

**MEMBANGUN CITRA DIRI DALAM MEMPEROLEH
ELEKTABILITAS TINGGI**

(Studi Deskriptif pada Bakal Calon Pemimpin Daerah Kabupaten Sleman “Reno
Candra Sangaji”)



PROPOSAL SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

Gusti Hafizul Rifaldi L.M

16730091

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

2020

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Gusti Hafizul Rifaldi L.M

NIM : 16730091

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya yang berjudul **“MEMBANGUN CITRA DIRI DALAM MEMPEROLEH ELEKTABILITAS TINGGI”** ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil penelitian saya sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar diketahui oleh dosen pembimbing dan penguji.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, September 2020

Yang Menyatakan,



Gusti Hafizul Rifaldi L.M



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1059/Un.02/DSH/PP.00.9/11/2020

Tugas Akhir dengan judul : **MEMBANGUN CITRA DIRI DALAM MEMPEROLEH ELEKTABILITAS TINGGI (Studi Deskriptif pada Bakal Calon Pemimpin Daerah Kabupaten Sleman "Reno Candra Sangaji")**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : GUSTI HAFIZUL RIFALDI LIM MHARBINI
Nomor Induk Mahasiswa : 16730091
Telah diujikan pada : Selasa, 27 Oktober 2020
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Niken Puspitasari, S.IP., M.A.
SIGNED

Valid ID: 5fe03273e0eb9



Penguji I

Fatma Dian Pratiwi, S.Sos M. Si.
SIGNED

Valid ID: 5fe47ea1421ce



Penguji II

Lukman Nusa, M.I.Kom.
SIGNED

Valid ID: 5fe5ba0afbec



Yogyakarta, 27 Oktober 2020
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 5fe661211fe35

HALAMAN MOTTO

“Sebesar-besarnya jabatanmu di suatu perusahaan atau instansi, kamu tetaplah karyawan. Namun sekecil-kecilnya kamu dalam membangun usaha, kamu adalah bosnya.”

-Bob Sadino-



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah Hirabbil'alamin, berkat rahmat Allah yang Maha Kuasa serta ijinnya, penelitian ini dapat diselesaikan oleh saya selaku peneliti. Tidak lupa banyak dukungan dan do'a yang diberikan kepada saya dari kedua orang tua saya membuat saya dalam melakukan penelitian berjalan dengan lancar tanpa ada halangan apapun. Serta, berkat orang-orang terdekat yang telah membantu serta mendukung saya dalam melakukan penelitian membuat penelitian ini selesai dengan suka yang besar.

Penelitian yang saya teliti berjudul **“MEMBANGUN CITRA DIRI DALAM MEMPEROLEH ELEKTABILITAS TINGGI”** membuat saya selaku penulis mengambil tema citra yang berkaitan dengan dunia politik yang mana saya tidak lepas dengan kekurangan dan kesempurnaan ketika menjalankan penelitian dan mengerjakan hasil penelitian ini. Saya selaku peneliti membuka dengan lebar siapapun yang membaca penelitian ini untuk mengkritik, memberi saran, serta mempelajari dari kelebihan serta kekurangan dari penelitian ini.

Tidak lupa, saya mengucapkan banyak terimakasih kepada orang-orang yang telah berjasa dalam membantu dan mendukung besar penelitian ini yang pada akhirnya dapat membuat saya selaku penulis meraih gelar sarjana. Untuk itu saya ucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Mochammad Sodik, S.Sos Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga

2. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si., Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
3. Ibu Niken Puspitasari, S.IP., M.A selaku dosen pembimbing yang telah banyak membimbing dan mengarahkan dengan sabar terkait penelitian yang dilakukan oleh penulis
4. Ibu Fatma Dian Pratiwi, S.SOS., M.Si. selaku penguji 1 dalam penelitian ini
5. Ibu Dra. Marfu'ah Sri Sanityastuti, M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang banyak membimbing dari awal perkuliahan hingga saat ini.
6. Bapak Reno Candra Sangaji, S.IP. selaku subjek utama dalam penelitian ini yang telah banyak membantu dalam memberikan informasi terkait penelitian yang telah dikerjakan oleh penulis
7. Bapak Drs. Hifnie Thamrin selaku narasumber ke dua yang memberikan informasi serta Analisa tambahan bagi penelitian ini
8. Ir. Sudrajat Selorujito selaku narasumber triangulasi sumber bagi penelitian ini dan informasi serta Analisa yang banyak membantu bagi penelitian ini.
9. Sahabat-sahabat serta teman-teman dekat penulis yang banyak memberi masukan dan dukungan untuk terlaksananya penelitian ini dengan lancar.
10. Kedua orang tua penulis yang banyak mendukung untuk selesainya penelitian ini.

Hanya ucapan terimakasih serta do'a yang tidak lupa saya selaku penulis berikan kepada orang-orang di atas yang telah banyak berjasa terkait penelitian

yang penulis kerjakan. Semoga Allah SWT memberikan banyak kelimpahan kepada mereka semua. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, September 2020

Penulis,

Gusti Hafizul Rifaldi L.M



DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	2
SURAT PERNYATAAN TUGAS AKHIR	3
HALAMAN MOTTO	4
KATA PENGANTAR	5
DAFTAR ISI	8
DAFTAR GAMBAR	10
DAFTAR TABEL	11
ABSTRACT	12
BAB I	13
PENDAHULUAN	13
A. Latar Belakang	13
B. Rumusan Masalah	23
C. Tujuan Penelitian	23
D. Manfaat Penelitian	23
1. Manfaat Akademis	23
2. Manfaat Praktis	24
E. Tinjauan Pustaka	25
F. Landasan Teori	29
1. Komunikasi Politik	29
2. Citra Politik.....	30
3. Citra Diri.....	31
4. Membangun Citra.....	34
5. Elektabilitas	36
G. Kerangka Pemikiran	40
H. Metodologi Penelitian	41
BAB II	49
GAMBARAN UMUM	49
1. Sejarah	49
A. Sejarah Reno Candra Sangaji	49

B. Sejarah Desa Condongcatur	51
C. Instagram Reno Candra Sangaji @Reno1347	52
2. Visi dan Misi.....	53
A. Visi dan Misi Reno Candra Sangaji	53
3. Tagline.....	55
4. Alamat.....	56
BAB III.....	57
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Membangun Citra diri.....	60
A. Citra Politik Reno Candra Sangaji	72
B. Citra diri Reno Candra Sangaji.....	76
C. Elektabilitas	84
D. Analisis	93
BAB IV.....	96
PENUTUP	96
A. Kesimpulan.....	96
B. Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	99
Lampiran – lampiran.....	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Ir. Joko Widodo menemui massa aksi	15
Gambar 2 : Billboard/Banner Reno Candra Sangaji	18
Gambar 3 : Billboard/Banner Reno Candra Sangaji	19
Gambar 4 : Media sosial Reno Candra Sangaji	19
Gambar 5 : Media sosial Instagram Reno Candra Sangaji	20
Gambar 6 : Hasil polling bakal calon pemimpin daerah.....	21
Gambar 7 : Hasil polling bakal calon pemimpin daerah.....	22
Gambar 8 : Akun Instagram Reno Candra Sangaji..	Error! Bookmark not defined.
Gambar 9 : HUT Kabupaten Sleman oleh Reno di Instagram	Error! Bookmark not defined.
Gambar 10 : Billboard/Banner Reno Candra Sangaji	Error! Bookmark not defined.
Gambar 11 : Penyerahan penghargaan rekor MURI	Error! Bookmark not defined.
Gambar 12 : launching buku “Reno Candra Sangaji Pengayom masyarakat Condongcatur”	Error! Bookmark not defined.
Gambar 13 : Reno Candra Sangaji mengajar di FISIPOL UGM...	Error! Bookmark not defined.
Gambar 14 : Pengumuman KPU Kabupaten Sleman	Error! Bookmark not defined.
Gambar 15 : Penyerahan penghargaan rekor MURI	Error! Bookmark not defined.
Gambar 16 : Rapat Desa Condongcatur dengan BNN (Badan Narkotika Nasional)	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Table 1 : Tinjauan Pustaka.....	25
Table 2 : Daftar Narasumber.....	Error! Bookmark not defined.



ABSTRACT

This study had a purpose to determine how to build an image in society that has an impact on high self-electability for a person. in this case, Reno Candra Sangaji is the main subject in the research conducted by the author. Imagery or political imagery suddenly becomes a new thing therefore many case in Indonesia that rarely found.

This research discusses how the image is formed of a village head who dedicate himself to participate in competition in high level territory. That is a new phenomenom that many people may not be aware. It is rare for someone to form a self-image to have high electability in the world of politics.

The result of this research was building self-image in a person increases electability in the world of politics. and whether everything is related to self-image and electability.

