "Anggota Div. Kepelatihan" dalam Pelatihan
Kepemimpinan Dasar (PKD) 2016 di Bumi Perkemahan Tunas Wiguna Babarsari Yogyakarta.

Mengetahui,
Dekan FDK
Dr. Hj. Nurjanah, M.Si.



NIP. 19600310 198703 2 001



Ketua PPTD

Aris Risdiana, S.Sos.I., MM
NIP. 19820804 201101 1007

Yogyakarta, 18 November 2018
Ketua SUKATV 2016



M. Rifqi Sifaudin
NIM. 13210105



PUSAT PENGEMBANGAN
TEKNOLOGI DAKWAH

**PUSAT PENGEMBANGAN TEKNOLOGI DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
SUNAN KALIJAGA TELEVISI (SUKATV)**



SERTIFIKAT

No. 004/ANNIVE/SUKATV/XI/2018

Diberikan kepada

Muh. Ardini Khairun Rijal

Atas kontribusinya sebagai "Artistik" dalam Anniversary SUKATV ke-6
yang diselenggarakan pada tanggal 20 Mei 2017 di XT Square Yogyakarta.



Dr. Hj. Nurjanah, M.Si.
NIP. 19600310 198703 2 001



Ketua PPTD

Yogyakarta, 18 November 2018

Ketua SUKATV 2017



Aris Risdiana, S.Sos.I., MM
NIP. 19820804 201101 1007

Robby Ali Hasan
NIM. 14210092



PUSAT PENGEMBANGAN
TEKNOLOGI DAKWAH

**PUSAT PENGEMBANGAN TEKNOLOGI DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
SUNAN KALIJAGA TELEVISI (SUKATV)**



SERTIFIKAT

No. 003/WORKSHOP/SUKATV/XI/2018

Diberikan kepada

Muh. Ardini Khairun Rijal

Atas kontribusinya sebagai "Artistik" dalam Workshop Pengenalan
Produksi Televisi SUKATV 2016 yang diselenggarakan pada tanggal 24 September 2016
di Teatrikal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga.



Dr. Hj. Nurjanah, M.Si.

NIP. 19600310 198703 2 001



Ketua PPTD

Aris Risdiana, S/Sos.I.,MM

NIP. 19820804 201101 1007

Yogyakarta, 18 November 2018

Ketua SUKATV 2016

M. Rifqi Sifaudin

M. Rifqi Sifaudin

NIM. 13210105

Sertifikat

NO. PAN-OPAK UIN-SUKA.VIII.2015



opak2015

Diberikan kepada:

Muh. Ardini Khurun Rijal

Sebagai :

PESERTA

Orientasi Pengenalan Akademik Dan Kemahasiswaan
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Pada Tanggal 20-22 Agustus 2015

Mengetahui,

Wakil Rektor

Bid. Kemahasiswaan dan Kerjasama
UIN Sunan Kalijaga



Dr. Saifuddin Dzuhyatin, MA

NIP. 19630517 199003 2 002

Ketara Panitia

M. Maqbil Faiz

M. Maqbil Faiz

NIM. 13360019

Yogyakarta, 22 Agustus 2015

Nomor: UIN.02/R.3/PM.03.2/4397/2015



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA**

Sertifikat

diberikan kepada:

Nama : MUH ARDINI KHAIRUN RIJAL
NIM : 15210038
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Sebagai Peserta

atas keberhasilannya mengikuti seluruh kegiatan

SOSIALISASI PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI

Bagi Mahasiswa Baru UIN Sunan Kalijaga Tahun Akademik 2015/2016

Tanggal 24 s.d. 26 Agustus 2015 (24 jam pelajaran)

Yogyakarta, 1 September 2015
a.n. Rektor

Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama



Dr. Siti Rahaini Dzuhayatin, M.A.
NIP. 19630517 199003 2 002



MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS
STATE ISLAMIC UNIVERSITY SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
CENTER FOR LANGUAGE DEVELOPMENT

TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No: UIN.02/L4/PM.03.2/2.21.9.28/2019

This is to certify that:

