

KOMUNIKASI ARTIFAKTUAL PADA VIDEO DEKLARASI

ABDUL MUHAJMIN ISKANDAR



Oleh:

M. Ibnu Naufal Maskuri

NIM: 20202012025

TESIS

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
Diajukan kepada Program Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Magister Sosial

YOGYAKARTA

2023



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-182/Un.02/DD/PP.00.9/01/2023

Tugas Akhir dengan judul : Komunikasi Artifaktual pada Video Deklarasi Abdul Muhaimin Iskandar

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : M. IBNU NAUFAL MASKURI, S.Sos
Nomor Induk Mahasiswa : 20202012025
Telah diujikan pada : Jumat, 20 Januari 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Valid ID: 63c7a72ba051

Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.
SIGNED



Valid ID: 63d1dac5b7cc0

Penguji II

Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil.
SIGNED



Valid ID: 63d0f1e5b6c7b

Penguji III

Dr. Pajar Hatma Indra Jaya, S.Sos., M.Si.
SIGNED



Valid ID: 63d1dec6f1b83

Yogyakarta, 20 Januari 2023
UTN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Ibnu Naufal Masukuri
NIM : 20202012025
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika dikemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya saya sendiri, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 10 Januari 2022

Saya yang menyatakan,



M. Ibnu Naufal Masukuri

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Ibnu Naufal Masukuri
NIM : 20202012025
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

menyatakan bahwa tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika dikemudian hari terbukti bahwa terdapat **plagiarisme** di dalam naskah tesis ini, maka saya siap ditundak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 10 Januari 2023

Saya yang menyatakan,



M. Ibnu Naufal Masukuri
NIM: 20202012025

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,
Ketua Program Studi Magister
Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Assalamu 'alaikum wr.wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

**KOMUNIKASI ARTIFAKTUAL PADA VIDEO DEKLARASI ABDUL
, MUHAIMIN ISKANDAR**

Oleh

Nama : M. Ibnu Naufal Masukuri, S.Sos
NIM : 20202012025
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Sosial.

Wassalamu 'alaikum wr.wb.

Yogyakarta, 10 Januari 2023
Pembimbing



Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.
NIP. 196612091994031004

ABSTRAK

Abdul Muhaimin Iskandar dihadapkan dengan terpaan isu yang sebenarnya telah lama muncul ke permukaan jauh hari sebelumnya, sehingga menjadi perhatian bagi masyarakat Indonesia itu sendiri. Terpaan isu mengenai korupsi kardus durian sehingga hashtag atau tagar #capreskardusduren mendadak viral di media social twitter, merosot drastis perolehan suara PKB dipemilu 2009 sehingga anjlok menduduki urutan ketujuh, serta juga memanasnya perseteruan terkait kurangnya etika Abdul Muhaimin Iskandar kepada Alm Gus Dur yang memanas setelah dipaparkan oleh Zannuba Arrifah Chafsoh Wahid atau yang dikenal dengan Yenny Wahid, Putri Alm Gus Dur. Dari adanya tantangan tersebut tentu bukan langkah yang mudah bagi Abdul Muhaimin Iskandar untuk berhasil memenangkan pilpres ditahun 2024 mendatang. Pada video deklarasi abdul muhaimin iskandar peran pesan nonverbal yang digunakan mempunyai peran signifikan guna mendukung pesan-pesan verbal yang disampaikan kepada masyarakat indonesia, baik menyangkut visi dan misi, maupun program kerja untuk melawan propaganda yang dilancarkan lawan politiknya.

Penelitian tesis ini terdapat 2 rumusan masalah, yaitu: 1. Apa saja bentuk-bentuk komunikasi artifaktual yang digunakan Abdul Muhaimin Iskandar pada video deklarasinya, 2. Bagaimana Abdul Muhaimin Iskandar menkonstruksikan citra positif kedalam komunikasi artifaktual pada video deklarasinya. Dalam mendalami penelitian tesis ini, peneliti menggunakan metode berupa metode kualitatif bersifat deskriptif dengan jenis penelitian menggunakan analisis semiotika Ferdinand De Saussure yang terdiri dari dua komponen penanda dan petanda. Selain menggunakan analisis semiotika, peneliti juga melakukan riset untuk mengkaji apa saja bentuk komunikasi artifaktual yang digunakan oleh Abdul Muhaimin Iskandar pada video deklarasinya menggunakan pendekatan komunikasi artifaktual. Sedangkan langkah penelitian sebagai berikut: menentukan metode penelitian, mengumpulkan data, dan menganalisis data untuk memperoleh hasil penelitian. Hasil penelitian tesis ini menunjukkan bahwa Abdul Muhaimin Iskandar menggunakan komunikasi artifaktual yang ia gunakan berbentuk practically sehingga menghasilkan dimensi informasi mengenai emosi, tingkah laku dan differensiasi, sedangkan untuk menkonstruksikan citra positif kedalam komunikasi artifaktual Abdul Muhaimin Iskandar menggunakan kategori low fashion.

Kata Kunci: Abdul Muhaimin Iskandar, Deklarasi, Komunikasi Artifaktual

ABSTRACT

Abdul Muhaimin Iskandar was faced with exposure to an issue that actually had surfaced long ago, so that it became a concern for the Indonesian people themselves. Exposure to the issue of corruption in durian cartons so that the hashtag #capreskardusduren suddenly went viral on social media Twitter, PKB's vote share dropped drastically in the 2009 election so that it dropped to seventh place, and also heated up the feud regarding Abdul Muhaimin Iskandar's lack of ethics to the late Gus Dur which heated up after being exposed by Zannuba Arrifah Chafsoh Wahid or known as Yenny Wahid, daughter of the late Gus Dur. From these challenges, it is certainly not an easy step for Abdul Muhaimin Iskandar to win the presidential election in 2024. In Abdul Muhaimin Iskandar's declaration video, the role of nonverbal messages used has a significant role in supporting verbal messages conveyed to Indonesian people, both regarding vision and mission, as well as work programs to fight propaganda launched by his political opponents.

In this thesis research, there are 2 problem formulations, namely: 1. What are the forms of artifactual communication used by Abdul Muhaimin Iskandar in his declaration video, 2. How does Abdul Muhaimin Iskandar construct positive images into artifactual communication in his declaration video. In exploring this thesis research, researchers used a method in the form of a descriptive qualitative method with the type of research using Ferdinand De Saussure's semiotic analysis which consists of two components of the signifier and the signified. Apart from using semiotic analysis, the researcher also conducted research to examine what forms of artifactual communication were used by Abdul Muhaimin Iskandar in his video declaration using an artifactual communication approach. While the research steps are as follows: determine research methods, collect data, and analyze data to obtain research results. The results of this thesis research show that Abdul Muhaimin Iskandar uses artifactual communication which he uses in a practical form so as to produce dimensions of information about emotions, behavior and differentiation, while to construct positive images into artifactual communication Abdul Muhaimin Iskandar uses the low fashion category.

Keywords: Abdul Muhaimin Iskandar, Artifactual Communication, Declaration

MOTTO

"Warna terbaik di seluruh dunia adalah yang terlihat bagus untukmu."

- *Coco Chanel*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

KARYA PENELITIAN INI SAYA PERSEMBAHKAN KEPADA:

Bunda tercinta Sulasita

Ayahanda Maskuri

Adik saya Taqiya Dita Maskuri

Keluarga Besar

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya selalu kepada hambanya. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan tesis ini dengan baik yang berjudul Komunikasi Artifaktual Pada Video Deklarasi Abdul Muhaimin Iskandar. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada nabi Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umat Islam dari kegelapan menuju jalan yang terang benderang yakni Addinul Islam.

Tesis ini disusun agar memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister (S2) Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Peneliti menyadari sepenuhnya tanpa bantuan, bimbingan, doa, dan dorongan dari berbagai pihak, penulisan tesis ini tidak akan terselesaikan. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, M.A selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan lanjutan di Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
2. Ibu Prof. Dr. Hj Marhumah, M.Pd sebagai Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

3. Bapak Dr. Hamdan Daulay, M. Si., M.A sebagai Ketua Prodi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, sekaligus sebagai Dosen Pembimbing Tesis yang telah sabar memberikan arahan, kritik dan saran selama penuntasan tesis ini.
4. Bapak Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil sebagai Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan masukan dan tentunya juga arahan dalam penyusunan tesis ini.
5. Para Dosen dan Civitas akademik program magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan limpahan ilmu pengetahuan.
6. Kedua orang tua Ayahanda Maskuri dan Ibunda Sulasita, yang senantiasa memberikan doa dan restunya, serta selalu memberikan versi terbaik dan menjadi sumber kekuatan untuk selalu tersenyum.
7. Adik-ku Taqiya Dita Maskuri yang selalu memberikan *support* dan selalu bangga dengan Abangnya yang luar biasa.
8. Terakhir, terima kasih untuk diri-ku sendiri M. Ibnu Naufal Maskuri atas kesediaannya untuk terus bertahan dan berusaha sampai sejauh ini.

Kepada mereka semua, peneliti tidak bisa memberikan balasan apapun hanya ucapan terimakasih dan permohonan maaf, semoga menjadi amal sholeh untuk mereka serta mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan dan penelitian ini masih membutuhkan penyempurnaan dari berbagai sisi, baik dari segi isi maupun pemakaian kalimat dan kata-kata yang tepat. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan

saran dan kritik yang membangun untuk kesempurnaan penelitian ini, dan untuk penelitian selanjutnya dimasa yang akan datang.

Akhir kata peneliti berharap agar penelitian ini memberikan manfaat bagi peneliti khususnya dan pembaca lain umumnya. Semoga semua bantuan, dorongan dan bimbingan yang telah diberikan akan mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT, Aamiin.