Keywords : Self-Image, Politic-Image, Electability, Reno Candra Sangaji

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemilihan Kepala Daerah atau pilkada di Indonesia akan diselenggarakan dalam waktu dekat ini di beberapa daerah, tak terkecuali Kabupaten Sleman. Tahun ini merupakan tahun dari Bupati Sleman yang menjabat selama dua periode akan berakhir dan pemilihan tahun ini akan memunculkan Kepala daerah baru di Kabupaten Sleman. Terhitung sejak tahun 2010-2020 Bupati Sleman saat ini Drs. H. Sri Purnomo telah menjabat selama 2 periode, dengan demikian di tahun ini merupakan tahun persaingan untuk menentukan pemimpin baru di Kabupaten Sleman dengan orang yang berbeda. Banyak isu bermunculan dan kabar terkait siapa bakal calon pemimpin daerah dari Kabupaten Sleman untuk Periode 2020-2025 mendatang. Seperti halnya yang bisa kita lihat di awal tahun 2020 ini sudah banyak *billboard-billboard* atau *banner* di jalanan di Kabupaten Sleman dengan maksud mempromosikan ataupun mengenalkan sosok bakal calon pemimpin daerah di Kabupaten Sleman tahun 2020 ini.

Dalam dunia politik, membangun citra diri sangat diperlukan. Khususnya bagi seorang politikus yang akan terjun ke dunia politik. Politik dalam membangun citra diri dimulai oleh seseorang ketika memiliki jabatan dalam pemerintahan, baik dalam pemerintahan Desa hingga tingkat Pusat (Nasional). Contoh kasus, Presiden ke-7 Republik Indonesia yaitu Ir. Joko Widodo yang saat ini masih menjabat sebagai pimpinan tertinggi di negara Indonesia ini

membangun citra diri yang berawal dari memimpin Kota Solo sebagai Wali Kota Solo dari tahun 2005 hingga tahun 2010. Selama dua periode tersebut, Ir. Joko Widodo berhasil membangun citra dirinya yang diawali dari perkembangan yang pesat di Kota Solo baik secara pendidikan, pembangunan, hingga perekonomian selama masa kepemimpinannya. Terlebih ketika beliau menunjukkan mobil listrik karya siswa SMK saat itu viral dan bahkan beritanya booming di seluruh Indonesia. Oleh karena itu, citra yang terbentuk di dalam masyarakat mengenai Ir. Joko Widodo selaku Wali Kota Solo mendapatkan nilai positif di seluruh Indonesia.

Berawal dari itu lah awal perjalanan Ir. Joko Widodo membangun citra dirinya hingga memasuki ranah perpolitikan yang lebih tinggi. Ir. Joko Widodo dikenal sebagai personal yang sangat sederhana di mata masyarakat Indonesia, hal itu ditunjukkan dari cara bicara beliau yang khas dengan logat jawa nya dan pembawaan nya yang santai saat berkomunikasi maupun berdiskusi dengan masyarakat. Selain itu, beliau dikenal sebagai pemimpin yang tidak takut untuk terjun ke lapangan untuk bertemu secara langsung dengan masyarakat dan mendengarkan aspirasi-aspirasi dari masyarakat yang mengeluh atau memprotes pada suatu kebijakan. Contohnya, Ketika menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta pada tahun 2012 lalu, beliau tidak segan untuk menemui para pendemo secara langsung di kantor Gubernur DKI Jakarta saat pengusaha dan supir angkutan umum di DKI Jakarta menuntut kenaikan upah minimum Provinsi yang dinilai begitu kecil dengan penetapan UMR di tahun 2013.



Gambar 1 : Ir. Joko Widodo menemui massa aksi

Sumber : Dokumen pribadi dari Kompas.com

Mulai dari situ lah sosok Ir. Joko Widodo dikenal di masyarakat luas di Indonesia yang hingga saat ini menjabat sebagai Presiden Republik Indonesia dengan citra positif nya yang dibangun ketika menjabat di pemerintahan dengan tingkat yang lebih kecil hingga ke ranah yang lebih tinggi di kepemimpinan suatu negara. Begitu juga fenomena kali ini yang hampir “11 12” atau sama dalam membangun citra diri dari seorang Reno Candra Sangaji yang merupakan Kepala Desa dan dikabarkan mencalonkan diri menjadi bakal calon pemimpin daerah untuk ranah kepemimpinan di Kabupaten Sleman.

Info mengenai hangatnya Pemilihan Kepala Daerah di tahun 2020 sudah mulai hangat kabar dan isunya khususnya di Kabupaten Sleman. Media-media lokal yang ada di D.I Yogyakarta dan sekitarnya juga sudah mulai sering mengabarkan siapa bakal calon pemimpin di Kabupaten Sleman terkuat hingga isu-isu yang ada terkait berita mengenai politik yang akan terjadi di tahun 2020. Namun, beberapa media yang membeberkan siapa bakal calon Bupati Sleman

mendatang, ada juga media yang membuat Polling terkait nama-nama kuat untuk siapa bakal pemimpin daerah Kabupaten Sleman di 2020 ini.

Dari banyaknya *banner/billboard* dijalanan yang mungkin sering Kita lihat ada anak Politisi era Reformasi Amien Rais yaitu Mumtaz Raiz yang ikut mempromosikan diri untuk menjadi bakal Calon dari Partai Amanat Nasional (PAN) yang di dirikan oleh Ayah Kandung nya selaku Politisi lama. Selain itu ada juga seorang politisi dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) Supriyanto yang ikut juga mempromosikan diri melalui *billboard* maupun *banner* dijalanan. Info mengenai hangat nya pemilihan Bupati di Tahun 2020 sudah mulai hangat kabar dan isunya. Media-media lokal yang ada di Yogyakarta dan sekitarnya juga sudah mulai sering mengabarkan siapa bakal calon terkuat hingga isu-isu yang ada terkait berita mengenai politik yang akan terjadi di tahun 2020 di Kabupaten Sleman ini.

Dari data website KPU Sleman (<https://kab-sleman.kpu.go.id> diakses pada 18 November 2020 pukul 21.30) pada tahun 2015 saat pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Sleman yang mana tahun periode kedua bagi Drs. Sri Purnomo selaku Bupati Sleman dengan Pemilihan umum kepala daerah yang diselenggarakan pada tanggal 9 Desember 2015 untuk memilih Pemimpin Daerah Kabupaten Sleman periode 2016-2021 ini diikuti oleh Sri Purnomo yang diusung oleh Partai Amanat Nasional serta rival nya Yuni Satia Rahayu yang diusung oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan. Hasil itu dimenangkan Sri Purnomo dengan total perolehan suara 294.652 (56.66%) dari total suara 516.408.

Sumber : https://id.wikipedia.org/wiki/Pemilihan_umum_Bupati_Sleman_2015

Namun, hasil tetap siapa bakal calon pemimpin daerah Kabupaten Sleman baru akan diumumkan pada bulan Juni 2020 melalui KPUD (Komisi Pemilihan Umum Daerah) Kabupaten Sleman mengenai siapa Bakal Calon dan Wakil calon yang di usung melalui partai-partai koalisi yang bergabung dalam pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Sleman 2020. Dari informasi yang ramai diperbincangkan di media, ada hal yang menarik perhatian yaitu berita mengenai seorang Kepala Desa di Desa Condongcatur yaitu Reno Candra Sangaji yang dikabarkan mengikutsertakan diri dalam perpolitikan di Kabupaten Sleman. Beberapa kali Reno di sorot media mendatangi kantor DPD Partai Golkar di Kabupaten Sleman.

Melalui DetikNews.com dikabarkan bahwa Reno mengambil Formulir pendaftaran yang ada di Partai Golkar di Kabupaten Sleman. Saat ini kabar yang ada bahwa Partai Golkar berkoalisi dengan Partai NasDem dan Partai PPP untuk mengusung Calon dan Calon Wakil Bupati dari Partai Koalisi tersebut di Pilkada 2020. Dan isu yang berkembang di Media adalah Partai Koalisi tersebut akan Mengusung Sri Muslimatun (Wakil Bupati Sleman) sebagai Calon Bupati dan Reno Candra Sangaji (Kepala Desa Condongcatur) sebagai Calon Wakil Bupati pada Pemilihan Kepala Daerah Periode 2020-2025. Argumen tersebut diperkuat dengan berita Radar Jogja :

Satu per satu nama tokoh yang akan meramaikan bursa pemilihan kepala daerah (pilkada) Sleman mulai bermunculan. Yang terbaru, Reno Candra Sangaji. Nama kepala desa (kades) Condongcatur itu disebut-sebut bakal mengisi posisi calon wakil bupati (cawabup). Mendampingi Sri Muslimatun. Sinyalemen Reno bakal ikut meramaikan konstetasi pilkada yang digelar 2020 itu diperkuat dengan berbagai spanduk. Tidak sedikit spanduk yang menggambarkan citra Reno terpasang di beberapa sudut di wilayah

Condongcatur. Bahkan, salah satu spanduk di antaranya bertuliskan nada dukungan. Bunyinya, "Pak Reno Maju."