Name : **Muh Ardini Khairun Rijal**
Date of Birth : **December 29, 1995**
Sex : **Male**

achieved the following scores on the Test of English Competence (TOEC)
held on **April 30, 2019** by Center for Language Development of State
Islamic University Sunan Kalijaga:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	40
Structure & Written Expression	41
Reading Comprehension	42
Total Score	410

Validity: 2 years since the certificate's issued



Yogyakarta, April 30, 2019
Director,

Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19680915 199803 1 005





شهادة اختبار كفاءة اللغة العربية

الرقم: UIN.02/L4/PM.03.2/6.21.14.2/2019

تشهد إدارة مركز التنمية اللغوية بأنّ

الاسم : Muh Ardini Khairun Rijal :

تاريخ الميلاد : ٢٩ ديسمبر ١٩٩٥

قد شارك في اختبار كفاءة اللغة العربية في ٢ مايو ٢٠١٩, وحصل على
درجة :

٤٧	فهم المسموع
٤٣	التركيب النحوية و التعبيرات الكتابية
٢٦	فهم المقروء
٣٨٧	مجموع الدرجات

هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

جوكجاكرتا, ٢ مايو ٢٠١٩

المدير



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.

، قم الته تلف : ١٩٦٨٠٩١٥١٩٩٨٠٣١٠٠٥





KEMENTERIAN KESEHATAN REPUBLIK INDONESIA
DIREKTORAT JENDERAL PELAYANAN KESEHATAN
RUMAH SAKIT UMUM PUSAT Dr. SARDJITO

Jln. Kesehatan, Sekip Yogyakarta 55284, Telp: (0274) 567333, 631190 (tunling) Faks: (0274) 565639, 520410
Pos-El : rukun_humas_rssardjito@yahoo.co.id, humas@sardjitohospital.co.id
Laman : www.sardjitohospital.co.id



Piagam Penghargaan

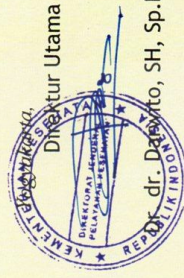
Diberikan kepada :

Muh. Ardini Khairun Rijal

Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga

Atas peran sertanya sebagai :

Tim Jurnalis Sardjito News di RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta
pada tanggal 16 Agustus s/d 31 Desember 2018





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
**LEMBAGA PENELITIAN DAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)**



SERTIFIKAT

Nomor: B-350.3/Un.02/L.3/PM.03.2/P3.600/10/2018

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) UIN Sunan Kalijaga memberikan sertifikat kepada:

Nama : Muh Ardini Khairun Rijal
Tempat, dan Tanggal Lahir : Lowu-lowu, 29 Desember 1995
Nomor Induk Mahasiswa : 15210038
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

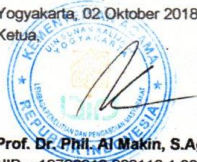
yang telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Integrasi-Interkoneksi Semester Pendek, Tahun Akademik 2017/2018 (Angkatan ke-96), di:

Lokasi : Jati, Gerbosari
Kecamatan : Samigaluh
Kabupaten/Kota : Kab. Kulonprogo
Propinsi : D.I. Yogyakarta

dari tanggal 04 Juli s.d. 31 Agustus 2018 dan dinyatakan LULUS dengan nilai 95,75 (A). Sertifikat ini diberikan sebagai bukti yang bersangkutan telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan status mata kuliah intra kurikuler dan sebagai syarat untuk dapat mengikuti ujian Munaqasyah Skripsi.



Yogyakarta, 02 Oktober 2018
Ketua,



Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A.
NIP. : 19720912 200112 1 002

CURRICULUM VITAE



A. DATA PRIBADI

Nama : Muh Ardini Khairun Rijal
Tempat/ Tgk Lahir : lowu-lowu, 29 desember 1995
Alamat : BauBau, Sulawesi Tenggara
Nama Ayah : Muh Ridwan
Nama Ibu : Hariani

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. TKN Pembina : 2000-2002
2. SDN 2 Bataragguru : 2002-2008
3. Ponpes Modern Al-syaikh Abdul Wahid : 2008-2014
4. UIN Sunan Kalijaga : 2015- sekarang

Yogyakarta, 19 Agustus 2019

Peneliti.