Yogyakarta, 10 Januari 2023



M. Ibnu Naufal Masukuri

NIM: 20202012025

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
MOTTO.....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Kajian Pustaka	7
E. Kerangka Teori	13
1. Komunikasi Artifaktual.....	14
2. Kategori Komunikasi Artifaktual	19
3. Dimensi Informasi Komunikasi Artifaktual	20
4. Komunikasi Artifaktual Sebagai Simbol Agama.....	23
5. Komunikasi Artifaktual Sebagai Simbol Dalam Dunia Politik Sebagai komunikator	24
6. Deklarasi	28
7. Semiotika Ferdinand De Saussure	32

F.	Metode Penelitian	33
1.	Jenis Penelitian	33
2.	Fokus Penelitian	34
3.	Subjek dan Objek Penelitian	34
4.	Pendekatan Penelitian	35
5.	Sumber Data	36
6.	Teknik Pengumpulan Data	36
G.	Sistematika Pembahasan	38
BAB II		39
A.	Biografi Abdul Muhaimin Iskandar	39
B.	Jenjang Pendidikan Abdul Muhaimin Iskandar	41
C.	Abdul Muhaimin Iskandar dan Partai Kebangkitan Bangsa (PKB)	41
D.	Perjuangan Politik Abdul Muhaimin Iskandar	43
E.	Channel YouTube Abdul Muhaimin Iskandar	45
1.	Perjalanan YouTube Abdul Muhaimin Iskandar	45
2.	Program Deklarasi Abdul Muhaimin Iskandar THE NEXT 2024	47
BAB III		66
A.	BENTUK KOMUNIKASI ARTIFAKTUAL PADA VIDEO DEKLARASI ABDUL MUHAIMIN ISKANDAR	69
1.	Bentuk Komunikasi Artifaktual Pada Video Deklarasi Abdul Muhaimin Iskandar Versi 1	69
2.	Bentuk Komunikasi Artifaktual Pada Video Deklarasi Abdul Muhaimin Iskandar Versi 2	77
3.	Bentuk Komunikasi Artifaktual Pada Video Deklarasi Abdul Muhaimin Iskandar Versi 3	89
B.	ANALISIS MAKNA DAN TANDA SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE MENGENAI CITRA POSITIF ABDUL MUHAIMIN ISKANDAR KEDALAM KOMUNIKASI ARTIFAKTUAL	97
1.	Citra Positif Abdul Muhaimin Iskandar Dalam Komunikasi Artifaktual Pada Video Deklarasi Versi 1	97
2.	Citra Positif Abdul Muhaimin Iskandar Dalam Komunikasi Artifaktual Pada Video Deklarasi Versi 2	103
3.	Citra Positif Abdul Muhaimin Iskandar Dalam Komunikasi Artifaktual Pada Video Deklarasi Versi 3	109

BAB IV	115
A. KESIMPULAN	115
B. SARAN	116
DAFTAR PUSTAKA	118



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Konten Video Deklarasi yang Dianalisis.....	37
Tabel 3.1 Penanda dan petanda citra positif komunikasi artifaktual Abdul Muhaimin Iskandar Versi 1	102
Tabel 3.2 Penanda dan petanda citra positif komunikasi artifaktual Abdul Muhaimin Iskandar	108
Tabel 3.3 Penanda dan petanda citra positif komunikasi artifaktual Abdul Muhaimin Iskandar	113

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Abdul Muhaimin Iskandar	40
Gambar 2.2 Dasbor Statistik YouTube Muhaimi Iskandar	45
Gambar 2.3 Tonggak Sejarah Subscribers Muhaimin Iskandar	46
Gambar 2.4 [Live] Gus Muhaimin Festival Pekalongan The Next 2024.....	47
Gambar 2.5 Gus Muhaimin Festival The Next 2024	57
Gambar 2.6 Gus Muhaimin Fest The Next 2024.....	61
Gambar 3.1 Artifaktual Abdul Muhaimin Iskandar Versi 1	69
Gambar 3.2 Artifaktual Abdul Muhaimin Iskandar Versi 2	77
Gambar 3.3 Aksi Crowd Surfing Abdul Muhaimin Iskandar	84
Gambar 3.4 Abdul Muhaimin Iskandar Menabuh Drum.....	84
Gambar 3.5 Artifaktual Abdul Muhaimin Iskandar Versi 3	89
Gambar 3.6 Abdul Muhaimin Iskandar Selfi Bersama Masyarakat.....	95
Gambar 3.7 Artifaktual Abdul Muhaimin Iskandar mengenakan kemeja berwarna pink dan trucker jacket berwarna hitam	101
Gambar 3.8 Abdul Muhaimin Iskandar menggunakan alas kaki sneakers berwarna putih	102
Gambar 3.9 Abdul Muhaimin Iskandar mengenakan kaos berwarna putih dan rompi berwarna coklat.....	106
Gambar 3.10 Abdul Muhaimin Iskandar mengenakan celana chinos berwarna khaki dan sneakers berwarna putih	108

Gambar 3.11 Abdul Muhaimin Iskandar mengenakan kaos berwarna putih, snapback berwarna hitam, dan trucker jacket berwarna hitam disertai karikatur Indonesia113



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi artifaktual adalah komunikasi nonverbal berupa penampilan seseorang yang dihasilkan dengan menggunakan aksesoris seperti pakaian, sepatu dan seterusnya. Hal ini digunakan beberapa orang untuk menyampaikan pesan. Bisa dalam arti pesan baik ataupun sebaliknya pesan yang buruk. Dengan menggunakan konsep komunikasi artifaktual berpenampilan akan menjadi sebuah tanda untuk menunjukkan siapa diri kita dan nilai budaya apa yang melekat serta kita anut. Oleh sebab itu komunikasi artifaktual tidak lagi dipandang sebagai sesuatu yang dianggap biasa dan tidak memihak.

Pemilu secara umum telah menjadi fenomena yang mendunia. Pemilu adalah cara terbaik untuk memastikan transisi kekuasaan yang damai baik di negara maju maupun negara berkembang. Dengan diadakannya pemilu rakyat dapat memilih sesuai keinginannya secara langsung siapa yang akan menjadi perwakilan yang nantinya akan menjadi penyalur aspirasi atau kehendak yang kemudian bisa berprogress menentukan masa depan sebuah negara. Sangat penting bagi seorang kandidat untuk memiliki citra diri yang baik selama pemilu itu berlangsung.

Citra merupakan komponen penting dari strategi politik. Pentingnya arti citra sudah tidak diragukan lagi karena kita mengenal individu lain melalui citra yang diciptakan atau dibangun orang tersebut. Media merupakan aspek yang paling signifikan dalam menghasilkan sebuah citra atau *membranding image*.

Penguasaan media sangat penting untuk membentuk citra seseorang, banyak individu telah diangkat oleh media melalui politik pencitraan. Di sisi lain menguasai media merupakan usaha yang mahal artinya tidak memakan biaya yang terbilang sedikit. Satu tempat *space* iklan *billboard* mungkin berharga ratusan juta, belum lagi pemilihan lokasi letak *billboard* yang salah bukan ditempat yang ramai. Akibatnya, kandidat dengan anggaran minim tidak memprioritaskan pada penciptaan image. Mereka lebih memilih kampanye langsung yang menjangkau sebanyak mungkin orang, dan juga sebaliknya.

Seorang kandidat tidak harus menggunakan strategi persuasif klasik untuk membangun citra positif dan identitas diri di arena ajang pemilu. Persuasif klasik adalah pendekatan kepada audiens atau masyarakat dengan mengobral janji-janji belaka. Hal tersebut dikarenakan masyarakat Indonesia telah mencapai titik jenuh oleh janji-janji yang bertebaran tentang kesejahteraan dan kenyamanan tidak dapat diwujudkan dengan baik pada era sebelumnya.

Sebagaimana Pemilihan Umum Presiden Indonesia 2024, meskipun masih terbilang lama waktunya tetapi kampanye yang dilakukan oleh kandidat pasangan pun sudah dilakukan. Tak terkecuali yang dilakukan oleh Abdul Muhaimin Iskandar, saat ini baik *banner* maupun video deklarasi untuk Ia maju

sebagai Presiden Indonesia sudah bertebaran dimana-mana, seperti peletakan *banner*, foto pada *reklame* atau *billboard* dan video deklarasinya pada social media. Komunikasi artifaktual merupakan komunikasi nonverbal yang memiliki peran signifikan dalam proses terjadinya komunikasi politik, khususnya ketika seorang kandidat sedang menjumpai masyarakat yang menjadi konstituen pergerakan politiknya. Hal seperti ini akan dialami semua kandidat politik yang menjadi peserta dalam berkampanye, tidak terkecuali Abdul Muhaimin Iskandar nantinya pada pilpres 2024 yang akan datang. Cak Imin dihadapkan dengan latar belakang masyarakat Indonesia mayoritas dikenal sebagai masyarakat agamis atau religius.

Selain dihadapkan dengan kondisi masyarakat yang religius, Abdul Muhaimin Iskandar dihadapkan dengan terpaan sebuah isu yang sebenarnya telah lama muncul ke permukaan jauh hari sebelumnya, sehingga menjadi perhatian bagi masyarakat Indonesia itu sendiri. Yaitu terpaan mengenai isu korupsi kardus durian sehingga hashtag atau tagar #capreskardusduren mendadak viral di media social twitter, merosot drastis perolehan suara PKB dipemilu 2009, sehingga anjlok menduduki urutan ketujuh, serta perseteruan terkait kurangnya etika Abdul Muhaimin Iskandar kepada Alm Gus Dur yang memanas setelah dipaparkan oleh Zannuba Arrifah Chafsoh Wahid atau yang dikenal dengan Yenny Wahid, putri Alm Gus Dur.