Sumber : Media Online Radar Jogja

(<https://radarjogja.jawapos.com/2019/08/19/reno-candra-berpotensi-jadi-cawabup/>)

Begitu juga jalanan yang ada di wilayah Kabupaten Sleman yang kini mulai di padati *banner/billboard* mengenai sosok Reno Candra Sangaji di berbagai persimpangan jalan maupun jalanan yang tergolong strategis. Beliau terlihat memberikan suatu branding diri terhadap sesuatu untuk di perlihatkan bagi masyarakat Kabupaten Sleman. Walau beliau belum membeberkan apakah dirinya terpilih kedalam partai koalisi Golkar, Reno sudah banyak memberikan gambaran akan dirinya terkait bakal calon pemimpin daerah Kabupaten Sleman 2020.



Gambar 2 : Billboard/Banner Reno Candra Sangaji



Gambar 3 : billboard/banner Reno Candra Sangaji

Sumber : dokumentasi pribadi

Selain itu, beliau juga menyantumkan kata “Sembodo 2020” dalam media promosi dirinya baik di *banner/billboard* di jalanan maupun unduhan foto dan video nya di akun Instagram pribadi milik Reno Candra Sangaji @Reno1347,



Gambar 4 : Media sosial Reno Candra Sangaji



Gambar 5 : Media sosial Instagram Reno Candra Sangaji

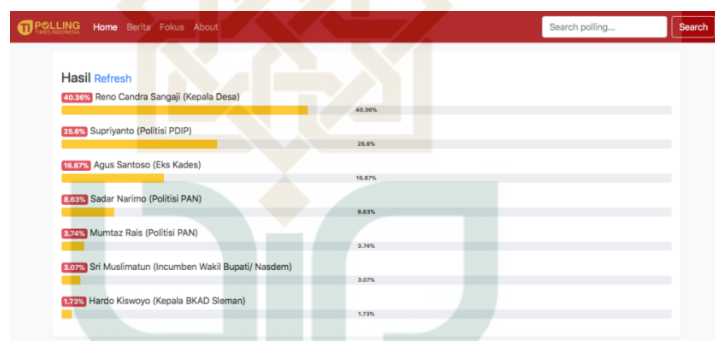
Sumber : Dokumentasi pribadi

terlihat jika beliau juga menggunakan #sembodo2020 serta #menujusleman_baru dalam artian bahwa di tahun 2020 ini Kabupaten Sleman akan memiliki Kepala Daerah yang baru. Dari spekulasi terkait, Reno Candra Sangaji sedang menunjukkan Elektabilitas nya ke hadapan publik terkait branding dirinya di Media Sosial serta media cetak Banner/Billboard yang ada di jalanan. Dengan demikian, isu yang beredar terkait bakal pemimpin daerah di tahun 2020 ini sudah tidak asing lagi bagi masyarakat Sleman khususnya masyarakat Desa Condongcatur.

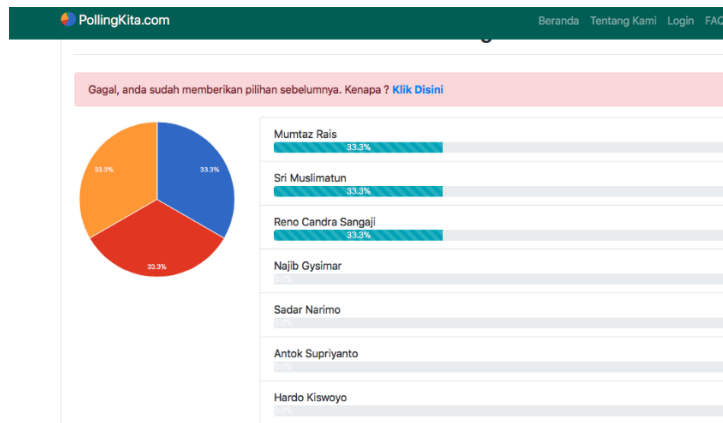
Hasil dari bukti dokumentasi pribadi diatas menunjukkan bahwa keterkaitan Reno Candra Sangaji dalam bakal calon pemimpin daerah Kabupaten Sleman semakin sulit dihindari walau hasil sesungguhnya baru akan di munculkan di bulan Juni oleh KPUD. Namun, melalui berbagai media yang di tunjukkan oleh Reno Candra Sangaji, beliau menunjukkan branding dan elektabilitas diri ke dalam perpolitikan bagi bakal pemimpin daerah Kabupaten Sleman 2020. Untuk tingkat Kepala Desa, hal tersebut merupakan kejadian yang jarang dimana tingkatan seorang Kepala Desa yaang berani meemberikan branding diri dalam

keterkaitannya di politik dengan wilayah yang lebih besar yaitu tingkat Kabupaten.

Di beberapa media online yang memberikan polling terkait bakal pemimpin daerah khususnya di Kabupaten Sleman seperti *pollingtimes.co.id* dan *pollingkita.com* nama Reno Candra Sangaji juga di ikutsertakan ke dalam survei yang dibuat oleh lembaga survey dari media online tersebut guna mengetahui siapa bakal calon terkuat pemimpin daerah yang akan dikaitkan dalam pemilihan pemimpin daerah Kabupaten Sleman 2020.



Gambar 6 : Hasil polling bakal calon pemimpin daerah
sumber :Dokumen Pribadi oleh *pollingtimes.co.id*



Gambar 7 : Hasil polling bakal calon pemimpin daerah

Sumber : Dokumen Pribadi dari PollingKita.com

Dari data diatas, Reno Candra Sangaji yang merupakan seorang Kepala Desa memberikan sinyal dalam keterkaitan dirinya pada bakal calon pemimpin daerah di Kabupaten Sleman 2020 ini. Namun akan menjadi pertanyaan dengan bagaimana seorang Reno Candra Sangaji yang memiliki tingkatan seorang Kepala Desa memiliki elektabilitas tinggi di masyarakat Sleman dan apakah Reno Candra Sangaji membangun citra diri terkait apa yang sudah beliau tunjukkan dan beberkan di berbagai media dalam keterkaitan nya di politik Kabupaten Sleman. Hal tersebut menjadi permasalahan yang menarik dimana seorang Kepala Desa yang mengikutsertakan dirinya bergabung ke dalam politik dengan ranah yang lebih tinggi yaitu wilayah Kabupaten, bukan mengambil tingkatan di atasnya yaitu pada tingkat Kecamatan Reno Candra Sangaji justru langsung naik ke ranah kepemimpinan di tingkat Kabupaten.

Bukan hal yang biasa seperti ini terjadi di Indonesia. Sebagai contoh yang sudah dijelaskan diatas, Presiden Indonesia saat ini Ir. Joko Widodo juga

mengalami hal serupa dimana pada awalnya beliau menjadi Wali Kota Solo beberapa waktu lalu dan naik menjadi Gubernur DKI Jakarta hingga saat ini mengemban periode ke-2 dalam menjadi Presiden Indonesia. Hal tersebut terjadi karena pembentukan Citra diri dalam Ir. Joko Widodo dan Elektabilitas tinggi yang dimilikinya membuat dirinya maju dan dipilih menjadi pemimpin dengan tingkatan yang lebih tinggi. Begitu juga dengan fenomena ini yang dikatakan serupa namun berbeda tingkatan dalam kepemimpinan di suatu daerah yaitu dari Kepala Desa menuju bakal calon Pemimpin di tingkat Kabupaten.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya yaitu Bagaimana seorang Reno Candra Sangaji yang merupakan Kepala Desa Condongcatur membangun citra diri dan memperoleh elektabilitas tinggi dengan keterkaitannya dalam bakal calon pemimpin Daerah Kabupaten Sleman Periode 2020?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui bagaimana seorang Reno Candra Sangaji membangun Citra dalam memperoleh elektabilitas diri yang tinggi untuk maju sebagai Bakal Calon Pemimpin daerah Kabupaten Sleman 2020.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan serta analisa baru terhadap perkembangan ilmu pengetahuan khususnya terhadap perkembangan Ilmu Komunikasi kedepannya. Serta, hasil yang akan didapat bias berguna untuk menambah referensi terkait Citra maupun Elektabilitas seperti Fenomena yang ada.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan elemen-elemen baru untuk penelitian selanjutnya sebagai pijakan awal dalam melakukan penelitian lapangan dengan bentuk deskriptif berupa kata-kata, visual, maupun objek informasi yang akurat demi menunjang penelitian yang lebih modern.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan bahan kajian maupun evaluasi informasi bagi civitas akademik maupun praktisi mengenai cara membangun Citra diri dalam memperoleh Elektabilitas tinggi dalam berbagai kajian Ilmu Komunikasi.

- a. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi calon peneliti selanjutnya sebagai referensi penelitian.
- b. Hasil penelitian ini dapat menjadi evaluasi bagi Reno Candra Sangaji maupun calon peneliti baru yang penelitiannya serupa dengan fenomena ini.

E. Tinjauan Pustaka

Table 1 : Tinjauan Pustaka

No	Nama	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Eka Adhy Wibowo	“Akuntabilitas Partai Politik dengan Elektabilitas Partai Politik: Studi Kasus pada Partai Politik Peserta Pemilu di Provinsi DIY 2014” Jurnal Vol 14. No. 1	Akuntabilitas Politik masih belum bias mendapatkan perhatian dari perpolitikan masyarakat khususnya masyarakat DIY dan Elektabilitas Partai Politik juga tidak bias dikatakan sebagai indikator suatu Partai untuk berkuasa di kalangan Masyarakat yang ada.	Membahas mengenai Elektabilitas dari suatu penelitian guna memberikan hasil seberapa besar hal yang di teliti terhadap elektabilitas tinggi dalam dunia Politik.	Tidak membahas Elektabilitas suatu Personal melainkan membahas Elektabilitas dari Partai Politik di wilayah D.I.Yogyakarta
2	Retno Budi Lestari	Membangun Citra Sebuah Kota dalam Persaingan Global melalui City Branding (Jurnal STIE	Dengan adanya era keterbukaan ekonomi, maka Indonesia dituntut meningkatkan kemampuan dalam	Meneliti hal “Membangun Citra” dalam penelitian dengan tujuan bagaimana Citra terbentuk dan	Objek dan Subjek Penelitian yang berbeda. Peneliti jurnal disini lebih

		MDP Vol 5 No. 2 Maret 2016)	menghadapi Persaingan Global melalui City Branding serta Membangun Citra dengan City Branding sangat penting karena mampu meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi.	membangun Citra melalui suatu objek dan subjek Penelitian dikalangan Umum.	meneliti subjek dan objek yang luas yaitu melalui City Branding yang dampaknya terhadap masyarakat Luas
3	Abdullah	Membangun Citra Partai Politik Masa Depan (Studi Deskriptif Strategi Humas Partai Persatuan Pembangunan Sleman DIY dalam Membangun Citra) (Skripsi Ilmu Komunikasi UIN SUKA 2011)	STrategi dari Partai PPP yang menilai sikap masyarakat (Public) agar terciptanya keserasian antara masyarakat dan kebijaksanaan organisasi Partai.	Meneliti tentang Membangun Citra dengan tujuan apakah citra terbangun melalui suatu elektabilitas ataupun melalui berbagai factor lainnya yang berhubungan langsung dengan masyarakat	Meneliti Partai Politik sebagai Objek dan Humas Partai Politik sebagai Subjeknya dalam melakukan Penelitian.

4	Rama Kertamukti	Instagram dalam pembentukan Citra. (Jurnal Vol. 08/No.01/April2 015)	Instagram sebagai pembentukan citra karena terpapar visual yang bertujuan untuk memberitahukan kepada publik	Sama-sama meneliti terkait fenomena pembentukan citra diri seseorang.	Meneliti Instagram sebagai objek terkait citra diri dari seorang pemimpin kepala Daerah.
---	-----------------	---	--	---	--

Tinjauan Pustaka pertama berasal dari Jurnal Eka Adhy Wibowo dengan judul “Akuntabilitas Partai Politik dengan Elektabilitas Partai Politik: Studi Kasus Pada Partai Politik Peserta Pemilu di Provinsi DIY 2014”. Dalam jurnal tersebut Adhy Wibowo melakukan penelitian yang bertujuan untuk melakukan eksplorasi mengenai hubungan antara akuntabilitas partai politik dengan elektabilitas partai politik. Penelitian tersebut juga memperoleh hasil bahwa akuntabilitas politik masih belum bias mendapatkan perhatian dari perpolitikan masyarakat khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta. Selain itu, elektabilitas Partai Politik juga tidak bisa dikatakan sebagai indikator suatu Partai untuk berkuasa di kalangan Masyarakat yang ada.

Yang kedua, Jurnal dari Retno Budi Lestari mengenai “Membangun Citra Sebuah Kota Dalam Persaingan Global Melalui City Branding” Persaingan antar kota yang semakin meningkat merupakan efek dari globalisasi. Sebuah kota harus memiliki strategi promosi untuk dapat menarik investor, pebisnis, wisatawan atau untuk meningkatkan kepuasan masyarakatnya. Pemasaran

tempat seperti city branding sangat penting untuk diimplementasikan dalam upaya meningkatkan daya saing kota dan negara.

Hasil dari penelitian milik Retno Budi Lestari adalah bahwa Dengan adanya era keterbukaan ekonomi, maka Indonesia dituntut meningkatkan kemampuan dalam menghadapi persaingan global. Daya saing sebuah bangsa turut ditentukan oleh potensi dan daya saing kota. Membangun potensi kota dengan city branding semakin penting karena daerah merupakan modal strategis. Membangun Citra dengan city branding sangat penting karena mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan meningkatkan kunjungan wisatawan dan investasi. Dengan begitu Citra dalam membranding suatu produk atau merek bagi perusahaan memiliki keuntungan tersendiri. Jika citra yang dibangun memiliki citra yang positif, otomatis dengan adanya branding yang ingin dimunculkan juga sangatlah mudah. Begitu juga Penelitian mengenai Membangun Citra terhadap Elektabilitas ini, kita dapat menelaah lebih lanjut apa kajian yang selanjutnya dapat di penuhi sebagai analisa-analisa baru mengenai Kajian Citra maupun Elektabilitas personal lainnya.

Kajian Pustaka yang ketiga adalah berasal dari Skripsi dari Abdullah dengan judul “Membangun Citra Partai Politik Massa Depan (Studi Deskriptif Strategi Humas Partai Persatuan Pembangunan Sleman DIY dalam membangun Citra)”. Dari hasil yang di teliti oleh Abdullah didapatkan hasil berupa Strategi Partai PPP yang menilai sikap masyarakat (public) agar terciptanya keserasian antara masyarakat dan kebijaksanaan organisasi Partai. Karena, mulai dari aktivitas,

program yang dijalankan, tujuan (goal) hingga sasaran (target) yang hendak dicapai oleh Strategi umas Partai Persatuan Pembangunan Sleman tidak terlepas dari dukungan, serta kepercayaan positif dari para publiknya. Sehingga, citra yang terbentuk di dalamnya setelah adanya hal tersebut bias dibidang terbentuk citra positif.

Kajian pustaka yang terakhir berasal dari Dosen Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga yaitu Rama Kertamukti dimana beliau meneliti dalam pembentukan personal karakter Gubernur DKI Jakarta saat itu yaitu Basuki Tjahja Purnama (Ahok) melalui akun Instagram nya @basukibtp.

F. Landasan Teori

1. Komunikasi Politik

Dalam komunikasi politik, terdapat dua buah konsep besar yakni konsep komunikasi dan konsep politik. Komunikasi diartikan sebagai proses penyampaian informasi antara pengirim kepada penerima melalui suatu media tertentu. Theodore M. Newcomb menjelaskan bahwa komunikasi ialah setiap tindakan yang dipandang sebagai proses transmisi informasi yang terdiri dari suatu rangsangan yang diskriminitif dari sumber informasi ke penerima informasi. Selanjutnya, Harold Lasswell dalam buku Cagara mendefinisikan konsep ilmu politik sebagai suatu ilmu yang berkaitan dengan kekuasaan. Menurut Dahlan (2016) komunikasi politik diartikan sebagai suatu disiplin ilmu yang menelaah perilaku dan aktivitas komunikasi yang bermuatan politik, memiliki akibat politik maupun memiliki pengaruh pada perilaku dan aktivitas

politik. Komunikasi politik ini bisa didefinisikan sebagai proses komunikasi yang memiliki akibat kepada tindakan yang bersifat politik. Dengan begitu komunikasi politik memiliki tujuan tertentu dalam setiap pelaku politik tersebut.

Secara umum, tujuan komunikasi politik adalah penyampaian pesan- pesan politik dalam sebuah sistem politik tertentu (Negara) oleh komunikator politik kepada komunikan politik. Namun, secara khusus para ilmuwan memberikan batasan yang eksplisit tentang tujuan komunikasi politik ini sebagai berikut:

2. Citra Politik

karena menurut Robert (1977), bahwa komunikasi tidak secara langsung menimbulkan pendapat dan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara khalayak mengorganisasikan citranya tentang lingkungan, citra (image) adalah gambaran seseorang (figure) yang tersusun melalui persepsi yang bermakna melalui kepercayaan, nilai dan pengharapan. Menurut Dan Nimmo, citra politik terjalin melalui pikiran dan perasaan secara subjektif yang akan memberikan penilaian dan pemahaman terhadap peristiwa politik tertentu.

Dalam fenomena ini, partai koalisi mengukung Reno Candra Sangaji selaku Kepala Desa Condongcatur demi kepentingan politik tertentu, begitu juga dengan Reno Candra Sangaji yang membangun citra diri dalam hal dan tujuan tertentu yaitu sebagai bakal calon pemimpin daerah Kabupaten Sleman.