Keinginan Abdul Muhaimin Iskandar maju di Pilpres 2024 tidak jarang yang mencibir, bahkan tidak jarang pula yang mengatakan bahwa Abdul

Muhaimin Iskandar tidak punya modal yang cukup untuk maju. Jikapun mempunyai masa rill dan bisa menggunakan mesin partai PKB dari dewan pimpinan pusat hingga ke tingkat ranting sebagai pendukungnya, selain itu Ia juga memiliki masa dari warga NU yang sebenarnya sejalan dengan PKB.

Dari adanya tantangan tersebut tentu bukan langkah yang mudah bagi Abdul Muhaimin Iskandar untuk berhasil memenangkan pilpres ditahun 2024 mendatang. Tentunya komunikasi politik yang dilakukan Abdul Muhaimin Iskandar tidak mungkin akan diabaikan begitu saja baik dalam bentuk pesan verbal maupun nonverbal. Hal ini menunjukan majunya Abdul Muhaimin Iskandar pada pilpres 2024 dapat diperhitungan. Pada video deklarasi Abdul Muhaimin Iskandar peran pesan nonverbal yang digunakan mempunyai peran signifikan guna mendukung pesan-pesan verbal yang disampaikan kepada masyarakat Indonesia, baik menyangkut visi dan misi, maupun program kerja untuk melawan propaganda yang dilancarkan lawan politiknya.

Selain itu, melalui pesan-pesan nonverbal masyarakat Indonesiapun bisa mengenal lebih dekat calon pemimpin mereka. Melalui komunikasi artifaktual berupa penampilan *branding image* yang mereka gunakan. Dengan begitu, politisi atau pemimpin politik yang lihai dapat memanfaatkan komunikasi artifaktual dan menyelaraskan dengan pesan-pesan verbal yang hendak Ia sampaikan, tidak menutup kemungkinan akan mendapat simpati dari masyarakat dan pada akhirnya masyarakat akan menjatuhkan pilihan politik mereka kepadanya.

Memang jikalau dilihat sekilas mata tidak ada yang menarik dari komunikasi artifaktual, namun jika digunakan oleh seorang calon kepala negara apalagi saat deklarasi, maka seakan-akan menjadi istimewa atau adanya nilai khusus karena hal ini menunjukkan identitasnya. Pentingnya komunikasi artifaktual dalam proses komunikasi politik di Indonesia telah mendapatkan sorotan tersendiri selama ini. Komunikasi artifaktual dipandang memiliki fungsi sebagai pernyataan politik atau setidaknya citra yang ingin ditampilkan oleh pemakainya. Komunikasi artifaktual merupakan komunikasi nonverbal karena tidak menggunakan kata-kata lisan, tetapi dibentuk menjadi sesuatu yang menyerupai kalimat yang dirangkai. Sehingga makna komunikasi artifaktual berhadapan dengan tafsir publik yang beragam.

Berdasarkan fenomena di atas karena cakupannya sangat luas jika meneliti keseluruhan aspek deklarasi Abdul Muhaimin Iskandar, peneliti hanya memfokuskan penelitian pada video saja. Bagi peneliti video deklarasi Abdul Muhaimin Iskandar sudah menjadi representasi dari permasalahan komunikasi artifaktual. karena didalamnya berisi akan makna-makna yang ada. Untuk itu disini peneliti ingin meneliti **"KOMUNIKASI ARTIFAKTUAL PADA VIDEO DEKLARASI ABDUL MUHAJMIN ISKANDAR."**

B. Rumusan Masalah

Adapun, rumusan masalah yang perlu dipecahkan berdasarkan latar belakang masalah yang telah disebutkan, maka dapat penulis rumuskan sebagai berikut: Bagaimana Komunikasi Artifaktual Abdul Muhaimin Iskandar Pada Video Deklarasinya?

1. Apa Saja Bentuk-Bentuk Komunikasi Artifaktual Yang Digunakan Abdul Muhaimin Iskandar Pada Video Deklarasinya?
2. Bagaimana Abdul Muhaimin Iskandar Menkonstruksikan Citra Positif Ke Dalam Komunikasi Artifaktual Pada Video Deklarasinya?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan dan manfaat penelitian ini adalah:

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui Apa Saja Bentuk-Bentuk Komunikasi Artifaktual Yang Digunakan Abdul Muhaimin Iskandar Pada Video Deklarasinya
 - b. Untuk mengetahui Bagaimana Abdul Muhaimin Iskandar Menkonstruksikan Citra Positif Ke Dalam Komunikasi Artifaktual Pada Video Deklarasinya.

2. Manfaat Penelitian

Harap penulis dengan dilakukannya penelitian ini, agar bisa memberikan kegunaan bagi penulis dan semua pihak yang membutuhkan.

Selain itu, beberapa kegunaan dalam penelitian ini diantaranya:

a. Akademis

Hasil studi dapat dijadikan salah satu sumbangan pemikiran untuk memperkaya khazanah keilmuan komunikasi yang berkaitan dengan artifaktual, kampanye, dan politik.

b. Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi tolak ukur dalam memahami permasalahan yang berkaitan dengan komunikasi artifaktual dan mampu menambah keilmuan kepada pembaca supaya memahami lebih lanjut lagi mengenai rumpun ilmu komunikasi yang ada, salah satunya yaitu komunikasi artifaktual.

D. Kajian Pustaka

Perlu dijelaskan bahwa tinjauan pustaka merupakan tinjauan akan penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Penelitian terdahulu yang relevan pada dasarnya untuk memaparkan dan menjelaskan berkenaan dengan penelitian-penelitian terdahulu, apakah ada atau tidak berkenaan dengan penelitian penulis yang juga menjadi sebuah bukti kongkrit bahwa penelitian ini sebelumnya belum

ada yang membahas, walaupun pernah terangkat tentunya dipaparkan perbedaannya, baik dari sisi metode, objek penelitian, atau yang lainnya. Setelah peneliti mengamati dan meneliti beberapa penelitian terdahulu, peneliti menemukan penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, adapun penelitian terdahulu yang relevan tersebut adalah:

Pertama, jurnal yang ditulis oleh Siti Aisyah Humairoh Octaviani dan Tresna Wiwitan jurusan ilmu hubungan masyarakat (*Public Relations*) fakultas ilmu komunikasi Universitas Islam Bandung dengan judul komunikasi artifaktual sebagai citra diri dosen fikom unsiba, adapun perbedaan dari penelitian ini adalah Siti dan Tresna meneliti tentang komunikasi artifaktual sebagai citra diri dosen fikom unsiba, dengan titik fokus hanya pada sejumlah dosen fikom unsiba yang diambil sampel 6 orang dosen, sedangkan penelitian ini tentang komunikasi artifaktual pada video deklarasi Abdul Muhaimin Iskandar yang justru hanya fokus pada satu tokoh saja melalui video deklarasinya. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang komunikasi artifaktual.

Adapun hasil dari penelitian yang dilakukan Siti dan Tresna adalah melalui interaksi sosial dan juga pengenalan terhadap lingkungan sosial membuat mereka harus dapat mencitrakan diri sebagai dosen berbusana rapi dan sopan. Jika perempuan harus berkerudung, para laki-laki harus memakai busana yang rapi. Di lingkungan Unsiba sering dijumpai para dosen yang memperhatikan komunikasi artifaktual dalam berpenampilan mereka dengan memakai hijab yang sedang trendy saat ini, pemilihan aksesoris sebagai penunjang busana hingga sampai pada

mix and match maupun pewarnaan dalam baju. Apakah hal tersebut pantas atau tidak semuanya ditentukan oleh diri mereka sendiri. Dalam hal ini mereka memiliki *self esteem* atau konsep diri yang positif sehingga lingkungan dapat menerima apa yang disampaikan melalui komunikasi artifaktual. *Self esteem* berkaitan dengan perasaan bahwa kita pantas, layak, berharga, mampu dan berguna, tak peduli apapun yang telah terjadi dalam hidup kita, apa yang sedang terjadi atau apa yang bakal terjadi. Melalui komunikasi artifaktual berupa penampilan lahirlah sebuah kepercayaan yang timbul dilingkungan sosial mereka. Kepercayaan ini timbul karena tidak hanya apa yang dilihat dalam bentuk *apperance* tetapi juga bagaimana mereka mengkomunikasikannya. Komunikasi dalam bentuk apapun itu sangat penting, timbulnya kepercayaan ini sesuai dengan harapan yang berawal dari proses interaksi sebelumnya.¹

Kedua, jurnal yang ditulis oleh Anifatul Jannah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya, dengan judul komunikasi artifaktual status instagram "ning" pondok pesantren, adapun perbedaan dari penelitian ini adalah anifatul meneliti tentang komunikasi artifaktual status instagram "ning" pondok pesantren, dengan mengambil sampel 4 pengguna instagram aktif yang menggunakan status "ning" pada social media instagram. Dengan kategori memiliki jumlah follower yang cukup banyak. Ke 4 sampel itu berdomisili di Jawa Timur. Sedangkan penelitian ini tentang komunikasi

¹ Aisyah Octaviani and Tresna Wiwitan, "KOMUNIKASI ARTIFAKTUAL SEBAGAI CITRA DIRI DOSEN FIKOM UNISBA," *Prosiding Hubungan Masyarakat* (2014): 39–44.

artifaktual pada video deklarasi Abdul Muhaimin Iskandar (cak imin). Yang berfokus pada komunikasi artifaktual Abdul Muhaimin Iskandar melalui video deklarasinya. Sedangkan persamaannya sama-sama meneliti komunikasi artifaktual akan tetapi kami meneliti video deklarasi sedangkan anifatul lebih kepada postingan foto instagram.

Adapun, hasil dari penelitian anifatul adalah bahwa unggahan gambar di media social instagram yang dilakukan secara berkala oleh "ning" pesantren membentuk sebuah pola pesan non verbal yang bisa dimaknai sebagai komunikasi artifaktual, yang merefleksikan kelas sosial-ekonomi "ning" yang mapan dan tinggi sebagai putri kiai. selain itu, sikap hormat yang diberikan kepada putri kiai di media social tidak berbeda dengan sikap hormat yang terjadi di kehidupan nyata, maksudnya, sikap sopan santun yang terefleksikan dalam masyarakat siber tidak berbeda dengan realitas offline di pesantren.²

Ketiga, jurnal yang ditulis oleh Roswita Oktavianti, Septi Winduwati, dan Lyda Irena Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, Jakarta, Indonesia, dengan judul Pelatihan Membangun Komunikasi Artifaktual Pada Siswa SMA. Adapun hasil penelitian menunjukan bahwa Komunikasi artifaktual belum familiar/populer di telinga para siswi SMA. Remaja khususnya remaja putri perlu memahami komunikasi artifaktual melalui penampilan dan perawatan wajah. Pasalnya, remaja kerap gelisah, stress, tidak percaya diri ketika mendapati dirinya

² Anifatul Jannah, "Komunikasi Artifaktual Status Instagram 'Ning' Pondok Pesantren," Jurnal Komunikasi Islam 8, no. 2 (2018): 358–379.

mengalami permasalahan pada kulit wajah. Sementara di sisi lain, belum ada upaya pencegahan yang dilakukan untuk mengatasi persoalan yang sering dihadapi tersebut. Penggunaan kosmetika dasar dan perawatan sederhana merupakan salah satu cara membangun pesan artifaktual untuk membentuk citra tubuh, membangun jati diri, dan kepercayaan diri secara tidak berlebihan. Di tengah rutinitas kegiatan akademik dan non akademik, remaja perlu menyediakan waktu untuk merawat diri. Guru di sekolah juga diharapkan bisa mendukung para siswanya dalam menciptakan penampilan yang baik dan sewajarnya sebagai bekal menghadapi lingkungan profesional. Ketika diberikan materi dengan bahasa yang sederhana, penyampaian interaktif, dan contoh nyata dalam kehidupan sehari-hari, para siswi mampu memahami konsep komunikasi artifaktual. Kegiatan pelatihan komunikasi artifaktual yang dilakukan dengan praktik terbukti mampu meningkatkan pemahaman para siswa.³

Persamaan penelitian Roswita dengan penelitian yang penulis lakukan sama-sama meneliti komunikasi artifaktual. Perbedaannya penelitian Roswita mengarah pada siswa SMA mengenai komunikasi artifaktual dalam kesehariannya, sedangkan peneliti lebih mengkaji komunikasi artifaktual seorang tokoh Abdul Muhaimin Iskandar yang Ia gunakan sebagai pelengkap pada deklarasinya.

Keempat, jurnal yang ditulis oleh Dhimas Abdillah Syarafa, Lisa Adhrianti, dan Eka Vuspa Sari Jurusan ilmu komunikasi FISIP Universitas Bengkulu, dengan

³ Roswita Oktavianti, Septia Winduwati, and Lydia Irena, "Pelatihan Membangun Komunikasi Artifaktual Pada Siswa SMA," *Jurnal Gema Ngabdi* 2, no. 2 (2020): 147–154.

judul *Fashion* Sebagai Komunikasi Identitas Sosial Mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu. Adapun hasil penelitian Peran *fashion* bisa mengubah identitas yang berkaitan dengan perubahan dalam diri meski hanya sementara, atau mungkin juga bisa bertahan selagi mereka ada keinginan untuk mempertahankan identitas yang mereka inginkan. Setiap orang bisa menemukan suatu hal yang menarik pada *fashion* yang sedang tren, karena mereka telah menentukan identitas sosial seperti apa melalui gaya berpakaian, yang mereka pilih. Hal ini bisa didasarkan dari kenyamanan mereka saat mengenakan gaya berpakaian tersebut.⁴

Persamaan penelitian dhimas dengan penelitian yang penulis lakukan sama-sama meneliti komunikasi artifaktual. Perbedaannya penelitian Dhimas mengarah pada identitas sosial mahasiswa FISIP Bengkulu mengenai *fashion* sebagai komunikasi artifaktual, sedangkan peneliti lebih mengkaji komunikasi artifaktual seorang tokoh Abdul Muhaimin Iskandar yang Ia gunakan sebagai pelengkap pada deklarasinya.

Kelima, penelitian selanjutnya ditulis oleh Arina Salsabila Jurusan komunikasi penyiaran islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, dengan judul Representasi Citra Politik Harry Tanoesoedibjo Dalam Video Clip Mars Partai Perindo. Membahas tentang Citra yang ditampilkan dalam video klip mars partai Perindo menggambarkan dengan jelas sosok Hary Tanoe yang memprioritaskan

⁴ Dhimas Abdillah Syarafa, Lisa Adhrianti, and Eka Vuspa Sari, "Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial Mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu," *Jurnal Kaganga: Jurnal Ilmiah Sosial dan Humaniora* 4, no. 2 (2020): 20–29.

dan merangkul masyarakat golongan ekonomi lemah, yang terdiri dari nelayan dan pelaku UMKM, serta sosok yang sangat menjunjung pluralitas bangsa Indonesia.

Tanda-tanda digunakan dalam iklan yakni berupa ikon, indeks dan simbol berupa verbal maupun non-verbal bertujuan memperkenalkan kehadiran Harry Tanoe dalam sebuah partai politik yang memprioritaskan kelompok kecil dan kaum minoritas. Hal tersebut terlihat dari adegan demi adegan pada video klip yang menampilkan kegiatan selama deklarasi dan mengunjungi masyarakat golongan bawah.⁵ Persamaan penelitian arina dengan penelitian yang penulis lakukan sama-sama meneliti video sebagai deklarasi/kampanye politik sebagai pembentukan citra. Perbedaannya penelitian arina mengarah pada video klip mars perindo, sedangkan peneliti lebih mengkaji video deklarasi Abdul Muhaimin Iskandar.

E. Kerangka Teori

Landasan teori pada dasarnya untuk memperoleh pemahaman mengenai penelitian yang akan dilakukan, maka penulis perlu menjelaskan landasan teori sesuai dengan judul penelitian. Hal itu dikarenakan untuk menghindari kesalahpahaman dalam penelitian ini.

⁵ ARINA Salsabila, "Representasi Citra Politik Harry Tanoesoedibjo Dalam Video Klip Mars Partai Perindo," *Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga* (2017).

1. Komunikasi Artifaktual

Komunikasi Artifaktual adalah komunikasi nonverbal berupa penampilan dari seseorang. Penampilan yang dibentuk dengan menggunakan beberapa alat kosmetika atau aksesoris, misalnya pakaian, parfum, lipstick, bulu mata palsu, rambut palsu, sepatu tinggi, jam tangan, dan lain sebagainya. Segala sesuatu yang digunakan oleh seseorang dalam bentuk penampilan termasuk kedalam definisi komunikasi artifaktual. Penampilan diri melalui komunikasi artifaktual dilakukan manusia agar tujuan komunikasi yang dilancarkan dapat tercapai secara efektif sesuai dengan yang diharapkan.⁶ Dalam buku-buku pengantar komunikasi, komunikasi artifaktual berlangsung melalui pakaian dan berbagai artefak. Pakaian yang kita pakai bisa menampilkan berbagai fungsi, sebagai bentuk komunikasi, pakaian bisa menyampaikan pesan artifaktual yang bersifat nonverbal.⁷ Orang lain membuat kesimpulan tentang siapa kita melalui apa yang kita pakai.

Seperti objek atau artefak lainnya, kita menafsirkan komunikasi artifaktual sebagai tanda yang mewakili hal-hal seperti kepribadian, status

⁶ Marchely Desideria, "Strategi Adaptasi Komunikasi Antarbudaya (Studi Kasus Tenaga Kerja Indonesia Di Taiwan)" (Universitas Multimedia Nusantara, 2018).

⁷ Dudi Hartono and Riyan Hidayatullah, "Mitos Militerisme Pada Busana Kampanye (Analisis Semiotika Roland Barthes Busana Kampanye Agus Harimurti Yudhoyono–Sylviana Murni)," *JCommsci-Journal Of Media and Communication Science* 2, no. 2 (2019).

sosial, dan karakter keseluruhan si pemakai. Pada efeknya, nukilan di atas dirancang untuk menegaskan pada anda bahwa komunikasi artifaktual membentuk diri seseorang. Komunikasi artifaktual lebih dari sekedar penutup badan demi perlindungan. Komunikasi artifaktual merupakan system tanda yang saling terkait dengan sistem-sistem lainnya dalam masyarakat, dan melaluinya kita dapat mengirimkan pesan–tentang sikap kita, status sosial kita, kepercayaan politik kita, dan seterusnya.⁸

Petunjuk komunikasi artifaktual meliputi segala macam penampilan (*appearance*) sejak potongan rambut, kosmetik yang dipakai, baju, tas, pangkat, badge, dan atribut-atribut lainnya. Anda mungkin pernah berjumpa dengan seseorang, lalu anda pikir orang itu cerdas, periang, atau seksi. Atau tiba-tiba anda merasa benci pada orang itu, tanpa menyadari sebab-sebab Ini kemungkinan besar terjadi karena reaksi anda terhadap penampilannya walaupun terjadi lewat bawah alam sadar anda. Umumnya, kita mempunyai stereotip -gambaran kaku, yang tidak berubah ubah, serta tidak benar tentang penampilan tertentu. Apalagi kalau stereotip ini diperkokoh dengan pengalaman-pengalaman masa lalu.⁹

Komunikasi artifaktual sebagai bagian dari sistem komunikasi nonverbal mencakup segala sesuatu yang dipakai orang atau melakukan

⁸ Idi Subandy Ibrahim and Bachruddin Ali Akhmad, *Komunikasi Dan Komodifikasi: Mengkaji Media Dan Budaya Dalam Dinamika Globalisasi* (Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014).