3. Citra Diri

Menurut Mappiere (2010) terdapat kesamaan arti pada istilah self image (citra diri) maupun self concept. Kedua istilah ini menurut Mappiere (2010) menunjuk pada pandangan atau pengertian seseorang terhadap dirinya sendiri. Selain itu, Mappiere mengungkapkan bahwa hanya orang-orang yang menurut individu memiliki reaksi dan evaluasi yang penting yang dapat mempengaruhi konsepsi individu terhadap dirinya. Orang-orang penting tersebut antara lain, teman dekat, orang tua, anggota keluarga, serta guru. Sehingga dapat disimpulkan citra diri merupakan gambaran mengenai diri individu yang terlihat (dibayangkan) sendiri oleh individu, atau juga diri yang ingin dibayangkan oleh individu yang dapat dipengaruhi oleh orang lain. Brown (1998) mengungkapkan bahwa terdapat tiga aspek dalam pengetahuan akan diri sendiri yaitu:

- Dunia fisik (physical world)

Realitas fisik dapat memberikan suatu arti yang mana kita dapat belajar mengenai diri kita sendiri. Sumber pengetahuan dari dunia fisik memberikan pengetahuan diri sendiri. Akan tetapi pengetahuan dari dunia fisik terbatas pada atribut yang bisa diukur dengan yang mudah terlihat dan bersifat subjektif dan kurang bermakna jika tidak dibandingkan dengan individu lainnya.

- Dunia Sosial (social world)

Sumber masukan untuk mencapai pemahaman akan citra diri adalah masukan dari lingkungan sosial individu. Proses pencapaian pemahaman diri melalui lingkungan sosial tersebut ada dua macam, yaitu :

1. Perbandingan Sosial (social comparison)

Serupa dengan dunia fisik, dunia sosial juga membantu memberi gambaran diri melalui perbandingan dengan orang lain. Pada umumnya individu memang cenderung membandingkan dengan individu lain yang dianggap sama dengannya untuk memperoleh gambaran yang menurut mereka adil. Akan tetapi tidak jarang individu membandingkan dirinya dengan individu yang lebih baik (upward comparison) atau yang lebih buruk (downward comparison) sesuai dengan tujuan mereka masing-masing.

2. Penilaian yang tercerminkan (reflected appraisal)

Pengetahuan akan diri individu tercapai dengan cara melihat tanggapan orang lain terhadap perilaku individu. Misalnya jika individu melontarkan gurauan dan individu lain tertawa, hal tersebut dapat menjadi sumber untuk mengetahui bahwa individu adalah lucu.

- Dunia dalam/ psikologis (inner/ psychological world)

Terkait dengan sumber berupa penilaian dari dalam diri individu, terdapat tiga hal yang dapat mempengaruhi pencapaian pemahaman akan citra diri individu, yaitu:

1. Instrospeksi (introspection)

Introspeksi dilakukan agar individu melihat kepada dirinya untuk mencari hal-hal yang menunjang dirinya. Misalnya seseorang yang merasa dirinya pandai, bila berintrospeksi akan melihat berbagai kejadian dalam hidupnya, misalnya bagaimana dirinya menyelesaikan masalah, menjawab pertanyaan, dan sebagainya.

2. Proses mempersepsi diri (self perception process)

Proses ini memiliki kesamaan dengan intropeksi, namun bedanya adalah bahwa proses mempersepsi diri dilakukan dengan melihat kembali dan menyimpulkan seperti apa dirinya setelah mengingat-ingat ada tidaknya atribut yang dicarinya di dalam kejadian-kejadian di hidupnya. Sedangkan introspeksi dilakukan sebaliknya.

3. Atribusi kausal (causal attributions)

Cara ini dilakukan dengan mencari tahu alasan dibalik perilaku. Weiner (dalam Brown, 1998) mengatakan bahwa atribusi kausal adalah dimana individu menjawab pertanyaan mengapa dalam melakukan berbagai hal dalam hidupnya.

Atribusi kausal ini juga dapat dilakukan kepada perilaku orang lain yang berhubungan dengan individu. Dengan mengetahui apa alasan orang lain melakukan suatu perbuatan yang berhubungan dengan individu, sehingga individu tahu bagaimana gambaran diri sebenarnya. Atribusi yang dibuat mempengaruhi pandangan individu terhadap dirinya.

4. Membangun Citra

Citra yang baik dari suatu organisasi (baik korporasi maupun lokal), merupakan asset, karena citra mempunyai suatu dampak pada persepsi konsumen dari komunikasi dan operasi organisasi dalam berbagai hal. Gronroos (1990) yang dikutip dalam Sutisna (2001:332), mengidentifikasi terdapat empat peran citra bagi suatu organisasi. Yaitu :

1. Citra menceritakan harapan, bersama dengan kampanye pemasaran eksternal, seperti periklanan, penjualan pribadi dan komunikasi dari mulut ke mulut. Citra yang positif lebih memudahkan bagi organisasi untuk berkomunikasi secara efektif, dan membuat orang-orang lebih mudah mengerti dengan komunikasi dari mulut ke mulut.
2. Citra adalah sebagai penyaring yang mempengaruhi persepsi pada kegiatan perusahaan atau audiens nya. Kualitas teknis dan khususnya kualitas fungsional dilihat melalui saringan ini. Jika citra baik, maka citra menjadi pelindung.
3. Citra adalah fungsi dari pengalaman dan juga harapan konsumen. Ketika konsumen membangun harapan dan realitas pengalaman dalam bentuk kualitas pelayanan teknis dan fungsional, kualitas pelayanan yang dirasakan menghasilkan perubahan citra, citra akan mendapat penguatan dan bahkan meningkat.
4. Citra mempunyai pengaruh penting pada manajemen. Dengan kata lain, citra mempunyai dampak internal. Citra yang kurang nyata dan jelas mungkin akan mempengaruhi sikap karyawan terhadap organisasi yang mempekerjakannya.

Mengapa citra perusahaan perlu dikembangkan dan perlu mendapatkan perhatian khusus dari pihak manajemen terdapat 2 alasan:

- Perubahan lingkungan perusahaan yang begitu cepat menyebabkan citra yang telah ada saat ini tidak sesuai lagi. Hal ini terjadi karena ada konsumen menuntut produk dan pelayanan yang lebih tinggi, perusahaan melakukan diversifikasi, reorganisasi atau perusahaan mengalami kejadian buruk karena satu hal.
- Citra merupakan identitas yang bisa membedakan dari perusahaan lain dan juga dijadikan sebagai alat persaingan yang efektif terutama bagi perusahaan jasa. Hal ini terjadi karena situasi persaingan antar perusahaan yang telah menjadi tajam.

Masih menurut Sutisna (2001:334): jika citra negative, mungkin salah satunya disebabkan oleh pengalaman buruk konsumen. Dalam hal demikian, terdapat masalah berkenaan dengan kualitas teknis atau fungsional. Dalam situasi demikian, jika manajemen menggunakan biro iklan untuk merencanakan kampanye iklan dan menyampaikan pesan seperti perusahaan adalah berorientasi pada pelayanan, kesadaran konsumen, modern, atau apapun isinya, hal itu hanya akan menghasilkan bencana bagi organisasi.

Citra adalah realitas, begitu yang dikemukakan oleh Bernstein (1985) dalam Gronroos (1990) yang dikutip dalam Sutisna (2001:334). Oleh karena itu jika komunikasi pasar tidak cocok dengan realitas, secara normal realitas akan menang. Jika masalah citra adalah problem yang nyata, hanya tindakan nyata pulalah yang akan menolong. Masalah-masalah nyata yang berkaitan dengan

kinerja organisasi yaitu kualitas teknis atau fungsional yang sebenarnya menyebabkan masalah citra.

Tindakan internal yang memperbaiki kinerja organisasi dibutuhkan jika citra yang buruk ingin diperbaiki. Bahkan Buchari Alma (2000:316) menyatakan bahwa: "citra ini adalah kesan yang diperoleh sesuai dengan pengetahuan dan pemahaman seseorang tentang sesuatu. Citra terbentuk dari bagaimana perusahaan melaksanakan kegiatan operasionalnya, yang mempunyai landasan utama bagi segi layanan." Oleh sebab itu, untuk dapat menghasilkan citra/kesan positif dimata konsumen, maka hal yang harus diperbaiki dan ditingkatkan adalah dari segi kualitas pelayanan yang diberikan oleh sebuah organisasi atau perusahaan.

5. Elektabilitas

Elektabilitas adalah tingkat keterpilihan atau ketertarikan publik dalam memilih sesuatu, baik itu seorang figur, lembaga atau partai, maupun barang dan jasa dimana informasi tersebut didapatkan dari hasil berbagai survei. Menurut Dendy Sugiono (2008) arti elektabilitas ialah ketertarikan seseorang dalam memilih. Secara bahasa istilah elektabilitas ialah hasil serapan dari Bahasa Inggris yaitu "electability" yang artinya keterpilihan.

Orang yang memiliki elektabilitas tinggi adalah orang yang dikenal baik secara meluas dalam masyarakat. Ada orang baik, yang memiliki kinerja tinggi dalam bidang yang ada hubungannya dengan jabatan publik yang ingin dicapai, tapi karena tidak ada yang memperkenalkan menjadi tidak elektabel. Sebaliknya,

orang yang berprestasi tinggi dalam bidang yang tidak ada hubungannya dengan jabatan publik, boleh jadi mempunyai elektabilitas tinggi karena ada yang mempopulerkannya secara tepat.

Dalam masyarakat, sering diartikan, orang yang populer dianggap mempunyai elektabilitas yang tinggi. Sebaliknya, seorang yang mempunyai elektabilitas tinggi adalah orang yang populer. Popularitas dan elektabilitas tidak selalu berjalan seiring. Orang yang memiliki elektabilitas tinggi adalah orang yang dikenal baik secara meluas dalam masyarakat. Ada orang baik, yang memiliki kinerja tinggi dalam bidang yang ada hubungannya dengan jabatan publik yang ingin dicapai, tapi karena tidak ada yang memperkenalkan menjadi tidak elektabel. Sebaliknya, orang yang berprestasi tinggi dalam bidang yang tidak ada hubungannya dengan jabatan publik, boleh jadi mempunyai elektabilitas tinggi karena ada yang mempopulerkannya secara tepat. Serta pada umumnya untuk meningkatkan elektabilitas sebuah objek “barang, jasa, orang, lembaga” maka objek tersebut harus populer dan memenuhi kriteria keterpilihan dengan penjabaran melalui 4 hal ini :

1. Dikenal baik oleh masyarakat luas.

Selain memiliki Eksistensi tinggi, pasti seseorang memiliki sebab penyebab bagaimana orang tersebut dikenal luas dikalangan masyarakat. Namun, yang membedakan yaitu dua hal, apaka orang tersebut dikenal baik di masyarakat atauka orang tersebut dikenal negative di lapisan masyarakat. Dalam hal ini,

Dendy Sugiono (2008) menjelaskan jika salah satu kriteria dari objek tersebut harus populer dan memenuhi kriteria adalah dikenal baik oleh masyarakat luas.

2. Terbukti memiliki kinerja yang baik.

Tentu dalam membuktikan elektabilitas tinggi seseorang, dinilai dari kinerja orang tersebut. Apa yang sudah dihasilkan oleh orang tersebut untuk orang-orang disekitarnya, apakah orang tersebut merupakan figure yang baik dikalangan masyarakat sekitarnya? Jika hal tersebut dinilai memiliki peran penting dalam kinerja baik untuk sumbangsinya terhadap masyarakat.

3. Memiliki prestasi di bidang tertentu.

Seorang Public figure maupun politikus yang memiliki elektabilitas tinggi, biasanya memiliki prestasi yang bias dibanggakan baik secara Akademis maupun bidang non Akademis. Prestasi yang dihasilkan merupakan kelebihan orang tersebut dalam membangun dan memiliki elektabilitas tinggi dikalangan masyarakat.

4. Memiliki rekam jejak yang positif di bidangnya.

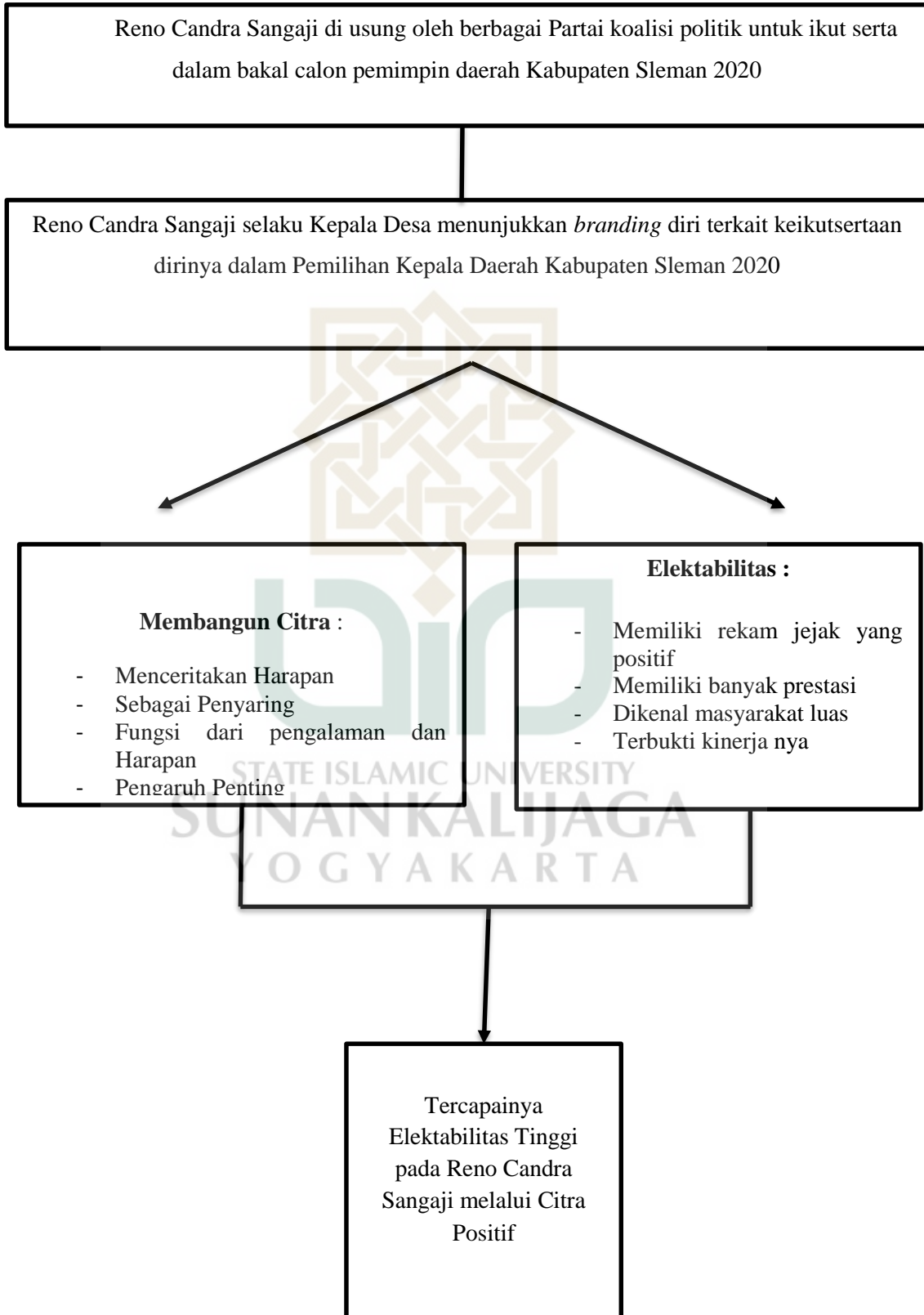
Jika seseorang mencerminkan hal positif dalam menjalankan pekerjaan ataupun hal-hal yang memiliki peran baik bagi dirinya dan orang-orang disekitarnya, akan memberikan citra positif bagi dirinya sendiri. Tak terkecuali hal yang satu ini, jam terbang seseorang dalam mengemban tugas maupun pekerjaannya, akan memiliki rekam jejak yang dapat dinilai oleh masyarakat

luas. Jika rekam jejak yang ditunjukkan berupa hal positif, hal tersebut dapat menjadi salah satu kriteria yang dikatakan sebagai elektabilitas.

Di masyarakat umum, seringkali elektabilitas disamakan dengan popularitas seseorang. Dalam hal ini, kedua istilah tersebut berhubungan namun memiliki pengertian yang berbeda. Popularitas adalah tingkat keterkenalan suatu objek (barang, jasa, seorang figur, dan lembaga) di mata masyarakat, sedangkan elektabilitas adalah tingkat keterpilihan objek yang dimaksud.

Artinya, seseorang yang populer di masyarakat belum tentu memiliki elektabilitas tinggi sehingga layak dipilih. Begitu pun sebaliknya, seseorang yang punya elektabilitas mungkin saja tidak dipilih karena tidak populer di mata masyarakat. Dalam bidang politik, popularitas seorang figur merupakan modal yang sangat penting untuk mendapatkan perhatian publik. Popularitas tersebut nantinya akan dapat mendongkrak elektabilitas figur tersebut dengan membangun pencitraan, baik secara langsung di masyarakat maupun melalui berbagai media massa. Menurut Corner dan Pels (Nimmo, 2009:8), figur yang bersih maupun figur yang bermasalah, keduanya secara substansial harus berupaya keras membangun citra politik mereka agar dapat meraih dukungan pemilih. Hal ini dikarenakan citra seseorang di masyarakat menjadi faktor yang menentukan dalam keberhasilan kegiatan kampanye politik yang berasal dari elektabilitas tinggi dalam diri.

G. Kerangka Pemikiran



H. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Deskriptif dengan Pendekatan Kualitatif. Pendekatan kualitatif dipilih karena berdasarkan Fenomena dan Konteks yang akan diteliti. Deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran maupun gejala-gejala atau realitas yang terjadi di lapangan saat melakukan penelitian. Metode ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling bukan populasi atau samplingnya sangat terbatas (Kriyantono, 2010:56)

Selain itu, penelitian ini menggunakan penelitian yang bersifat Deskriptif, dengan berarti penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan kata-kata, gambar/visual, dan fakta-fakta di lapangan berdasarkan hasil narasumber maupun sumber yang akan didapatkan. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, videotape, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya (Moleong, 2014: 11).