⁹ Jalaluddin Rahmat, “Psikologi Komunikasi, Bandung: Remaja Rosdakarya,” *Cet. XXII* (2011).

sesuatu terhadap tubuh untuk memodifikasi penampilannya. Tidak mengherankan bila banyak orang berusaha menyempurnakan penampilannya dengan menggunakan pakaian mahal, kosmetika, model rambut tertentu, kacamata sampai melakukan operasi plastik. Oleh karenanya, pembahasan tentang komunikasi artifaktual lebih menitikberatkan pada hal-hal tersebut.

a. Pakaian Sebagai Komunikasi Artifaktual

Pakaian merupakan media komunikasi artifaktual. Stone mengatakan pakaian menyampaikan pesan, pakaian bisa dilihat sebelum kata-kata terdengar. Pesan yang dibawa pakaian bergantung pada sejumlah variabel, seperti latar belakang budaya, pengalaman, dan lain sebagainya. Fungsi pakaian sebagai komunikasi artifaktual adalah sebuah pesan. Setiap bentuk dan jenis pakaian yang dikenakan akan menyampaikan penanda sosial (*social signals*) tentang si pemakainya. pada perkembangannya kemudian pakaian sebagai komunikasi artifaktual yang dikenakan dipengaruhi oleh nilai-nilai agama, kebiasaan, tuntutan lingkungan, nilai kenyamanan, dan tujuan pencitraan.

Menurut Nordholt pakaian sebagai komunikasi artifaktual adalah “kulit sosial dan budaya kita” (*our social and cultural skin*). Pakaian menampilkan peran sebagai pajangan budaya (*cultural display*) karena Ia mengkomunikasikan budaya kita. Ia bisa menunjukkan

identitas nasional dan kultural kita. Misalnya, jubah dan gamis di arab, kebaya dan batik di Indonesia.

b. Hubungan Komunikasi Artifaktual Pakaian Dengan Kepribadian

Lawrence B. Rosenfeld dan Timothy G. Plax berpendapat ada 4 faktor utama dalam hubungan antara komunikasi artifaktual pakaian dengan kepribadian, yaitu:

- 1) *Clothing consiousness* (Kecocokan pakaian) yaitu berdasarkan persetujuan individu pada pakaian yang dipakai.
- 2) *Exhibition* (Kepameran) yaitu hasrat seseorang untuk memakai baju tertentu.
- 3) *Practically* yaitu ketertarikan individu untuk mencoba menggabung-gabungkan jenis pakaian.
- 4) *Design* yaitu persetujuan individu dengan memperhatikan desain baju dengan aktif mencoba berbagai pakaian.

Pakaian merupakan perlambangan komunikasi artifaktual jiwa. Komunikasi artifaktual berperan besar dalam menentukan citra seseorang. Komunikasi artifaktual yang dikenakan juga mencerminkan kepribadian seseorang apakah Ia orang yang konservatif, religius, modern, atau berjiwa muda. Tidak dapat dibantah bahwa komunikasi artifaktual, seperti juga rumah, kendaraan dan perhiasan digunakan untuk memproyeksikan citra tertentu yang diinginkan pemakainya.

Pakaian sebagai media komunikasi artifaktual merupakan ekspresi identitas pribadi. Nordholt menyatakan bahwa pada saat kita memilih pakaian, baik di toko atau di rumah, berarti kita mendefinisikan dan mendeskripsikan diri sendiri. Sebagaimana yang dikatakan, Rakhmat umumnya komunikasi artifaktual kita digunakan untuk menyampaikan identitas kita, untuk mengungkapkan kepada orang lain siapa kita. Menyampaikan identitas berarti menunjukkan kepada orang lain bagaimana perilaku kita dan bagaimana orang lain sepatutnya memperlakukan kita.

Komunikasi artifaktual mencerminkan peran seseorang, kelompok asalnya, status orang tersebut di dalam kelompok atau identitas kelompok yang membedakan dengan kelompok lainnya, status orang tersebut di dalam masyarakat yang lebih luas, hirarki, gender, memiliki nilai simbolik, dan merupakan ekspresi cara hidup tertentu.

Komunikasi artifaktual juga mencerminkan sejarah, hubungan kekuasaan, serta perbedaan dalam pandangan sosial, politik, dan religius.

2. Kategori Komunikasi Artifaktual

Pakaian sebagai media komunikasi artifaktual dibuktikan juga lewat penelitian Gibbins.¹⁰ Menurutnya, ada tiga kategori pengertian yang dapat timbul. Pertama, *fashion ability*, derajat penerimaan orang lain terhadap pakaian seseorang sebagai masa kini, cerah, dan cantik. Kedua, *socialibility*, derajat di mana pakaian dapat menjelaskan peran sosial pemakai dan pembuatnya tampak feminim atau maskulin. Ketiga, *formality*, derajat yang menentukan apakah pakaian seseorang akan membuatnya tampak resmi atau santai. Reed menggunakan metodologi lain untuk melukiskan kategori komunikasi artifaktual, sikap, dan karakteristik kepribadian.¹¹ Hasilnya terbagi dalam empat kategori.

a. *High Fashion*

Pada kategori ini memiliki perhatian besar terhadap komunikasi artifaktual, dan membelanjakan sejumlah besar penghasilannya untuk kebutuhan komunikasi artifaktual. Hal seperti ini cenderung tidak sependapat terhadap masalah sosial, tidak menyukai kegiatan religius, cenderung menganut filosofi *New Left*, tetapi mereka gemar terlibat dengan program kemanusiaan.

b. *Low Fashion*

¹⁰ Ranti Irmawati Utari, "Pakaian Sebagai Komunikasi Artifaktual," *Prosiding Hubungan Masyarakat* (2016): 443–448.

¹¹ H Ahmad Sihabudin, *Komunikasi Antarbudaya: Satu Perspektif Multidimensi* (Bumi Aksara, 2022).

Termasuk dalam kategori ini adalah komunikasi artifaktual yang menginginkan dirinya dianggap menarik. Kelompok ini cenderung bersikap moderat.

c. Non Fashion

Pada proses ini berasal dari latar belakang sosial ekonomi rendah. Mereka lebih dogmatis, konservatif dalam politik, dan cenderung bersikap Machiavelli.

d. Counter Fashion

Kategori ini terdiri dari mereka yang paling tidak tertarik pada komunikasi artifaktual. Mereka dipandang sebagai orang yang individualistik, berhati-hati, lembut, sabar, gelisah, dan liberal. Mereka juga menganggap dirinya sebagai orang yang kurang formal dan kurang *sophisticated*.

3. Dimensi Informasi Komunikasi Artifaktual

Sedangkan Kefgen dan Specht menyebut ada tiga dimensi informasi tentang komunikasi artifaktual disebabkan oleh pakaian¹², yaitu :

a. Emosi

Komunikasi artifaktual melambangkan dan mengkomunikasikan informasi tentang emosi komunikator. Hal ini

¹² Christiany Juditha, "Fashion Sebagai Media Komunikasi (Analisis Semiotik Fashion Kontroversial Lady Gaga)," *Communication* 6, no. 1 (2015).

dapat dilihat dengan adanya istilah-istilah *Glad Rags* (pakaian ceria), *Widow's Weed* (pakaian berkabung), dan *Sunday Clothes* (Pakaian hari minggu/baju santai).

Bila dilihat lebih luas pakaian juga dipakai untuk membangkitkan emosi massa dalam patriotisme dan nasionalisme, seperti baju loreng hijau hitam abdi negara, baju hijau PPP, merah total PDIP, dan baju kuning Golkar.

Emosi memiliki makna menandakan sesuatu, dengan itu kita tidak hanya ingin mengatakan bahwa emosi menampilkan dirinya sebagai sebuah sifat (*quality*) murni. Di dalamnya telah terbentuk suatu hubungan pasti dari keadaan psikis kita dengan dunia, dan hubungan ini, atau lebih tepatnya kesadaran kita terhadapnya, bukan merupakan hubungan kacau balau antara ego dan semesta. Emosi adalah struktur yang bisa dijelaskan dan terorganisir.¹³ Tak bisa disangkal bahwa komunikasi artifaktual pakaian digunakan untuk merefleksikan, meneguhkan, menyembunyikan atau membangun suasana hati.¹⁴

b. Tingkah Laku

Komunikasi artifaktual juga berpengaruh pada tingkah laku pemakainya sebagaimana tingkah laku orang yang menanggapi.

¹³ Malcolm Barnard, "Fashion Sebagai Komunikasi," *Yogyakarta: Jalasutra* (2011).

¹⁴ Ibid.

Model komunikasi artifaktual Joko Widodo bisa ditafsirkan bahwa orang yang memakainya adalah orang sederhana.

Pada lingkungan kampus para dosen menggunakan pakaian formal berkaitan dengan perilaku seorang yang baik dan memiliki wawasan luas dengan begitu mahasiswa akan lebih segan dan menghargainya.

Polisi dijalan yang tidak berseragam kehilangan identifikasi sosial, dan tentunya kehilangan kekuasaan untuk membentak supir angkutan kota (kecuali bila ditangannya tergenggam sepucuk pistol). Jadi, dengan menggunakan seragam tertentu pada dasarnya orang telah menyerahkan haknya sebagai individu untuk bertindak bebas, dan selanjutnya Ia harus menyesuaikan dan tunduk kepada kelompoknya.

Komunikasi artifaktual pun digunakan untuk menunjukkan atau mendefinisikan peran sosial yang dimiliki seseorang. Komunikasi artifaktual diambil sebagai tanda bagi orang tertentu yang menjalankan peran tertentu sehingga diharapkan berperilaku dalam cara tertentu. Sudah dikemukakan bahwa komunikasi artifaktual yang berbeda memungkinkan adanya interaksi sosial yang berlangsung mulus dari pada sebaliknya.

c. Differensiasi

Komunikasi artifaktual membedakan seseorang dengan orang lain atau kelompok satu dengan kelompok lain. Berasal dari komunikasi

artifaktual kita dapat membedakan apakah seorang anggota kelompok organisasi PMII, HMI atau IMM. Kita juga dapat segera membedakan apakah seorang mahasiswa UIN, UGM, atau UNY dari pakaian sebagai media komunikasi artifaktual yang dikenakannya.