2. Subjek dan Objek Penelitian

Dalam penelitian ini yang dimaksud subjek penelitian, adalah orang, tempat, atau benda yang diamati dalam rangka pembumbutan sebagai sasaran (Kamus Bahasa Indonesia, 1989: 862). Adapun subjek penelitian dalam tulisan ini, adalah Bakal Calon/Calon Wakil Bupati Sleman 2020 Reno Candra Sangaji selaku Kepala

Desa Condongcatur yang akan Maju ke Pilkada (Pemilihan Kepala Daerah pada tahun 2020), Joko Indro Cahyono selaku Penulis Buku “Reno Candra Sangaji, S.IP Pengayom Masyarakat Condongcatur” yang mengerti detail dari kehidupan maupun data-data dari Reno Candra Sangaji selaku Subjek Utama.

Objek Penelitian adalah hal yang menjadi sasaran penelitian (Kamus Bahasa Indonesia; 1989: 622). Menurut (Supranto 2000: 21) objek penelitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi atau barang yang akan diteliti. Kemudian dipertegas (Anto Dayan 1986: 21), objek penelitian, adalah pokok persoalan yang hendak diteliti untuk mendapatkan data secara lebih terarah. Adapun Objek penelitian dalam tulisan ini merupakan bagaimana membangun Citra diri terhadap Elektabilitas tinggi dari personal diri seseorang yang menjadi Subjek Penelitian.

3. Metode Pengumpulan Data

a. Jenis Data

Banyaknya metode pengumpulan data yang bisa digunakan peneliti sebagai cara mempermudah melakukan penelitian. Namun, penelitian kali ini data akan dibagi menjadi dua yaitu data Primer dan data Sekunder :

1) Data primer akan diperoleh melalui observasi dengan melakukan wawancara kepada subyek dalam penelitian yaitu Calon Bupati/Calon wakil Bupati Reno Candra Sangaji yang menjabat selaku Kepala Desa Condongcatur.

2) Data Sekunder, yaitu sumber data yang diambil dari berbagai referensi tambahan berupa media online, maupun informasi yang diperlukan terkait penelitian ini seperti Joko Indro Cahyono, B. Sc., S.P, M.Pd selaku penulis buku “Reno Candra Sangaji, S.IP Pengayom Masyarakat Condongcatur”

b. Teknik Pengumpulan Data

1) Observasi

Observasi disini merupakan penelitian berdasarkan analisa yang ada dilapangan. Menurut Mitchell M.H (2013:13) Observasi adalah teknik yang dapat digunakan untuk mengurutkan judul dalam membuat keputusan dan kesimpulan tentang orang lain yang diamati, meskipun pengamatan ini tidak bisa berdiri sendiri, harus dilengkapi juga dengan penggunaan metode lain dari penilaian. Dalam hal ini, dilakukan berbagai observasi dengan contoh mengamati media pemberitaan yang berhubungan dengan kabar politik mengenai Pemilihan Bupati 2020 Kabupaten Sleman dan lalu mencatatnya sebagai bahan untuk mempermudah penelitian.

2) Wawancara

Wawancara secara mendalam adala proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab dengan bertatap muka antara

pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (guide) wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat didalam kehidupan social yang relative (Bungin, 2010: 108). Wawancara dilakukan dengan narasumber Reno Candra Sangaji selaku Kepala Daerah dan selaku Calon Bupati/Calon Wakil Bupati dalam pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Sleman 2020.

3) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan bukti visual ketika dilaksanakan suatu hal yang merupakan suatu kejadian. Dalam hal ini, dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data sekunder atau yang sering digunakan sebagai hasil data pelengkap maupun tambahan. Dengan melakukan wawancara dan bukti berupa hasil dokumentasi secara visual, penelitian ini teruji kepastiannya berkat adanya bukti dokumentasi.

4. Metode Analisis Data

Metode Analisis data yang digunakan peneliti adalah metode analisis data yang telah ditemukan oleh Miles dan Huberman, Yakni ada tiga proses yang telah dikemukakan (Djunaidi, Fauzan. 2012: 306-312) :

a. Reduksi Data

Reduksi data merujuk pada proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, abstraksi, dan pentransformasian “data mentah” yang terjadi dalam catatan-catatan

lapangan yang tertulis. Sebagaimana kita ketahui, reduksi data terjadi secara kontinu melalui kehidupan suatu proyek yang diorientasikan secara kualitatif. Faktanya, bahkan “sebelum” data secara aktual dikumpulkan. Sebagaimana pengumpulan data berproses, terdapat beberapa episode selanjutnya dari reduksi data (membuat rangkuman, pengodean, membuat tema-tema, membuat pemisah-pemisah, menulis memo-memo). Dan reduksi data/pentransformasian proses terus-menerus setelah kerja lapangan, hingga laporan akhir lengkap.

b. Model Data/Penyajian Data

Penyajian data adalah suatu kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun. Seperti yang disebutkan Emzir dengan melihat sebuah tayangan membantu kita memahami apa yang terjadi dan melakukan sesuatu analisis lanjutan atau tindakan yang didasarkan pada pemahaman tersebut. Bentuk penyajian data kualitatif :

- 1) Teks Naratif : berbetuk catatan lapangan;
- 2) Model tersebut mencakup berbagai jenis matrik, grafik, jaringan kerja, dan bagan. Semua dirancang untuk merakit informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu, bentuk yang praktis.

Pada umumnya teks tersebut terpencar-pencar, bagian demi bagian, tersusun kurang baik. Pada kondisi seperti itu peneliti mudah melakukan suatu kesalahan atau bertindak secara ceroboh dan sangat gegabah mengambil kesimpulan yang memihak, tersekat-sekat dan tidak berdasar. Kecenderungan kognitifnya adalah menyederhanakan informasi yang kompleks ke dalam kesatuan bentuk yang disederhanakan dan selektif atau konfigurasi yang mudah dipahami.

c. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi Kesimpulan

Langkah ketiga dari aktivitas analisis adalah penarikan dan verifikasi kesimpulan. Dari permulaan pengumpulan data, peneliti kualitatif mulai memutuskan apakah “makna” sesuatu., mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur kausal, dan proporsi-proporsi. Peneliti yang kompeten dapat menangani kesimpulan-kesimpulan ini secara jelas, memelihara kejujuran dan kecurigaan.

Kesimpulan “akhir” mungkin tidak akan terjadi hingga pengumpulan data selesai, tergantung pada ukuran korpus dari catatan lapangan, pengodean, penyimpanan, dan metode-metode perbaikan yang digunakan, pengalaman peneliti, dan tuntutan dari penyandang dana, tetapi kesimpulan sering digambarkan sejak awal, bahkan ketika seorang peneliti menyatakan telah memproses secara induktif.

5. Metode Keabsahan Data

Salah satu cara paling penting untuk menguji keabsahan data adalah dengan menggunakan triangulasi. Triangulasi dilakukan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan waktu. (Sugiyono, 2011: 274)

a. Triangulasi Sumber

Menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang diperoleh kemudian dideskripsikan

dan dikategorisasikan sesuai dengan apa yang diperoleh dari berbagai sumber tersebut. Peneliti akan melakukan pemilahan data yang sama dan data yang berbeda untuk dianalisis lebih lanjut.

b. Triangulasi Teknik

Pengujian ini dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda, misalnya dengan melakukan observasi, wawancara, atau dokumentasi. Apabila terdapat hasil yang berbeda maka peneliti melakukan konfirmasi kepada sumber data guna memperoleh data yang dianggap benar.

c. Triangulasi Waktu

Narasumber yang ditemui pada pertemuan awal dapat memberikan informasi yang berbeda pada pertemuan selanjutnya. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengecekan berulang-ulang agar ditemukan kepastian data yang lebih kredibel.

Dari tiga metode Triangulasi diatas, Peneliti akan menggunakan metode Triangulasi Sumber dengan tujuan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Selain itu, Triangulasi Sumber digunakan untuk menggali kebenaran informasi tertentu dengan menggunakan berbagai sumber data seperti dokumen, arsip, hasil wawancara, hasil observasi atau juga dengan mewawancarai lebih dari satu subjek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam membangun citra diri, Reno Candra Sangaji banyak memberikan prestasi-prestasi yang di tunjukkan ke masyarakat melalui berbagai acara-acara yang diselenggarakan oleh Desa Condongcatur serta memberikan banyak prestasi bagi Desa Condongcatur sebagai Kepala Desa nya. Selain itu Reno memberikan banyak media promosi iklan di media cetak serta media online akan diri nya seperti *billboard/banner* yang di pasang di berbagai jalanan di wilayah Kabupaten Sleman, serta memberikan banyak informasi ke media cetak maupun online seperti Radar Jogja, Harian Jogja terkait diri nya dalam ke ikutsertaan nya pada bakal calon pemimpin Kabupaten Sleman yang berdampak pada elektabilitas tinggi diri nya.