Roach dan Eicher dalam Barnard menunjukkan misalnya, bahwa komunikasi artifaktual dan pakaian secara simbolis mengikat satu komunitas. Hal ini menunjukkan bahwa kesepakatan sosial atas apa yang akan dikenakan merupakan ikatan sosial itu sendiri yang pada gilirannya akan memperkuat ikatan sosial lainnya.

Fungsi mempersatukan dari komunikasi artifaktual berlangsung untuk mengkomunikasikan keanggotaan satu kelompok kultural baik pada orang-orang yang menjadi anggota kelompok tersebut maupun bukan. Komunikasi artifaktual adalah cara yang digunakan individu untuk membedakan dirinya sebagai individu dan menyatakan beberapa bentuk keunikannya.¹⁵

4. Komunikasi Artifaktual Sebagai Simbol Agama

Komunikasi artifaktual berfungsi sebagai penegas identitas. Komunikasi artifaktual juga berhubungan dengan identitas agama. Identitas agama merupakan suatu wilayah dimana perbedaan yang begitu besar disempurnakan lewat pemakaian komunikasi artifaktual jenis-jenis

¹⁵ Utari, "Pakaian Sebagai Komunikasi Artifaktual."

pemakainya. Di dunia muslim, komunikasi artifaktual yang dikenakan seseorang bisa mengungkapkan banyak makna.¹⁶

5. Komunikasi Artifaktual Sebagai Simbol Dalam Dunia Politik Sebagai komunikator

Pada proses penyampaian pesan komunikasi artifaktual jelas menduduki peranan yang sangat penting. Dalam dunia politik para juru kampanye memiliki komunikasi artifaktual menjadi sangat penting karena menjadi awal penilaian dari para audiennya. Menjadi aneh bila sebagai komunikator politik dalam kampanye politik justru penampilan yang digunakan tidak mendukung acara tersebut.

Komunikasi nonverbal dalam fungsinya sebagai pemberi tekanan pada pesan verbal jelas menunjukkan fungsi penting performan (petunjuk artifaktual) yang digunakan oleh komunikator politik. Sebagai contoh, dalam proses kampanye massal maka akan dirancang petunjuk artifaktual yang mendukung kampanye tersebut. Simbol-simbol berupa komunikasi artifaktual atau ornamen-ornamen lain pendukung di atas panggung akan selalu menjadi dasar pendukung kewibawaan dan kredibilitas juru kampanye atau politikus tersebut.

¹⁶ Yosi Merta Sari, Lisa Adhrianti, and Rasianna B R Saragih, "Komunikasi Non Verbal Artifaktual Melalui Pakaian Sebagai Media Pembentukan Identitas Diri Pada Mahasiswi Bercadar Di Universitas Bengkulu," *Joiscom (Journal of Islamic Communication)* 2, no. 2 (2021).

Hal ini menunjukkan pentingnya sistem komunikasi artifaktual dalam dunia politik. Bahkan dalam tingkat kenegaraan pesan artifaktual ini sangat merepresentasikan budaya bangsa tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat Hall bahwa komunikasi adalah budaya dan budaya juga merupakan komunikasi. Secara konseptual pesan-pesan artifaktual dalam proses berkomunikasi sangatlah menggambarkan sekaligus mewakili latar belakang budaya pelakunya.¹⁷

a. Komunikasi Artifaktual Sebagai *Political Branding*

Sejak munculnya konsesus diantara partai politik, differensiasi selama masa kampanye sekarang berdasarkan citra dan personalitas pemimpin.¹⁸ Citra dan personalitas pemimpin dapat dibantu dibentuk oleh proses *branding*, selain itu *branding* bahkan bisa membantu kandidat untuk mengubah dan memelihara reputasi serta juga dukungan.¹⁹ *Branding* adalah satu bentuk baru dalam marketing politik dalam representasi psikologikal sebuah produk/organisasi yang lebih mengarah pada simbol dibandingkan kegunaan nilai tangible.²⁰ Ide dari

¹⁷ Fitria Santi, "Pesan Nonverbal Dalam Komunikasi Politik Wahidin Halim Sebagai Calon Gubernur Banten Pada Pilkada Banten 2017," *Nyimak: Journal of Communication* 2, no. 2 (2018): 131–149.

¹⁸ Bessie Mitsikopoulou, "Introduction: The Branding of Political Entities as Discursive Practice," *Journal of Language and Politics* 7, no. 3 (2008): 353–371.

¹⁹ Jennifer Lees-Marshment, "Global Political Marketing," in *Global Political Marketing* (Routledge, 2009), 19–33.

²⁰ Margaret Scammell, "Political Brands and Consumer Citizens: The Rebranding of Tony Blair," *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 611, no. 1 (2007): 176–192.

branding sendiri lebih dari sebuah teori yang bisa diaplikasikan ke kota, negara bahkan politisi dengan memberikan mereka identitas publik.

Political branding adalah cara strategis dari *customer branding* untuk membangun cita politik. Menurut Scammell berpendapat bahwa *brand* yang baik untuk nama perusahaan, kandidat atau produk adalah sama sangat pentingnya karena permintaan konsumen menjadi meningkat dan bisa dengan mudah menjalin relasi dengan taktik moderen untuk memperlakukan kandidat politik sama seperti produk.²¹

Pada tahap dasar, *branding* politisi dibentuk dari pengertian masyarakat secara subjektif terhadap politisi.²² Tidak hanya elemen personal kandidat, tapi juga elemen kandidat berupa penampilan seperti penampilan pakaian memberi dampak jelas untuk citra kandidat.²³ Pentingnya *branding* politik sering disimpulkan dengan argumen-argumen sebagai berikut: *branding* memasukan sisi emosional, memberikan tanda yang membuat pemilih bisa memilih kandidat dengan lebih mudah. Dengan komunikasi yang lebih interaktif dan membangun, *branding* bisa mempunyai potensi untuk membangun hubungan dengan masyarakat yang sebelumnya sudah tidak tertarik politik.

²¹ Ibid.

²² Ibid.

²³ Sun Fatayati, "Branding Politik Joko Widodo Dalam Pilpres 2014 Di Media Online," *Tribakti: Jurnal Pemikiran Keislaman* 27, no. 1 (2016): 25–39.

Kategori *political branding* menurut Sandra terdiri dari personalitas yang meliputi hubungan, orisinalitas, tanggap teknologi, dan nilai personal, kemudian penampilan yang meliputi pakaian, gaya rambut dan gestur tangan, serta pesan kunci politik yang terdiri dari harapan, dukungan publik, laporan aktivitas, dan nilai/ideologi politik.²⁴

b. Komunikasi Artifaktual Sebagai Citra Politik

Kotler mengemukakan teorinya yang menjelaskan bahwa citra perusahaan adalah respon konsumen pada keseluruhan yang diberikan perusahaan dan didefinisikan sebagai sejumlah kepercayaan, ide-ide, dan kesan masyarakat pada suatu organisasi.²⁵ Citra merupakan kesan pertama, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan atau organisasi, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang, atau organisasi.²⁶

Strategi menjadi sangat penting bagi partai politik untuk memenangkan persaingan politik. Schroder menyebut strategi pencitraan sebagai target image (citra yang diinginkan). Setiap organisasi, setiap partai dan setiap kandidat memiliki citra tersendiri dilingkungan dimana Ia bergerak. Citra tersebut merupakan gambaran

²⁴ Lidya Joyce Sandra, "Political Branding Jokowi Selama Masa Kampanye Pemilu Gubernur DKI Jakarta 2012 Di Media Sosial Twitter," *Jurnal E-komunikasi* 1, no. 2 (2013).

²⁵ Danang Sunyoto, "Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran, Konsep, Strategi, Dan Kasus" (2014).

²⁶ Janner Simarmata et al., *Pengantar Manajemen Sistem Informasi* (Yayasan Kita Menulis, 2020).

yang ada dalam bayangan masyarakat atau para pemilih tentang organisasi, partai atau kandidat pada periode waktu tertentu.

Terkadang gambaran ini masih kosong. Itu artinya, bahwa masyarakat atau pemilih belum mengenal organisasi atau kandidat tersebut sehingga mereka tidak bisa membuat gambaran tentang organisasi atau kandidat yang bersangkutan. Tetapi, di lain pihak, tentu saja persepsi publik terhadap orang yang terkenal bisa saja tidak menguntungkan. Salah atau benar, elemen-elemen tertentu yang tidak menguntungkan kandidat bisa menjadi bagian yang merugikan aktivitas di masa depan.²⁷

6. Deklarasi

Tentunya sebuah negara tidak akan dapat berdiri sendiri tanpa bantuan dari negara lainnya. Bantuan-bantuan itu akan dapat dengan mudah didapatkan, apabila suatu negara telah menjalin hubungan dengan negara lain sebelumnya. Hubungan ini dinamakan sebagai hubungan internasional. Tentunya istilah hubungan internasional ini erat kaitannya dengan istilah deklarasi. Deklarasi merupakan satu hal penting yang tercantum dalam hubungan internasional. Dalam hal ini, deklarasi dapat dikatakan sebagai

²⁷ Dina Fadiyah and Jimmy Simorangkir, "Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Membangun Citra Positif Presiden Joko Widodo Pada Pilpres 2019," *Journal of Political Issues* 3, no. 1 (2021): 13–27.

suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang individu yang mewakili semua kepentingan dari negaranya.