Namun, membangun citra diri dengan tujuan memperoleh elektabilitas tinggi dalam dunia politik yang dilakukan seseorang dan pada kasus ini yaitu Reno Candra Sangaji belum tentu meningkatkan elektabilitas tinggi diri. Karena elektabilitas yang merupakan keterpilihan di kalangan masyarakat dalam dunia politik di dapatkan melalui pengalaman diri dalam dunia politik. Semakin luas pengalaman dalam berpolitik membuat elektabilitas diri seseorang tinggi. Begitu juga dengan citra diri yang dibentuk seseorang dengan tujuan akhir berpolitik belum tentu bisa tercapai suatu elektabilitas tinggi yang dibangun dari citra diri. Seseorang yang sudah memiliki

pengalaman dalam dunia politik seperti menjabat sebagai anggota DPRD (Dewan Perwakilan Rakyat Daerah) akan lebih dikenal dari pada seorang yang menjabat sebagai Kepala Desa.

Dalam penelitian yang peneliti lakukan, Reno Candra Sangaji masih belum memperoleh elektabilitas tinggi dalam diri nya dari membangun citra diri di kalangan masyarakat Kabupaten Sleman. selain tidak di ikutsertakan ke dalam perpolitikan Kabupaten Sleman, elektabilitas Reno Candra Sangaji masih belum teruji karena kurangnya pengalaman dalam berpolitik khusus nya di wilayah Kabupaten Sleman. Partai politik pemegang kursi jabatan untuk mengusung siapa bakal calon nya memiliki hak dan pasti kriteria tersendiri demi mendapatkan atensi atau penerimaan di masyarakat demi memenangkan siapa calon yang akan di usung nya. Bukti kuat dalam hal ini jika Reno Candra Sangaji yang membangun citra diri belum mendapatkan elektabilitas tinggi dalam diri nya yang berdampak pada partai-partai politik yang tidak merekrut atau mengikutsertakan Reno ke dalam bursa bakal calon pemimpin di Kabupaten Sleman.

B. Saran

Berdasarkan analisis di atas dalam fenomena ini, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Reno Candra Sangaji

selaku subjek dalam penelitian ini yang merupakan seorang Kepala Desa Condongcatur yang mendedikasikan diri nya untuk ikut serta dalam bakal calon

pemimpin daerah Kabupaten Sleman, akan lebih baik jika dalam mengenalkan diri nya ke masyarakat terkait keikutsertaan bisa dilakukan secara berkala dan tidak terburu-buru karena baru pertama kali seorang Kepala Desa ikut serta dalam perpolitikan di tingkat Kabupaten. Sebaiknya, di periode selanjut nya bisa mengikutsertakan diri dan sepanjang periode berlangsung nya pemimpin daerah Kabupaten (Bupati) menjabat, Reno Candra Sangaji bisa membangun citra diri nya di tingkat yang lebih tinggi yaitu Kabupaten Sleman sehingga dapat terbentuk elektabilitas tinggi dalam diri nya yang berguna bagi diri nya dalam berpolitik.

2. Bagi Peneliti

Fenomena seperti ini selanjutnya, akan lebih baik jika menjalin hubungan dan berkomunikasi dengan subjek peneliti nya se intens mungkin, karena akan mempermudah dan mempercepat penelitian yang dilakukan jika seorang peneliti menjalin relasi yang baik dengan subjek peneliti nya yang berguna pada akhir nya jika akan melakukan interview atau wawancara terkait fenomena penelitian

DAFTAR PUSTAKA

- Moore, F. (2004). *HUMAS: Membangun Citra dengan Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Wasesa. (2005). *Strategy Public Relations: Bagaimana Strategy Public Relations Membangun Merek Global dan Membangun Citra*. Jakarta: Gramedia.
- Daymon, C. (2008). *Metode-metode Riset Kualitatif dalam Public Relations & Marketing Communications*. Yogyakarta: Bentang.
- Sugiyono. (2010). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Patilima, H. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Nova, F. (2011). *Crisis Public Relations: Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola ISU, Membangun Citra, dan Reputasi Perusahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Emzir. (2011). *Analisis Data: Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wibowo, E. A. (2018). Akuntabilitas partai politik dan elektabilitas partai politik: Studi kasus pada partai politik peserta pemilu di Propinsi Diy Tahun 2014. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 14(1), 31–40. Retrieved from <http://e-journalfb.ukdw.ac.id/index.php/jrak/article/view/297/277>
- Lestari, R. B. (2016). Membangun Citra Sebuah Kota Dalam Persaingan Global Melalui City Branding. *Jurnal Ilmiah STIE Multi Data Palembang*, 5(1), 68–79.
- Aula, W. (2014). "Elektabilitas Partai Kebangkitan dalam Pemilu Legislatif taun 2004-2014 di Kabupaten Madiun". UIN Sunan Kalijaga.
- Gunawan, I. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif : Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Askara.
- Kertamukti, R., Ilmu, D., Uin, K., & Kalijaga, S. (2015). *INSTAGRAM DAN PEMBENTUKAN CITRA (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam*

Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp), 08(01), 57–66.

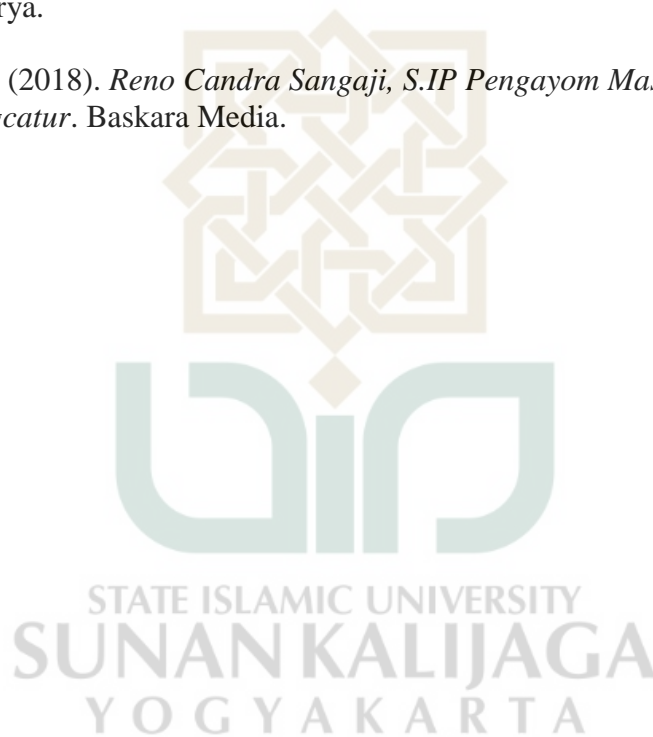
Analisis data Kualitatif. (n.d.).

Pengertian Citra. (n.d.).

Anwar, A. (2003). *Komunikasi Politik dan Pers Pancasila*. Jakarta: Media Sejahtera.

Nimmo, D. (2000). *Komunikasi Politik: Komunikator*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Cahyono, J. I. (2018). *Reno Candra Sangaji, S.IP Pengayom Masyarakat Condongcatur*. Baskara Media.



Lampiran – lampiran

A. Lampiran Dokumentasi

1. Narasumber Triangulasi (Ir. Sudrajat Selorujito)



2. Narasumber utama (Reno Candra Sangaji, S.IP)



3. Narasumber tambahan (Drs. Hifnie Thamrin)



4. Narasumber Masyarakat (Nanda Rosevianda & Ajeng Chandra D)





STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Curiculume Vitae

Nama Lengkap : Gusti Hafizul Rifaldi Lim Mharbini

Jenis Kelamin : Laki-laki

Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 13 Agustus 1997

Alamat : Jl. Turi 2 no. 6, Karangasem, Condongcatur, Depok,
Sleman, D.I.Yogyakarta

No. Telpon : 087888000625

Riwayat Pendidikan :

2004 – 2010 : SD N Perumnas Condongcatur

2010 – 2013 : SMP N 1 Depok Sleman

2013 – 2016 : SMA N 2 Ngaglik Sleman

2016 – 2020 : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Pengalaman Organisasi :

2012 – 2013 : Koordinator Div. Olahraga OSIS SMPN 1 Depok

2013 : Anggota Remaja Anti Narkoba Kab. Sleman

2017 : Koordinator Div. Perlengkapan Welcoming Expo

2018 : Koordinator Div. Bussiness and Development ADUIN
Fest Yogyakarta

2019 : Anggota Panitia Festival Media Komunitas

Pengalaman Kerja :

2015 – 2018 : Owner THE MEG E-Juice Liquid Vape

2018 : Owner Jagung Serut YK

2019 – sekarang : Direktur Utama Vast Transport/Lepaspenat.id

2019 – sekarang : Freelance Dokumentasi event

2020 – sekarang : Breeder Peacock Bass fish