Secara umum, deklarasi memiliki keterkaitan dengan pembuatan sebuah perjanjian yang melibatkan banyak sekali pihak. Deklarasi ini sangat sering dilakukan untuk kepentingan negara, dibandingkan dengan kepentingan bisnis ataupun perorangan. Dalam membuat kesepakatan yang berkaitan dengan deklarasi ini, setiap negara diwakili oleh satu individu saja.

a. Pengertian Deklarasi Menurut Para Ahli

Untuk menambah pengetahuan kita mengenai deklarasi. Berikut ada pemaparan dari para ahli mengenai pengertian dari deklarasi secara mendetail. Deklarasi Nasional adalah suatu pernyataan yang diumumkan kepada khalayak secara nasional.²⁸

Menurut Ali Sastroamidjojo, deklarasi adalah aspek yuridis yang menjadi bagian penting dalam suatu hubungan internasional yang dilakukan oleh dua Negara atau lebih. Hal ini berkaitan dengan kepentingan untuk menjalankan sistemisasi kerjasama internasional yang bertujuan menghindari konflik berkepanjangan.²⁹

²⁸ M Ridha Saleh, *Menghijaukan Ham* (PT. Rayyana Komunikasindo, 2020).

²⁹ Abdul Rozak, "Pengertian Deklarasi, Macam, Dan Contohnya," *DosenPPKN Membahas Ilmu Kewarganegaraan*, last modified 2022, <https://dosenppkn.com/deklarasi/>.

Menurut Wafiqqazizahh, deklarasi adalah bagian perjanjian internasional yang bisa terbentuk dengan adanya traktat dan dokumen dalam setiap tindakan yang dilakukan oleh negara.³⁰

b. Jenis Deklarasi

Adapun beberapa jenis deklarasi yang telah dikelompokkan berdasarkan dengan bentuk fisiknya. Berikut merupakan jenis jenis deklarasi:

1) Perjanjian

Deklarasi sangat erat kaitannya dengan penyusunan suatu perjanjian. Hal ini dikarenakan, segala bentuk ungkapan pendapat, bentuk ketersetujuan dan bentuk dukungan seringkali tertulis secara resmi diatas kertas. Yang mana didasari atas sebuah perjanjian. Pernyataan dalam bentuk perjanjian ini dirasa sangatlah penting untuk menimbulkan sifat formalitas dan juga legalitas.

Sehingga apabila terjadi suatu hal kedepannya, dapat diselesaikan dengan mudah, karena keberadaan perjanjian yang telah tertuang secara tertulis itu.³¹

³⁰ Ibid.

³¹ Luh Yuli Purnamentari et al., “Analisis Jenis, Bentuk, Dan Fungsi Tindak Tutur Berita Utama Pada Koran Bali Post,” *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Undiksha* 7, no. 2 (2017).

2) Pernyataan

Selain diwujudkan secara tertulis, deklarasi juga diajukan dalam bentuk sebuah pernyataan. Baik pernyataan mengenai ketergabungan, ketersetujuan, ataupun pernyataan yang menyatakan dukungan. Semua tujuan beserta dengan tindakan yang akan dilakukan kedepannya, dinyatakan secara lisan atau tutur kata terlebih dahulu. Yang nantinya, akan dijadikan sebagai pedoman dalam menindaklanjuti.³²

3) Dokumen

Dalam hal ini, dokumen diartikan sebagai bentuk kesepakatan yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih mengenai suatu kepentingan. Tujuan yang menjadi latar belakang terbentuknya kesepakatan ini harus dipegang sebagai wujud komitmen. Hal itu dilakukan untuk meminimalisir berbagai kemungkinan mengenai pembatalan deklarasi atau kesepakatan nantinya.³³

³² Yecki Bus, "DEKLARASI BALFOUR, LAHIRNYA SEBUAH PRASANGKA 100 TAHUN: Mengenang Satu Abad Deklarasi Balfour 1917-2017," *Khazanah: Jurnal Sejarah dan Kebudayaan Islam* (2017): 15–40.

³³ Rosmiza Ismail, Salmi Edawati Yaacob, and Mohd Zamro Muda, "Keperluan Deklarasi Hibah Dan Kekangannya Dalam Perancangan Harta Orang Islam," *Journal of Contemporary Islamic Law* 5, no. 2 (2020): 77–83.

7. Semiotika Ferdinand De Saussure

Selain menggunakan teori komunikasi artifaktual, peneliti menggunakan konsep semiotika sebagai salah* satu metode yang dapat membedah makna terdalam pada komunikasi artifaktual. Dalam ilmu semiotika, tanda menjadi konsep utama dalam analisis, di mana tanda membantu manusia untuk memaknai pesan yang dimaksud. Dalam tanda terdapat makna yang diinterpretasikan oleh manusia. Secara sederhana tanda dapat berbentuk visual atau fisik yang ditangkap oleh indera manusia, sehingga bisa merepresentasikan sesuatu yang selain dirinya.³⁴

Semiotika berasal dari Bahasa Yunani, *semion* yang berarti tanda. Tanda dapat mewakili suatu hal lainnya yang masih berkaitan dengan objek tertentu. Objek-objek inilah yang membawa informasi dan mengkomunikasikannya dalam bentuk tanda. Semiotika adalah ilmu yang mempelajari sistem tanda seperti bahasa, kode, nonverbal dan seterusnya. Semiotika dapat diartikan juga sebagai konsep pengajaran pada manusia untuk memaknai tanda yang ada pada suatu objek tertentu. Tanda juga menunjukkan pada suatu hal lainnya, sesuatu yang tersembunyi dibalik dari tanda itu sendiri.

Konsep semiotika atau semiologi dari Ferdinand De Saussure adalah *significant* dan *signifite*, yang menurut Saussure merupakan komponen

³⁴ Anni Lamria Sitompul, Mukhsin Patriansyah, and Risvi Pangestu, "Analisis Poster Video Klip Lathi: Kajian Semiotika Ferdinand De Saussure," *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya* 6, no. 1 (2021).

pembentuk tanda dan tidak bisa dipisahkan peranannya satu sama lain.³⁵ *Signifiant*, atau disebut juga *signifier*, merupakan hal-hal yang tertangkap oleh pikiran kita seperti citra bunyi, gambaran visual, dan lain sebagainya. Sedangkan *signifie*, atau yang disebut sebagai juga sebagai *signified*, merupakan makna atau kesan yang ada dalam pikiran kita terhadap apa yang tangkap.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan dan mesti dilalui secara terencana dan terstruktur untuk mendapatkan suatu jawaban atas pertanyaan yang menjadi rumusan masalah. Untuk menggali atau mengeksplorasi komunikasi artifaktual yang dilakukan oleh Abdul Muhaimin Iskandar Pada Video Deklarasinya yang terunggah di Youtube, peneliti menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan deskriptif analisis terhadap komunikasi artifaktual penampilan yang digunakan oleh Abdul Muhaimin Iskandar melalui Video Deklarasinya. Deskriptif analisis adalah sebuah metode yang berfungsi untuk menggambarkan objek yang diteliti menggunakan

³⁵ Harimurti Kridalaksana, *Mongin Ferdinand De Saussure* (Yayasan Obor Indonesia, 2005).

data atau sampel yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan umum. Penelitian deskriptif analisis memusatkan perhatian kepada masalah dan hasilnya diolah untuk dianalisis dan diambil kesimpulannya.³⁶

2. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah bentuk komunikasi artifaktual Abdul Muhaimin Iskandar dalam unggahan video deklarasinya yang ada di YouTube Muhaimin Iskandar.

3. Subjek dan Objek Penelitian

Dalam hal ini subjek dari penelitiannya adalah pada unggahan video deklarasi dari akun You Tube Muhaimin Iskandar, sedangkan objeknya adalah komunikasi artifaktual yang digunakan Abdul Muhaimin Iskandar pada video deklarasinya. Dalam penelitian ini tentu saja peneliti tidak akan meneliti semua unggahan video deklarasi yang ada dalam akun Muhaimin Iskandar, tetapi dibatasi pada unggahan tahun 2022 saja.

³⁶ P Dr, “Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D,” CV. Alfabeta, Bandung (2008): 25.

4. Pendekatan Penelitian

Studi ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif tidak bergantung pada analisis statistik untuk mendukung sebuah interpretasi, tetapi lebih mengarahkan peneliti untuk membuat sebuah pernyataan retorik atau argumen yang masuk akal mengenai temuannya.³⁷

Video yang sudah diunggah pada kanal YouTube sendiri merupakan salah satu bentuk dari media baru sehingga analisis isi kualitatif juga bisa digunakan untuk menganalisis pesan dalam konten yang ada dalam video YouTube.

Untuk menguji keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi dengan membandingkan data yang diperoleh menggunakan teori yang ada untuk memperkuat argumentasi peneliti. Triangulasi dilakukan dengan menguraikan pola, hubungan dan menyertakan penjelasan yang muncul dari hasil analisis data.³⁸

³⁷ Ibid.

³⁸ M Burhan Bungin, "Penelitian Kualitatif. Jakarta: Kencana Prenada Media," *Group* (2008).

5. Sumber Data

a. Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini diambil dari Media Social Youtube akun Muhaimin Iskandar, yang berisi mengenai video deklarasi Abdul Muhaimin Iskandar (cak imin).

b. Data sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah informasi yang berasal dari penelitian terdahulu, buku, jurnal, maupun internet yang masih terkait dengan penelitian ini.

6. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini terbagi menjadi beberapa teknik, di antaranya:

a. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menitik beratkan pada teknik pendokumentasian audio maupun visual. Dalam hal ini peneliti mengambil data berupa komunikasi artifaktual Abdul Muhaimin Iskandar pada video deklarasinya. Dari total video deklarasi dalam kanal youtube yang sudah terunggah pada tahun 2022 berjumlah 15 video, kemudian akan ditarik sampel dengan teknik purposive sampling, sampel dipilih berdasarkan video yang paling banyak ditonton, paling banyak disukai, paling banyak diberi komentar dan

pertimbangan tema deklarasi yang diambil untuk disesuaikan dengan tujuan penelitian. Adapun hasil purposive sampling dari 15 video yang ada, ditemukan beberapa konten yang akan dianalisis yaitu:

Tabel 1.1 Konten Video Deklarasi yang Dianalisis

No	Judul Video	Jumlah Penonton	Jumlah like	Jumlah Komentar
1.	LIVE GUS MUHAJMIN FESTIVAL PEKALONGAN THE NEXT 2024 WITH NEW PALLAPA & JAMRUD	118 Ribu	1,7 Ribu	590 Komentar
2.	GUS MUHAJMIN FESTIVAL THE NEXT 2024	13 Ribu	971	4.157 Komentar
3.	GUS MUHAJMIN FEST THE NEXT 2024	8,5 Ribu	866	3.516 Komentar

(Sumber: Olahan Peneliti)

b. Teknik Analisis Data

Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis semiotika dengan model yang dikembangkan oleh Ferdinand De Saussure. Terdiri dari 2 komponen yaitu penanda (*signified*) dan

petanda (*signifier*)³⁹, sehingga melalui model tersebut, penulis bisa menganalisis sebuah makna dan tanda pesan nonverbal berupa komunikasi artifaktual pada video deklarasi Abdul Muhaimin Iskandar. Analisa data yang dilakukan ialah:

- 1) Menganalisis data yang diperoleh peneliti dari hasil pengamatan beberapa video Deklarasi Abdul Muhaimin Iskandar yang ada di kanal Youtube.
- 2) Mentransfer dalam bentuk tulisan.
- 3) Klasifikasi temuan berdasarkan tema.
- 4) Menganalisa dan menelaah isi videonya guna untuk menjawab rumusan masalah.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh gambaran lebih jelas tentang Komunikasi Artifaktual Pada Video Deklarasi Abdul Muhaimin Iskandar (Cak Imin), maka sistematika pembahasannya disajikan dalam beberapa bab yang tersusun dan saling berhubungan secara sistematis, sebagai berikut:

Bab pertama, pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.

³⁹ Kridalaksana, *Mongin Ferdinand De Saussure*.

Bab kedua, berisi tentang temuan dilapangan selama penulis melakukan penelitian membahas lebih mendalam siapakah sosok Abdul Muhaimi Iskandar, Profil Singkat, Riwayat Pendidikan, Pemikiran Abdul Muhaimin Iskandar dan juga beberapa sub bab didalamnya.

Bab ketiga, analisis data atau pokok pembahasan penelitian, juga pada bab ini merupakan inti dari penelitian, yaitu berisi hasil penelitian dan pembahasan yang akan memuat berbagai hasil pengumpulan data dan analisis dari yang telah dilakukan yaitu tentang Komunikasi Artifaktual Pada Video Deklarasi Abdul Muhaimin Iskandar (Cak Imin).

Bab keempat, penutup yang meliputi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang perlu disampaikan terkait hasil penelitian.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Setelah melalui penelitian dan menganalisis, maka bisa disimpulkan Abdul Muhaimin Iskandar menggunakan komunikasi artifaktual berbentuk practically pada video deklarasi versi 1,2 dan 3 sehingga menghasilkan dimensi informasi mengenai emosi, tingkah laku dan differensiasi. Sedangkan untuk menkonstruksikan citra positif kedalam komunikasi artifaktual Abdul Muhaimin Iskandar menggunakan kategori Low Fashion.

1. Bentuk komunikasi artifaktual practically pada video deklarasi versi 1,2 dan 3
 - a. Dimensi emosi, komunikasi artifaktual berupa penampilan dapat menunjukkan emosi seseorang yang memakainya. Dalam penelitian ini emosi yang disampaikan Abdul Muhaimin Iskandar menunjukkan emosi layaknya anak muda yang santai tidak menggebu-gebu.
 - b. Dimensi tingkah laku, komunikasi artifaktual berupa penampilan dapat menunjukkan tingkah laku yang memakainya. Dalam penelitian ini tingkah laku yang ditunjukan Abdul Muhaimin Iskandar menunjukkan tingkah laku yang lebih santai tanpa adanya batasan kepada masyarakat yang hadir saat deklarasi berlangsung.

- c. Differensiasi, komunikasi artifaktual berupa penampilan dapat menunjukkan differensiasi sebagai pembeda yang memakainya. Dalam penelitian ini differensiasi yang ditunjukkan oleh Abdul Muhaimin Iskandar melalui penampilan casual gaya anak muda.
2. Citra positif melalui komunikasi artifaktual pada video deklarasi versi 1,2 dan 3
 - a. Video deklarasi versi1

Citra positif yang dilakukan Abdul Muhaimin Iskandar masuk kedalam kategori Low Fashion. Sehingga dianalisis menggunakan semiotika Ferdinand De Saussure menghasilkan citra positif bahwa Abdul Muhaimin Iskandar terlihat layaknya anak muda yang siap bersosialisasi dengan seluruh kalangan masyarakat.
 - b. Video deklarasi versi 2

Citra positif yang dilakukan Abdul Muhaimin Iskandar masuk kedalam kategori Low Fashion. Sehingga ketika dianalisis menggunakan semiotika Ferdinand De Saussure menghasilkan citra positif bahwa Abdul Muhaimin Iskandar tidak memberikan batasan dirinya kepada siapapun sehingga dapat merangkul masyarakat Indonesia dari semua kalangan berbeda dan juga siap melindungi masyarakat Indonesia dari segala permasalahan yang ada nantinya.

c. Video deklarasi versi 3

Citra positif yang dilakukan Abdul Muhaimin Iskandar masuk kedalam kategori Low fashion. Sehingga ketika dianalisis menggunakan semiotika Ferdinand De Saussure menghasilkan citra positif bahwa Abdul Muhaimin Iskandar merepresentasikan gaya anak muda yang siap memperjuangkan keadilan rakyat dan memajukan budaya-budaya bangsa Indonesia. Seperti halnya budaya pada sektor kesenian, Abdul Muhaimin Iskandar mengharapkan musisi-musisi yang ada di Indonesia makmur sejahtera. Dan siap bekerja untuk masyarakat tanpa melihat perbedaan dari segi agama, sejalan dengan isi Pancasila yaitu keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia.

B. SARAN

Berikut merupakan beberapa saran penulis, sebagai pertimbangan setelah melakukan analisis dan menemukan hasil penelitian mengenai Komunikasi Artifaktual Pada Video Deklarasi Abdul Muhaimin Iskandar, diantaranya yaitu:

1. Kepada masyarakat diharapkan agar tidak mudah tertipu ataupun terjebak dalam alur pemikiran tokoh politik yang sedang ingin menduduki kursi kepemimpinan. Untuk melihat kredibilitas seorang pemimpin bukan hanya saja dapat dilihat dari komunikasi artifaktual, melainkan dari integritasnya untuk mengayomi masyarakat dan bukan hanya sekedar

mengumbar-umbar janji belaka. Bisa saja komunikasi artifaktual yang digunakan Abdul Muhaimin Iskandar adalah menjadi salah satu senjatanya untuk meraih banyaknya suara dalam memenangkan pemilu yang akan datang.

2. Komunikasi artifaktual masuk kedalam rumpun ilmu komunikasi nonverbal. Oleh sebab itu, diharapkan penelitian tentang topik seperti ini dapat menjadi panduan untuk menjelajah lebih jauh lagi tentang kode-kode artifaktual.

Namun demikian, penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, diharapkan juga kepada peneliti selanjutnya untuk memperbaiki dan menyempurnakan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Angelina, Monica Stella, and Pinkey Triputra. "Analisis Semiotik Fashion Ines Ariani Sebagai Bentuk Presentasi Diri." *Jurnal Komunikasi* 7, no. 2 (2015): 165–179.
- Barnard, Malcolm. "Fashion Sebagai Komunikasi." *Yogyakarta: Jalasutra* (2011).
- Bungin, M Burhan. "Penelitian Kualitatif. Jakarta: Kencana Prenada Media." *Group* (2008).
- Bus, Yecki. "DEKLARASI BALFOUR, LAHIRNYA SEBUAH PRASANGKA 100 TAHUN: Mengenang Satu Abad Deklarasi Balfour 1917-2017." *Khazanah: Jurnal Sejarah dan Kebudayaan Islam* (2017): 15–40.
- Desideria, Marchely. "Strategi Adaptasi Komunikasi Antarbudaya (Studi Kasus Tenaga Kerja Indonesia Di Taiwan)." Universitas Multimedia Nusantara, 2018.
- Dr, P. "Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D." *CV. Alfabeta, Bandung* (2008): 25.
- Fadiyah, Dina, and Jimmy Simorangkir. "Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Membangun Citra Positif Presiden Joko Widodo Pada Pilpres 2019." *Journal of Political Issues* 3, no. 1 (2021): 13–27.
- Fatayati, Sun. "Branding Politik Joko Widodo Dalam Pilpres 2014 Di Media Online." *Tribakti: Jurnal Pemikiran Keislaman* 27, no. 1 (2016): 25–39.

Hartono, Dudi, and Riyan Hidayatullah. "Mitosis Militerisme Pada Busana Kampanye (Analisis Semiotika Roland Barthes Busana Kampanye Agus Harimurti Yudhoyono–Sylviana Murni)." *JCommsci-Journal Of Media and Communication Science* 2, no. 2 (2019).

Ibrahim, Idi Subandy, and Bachruddin Ali Akhmad. *Komunikasi Dan Komodifikasi: Mengkaji Media Dan Budaya Dalam Dinamika Globalisasi*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014.

Iskandar, A Muhaimin. *Melanjutkan Pemikiran & Perjuangan Gus Dur*. LKIS PELANGI AKSARA, 2010.

Ismail, Rosmiza, Salmy Edawati Yaacob, and Mohd Zamro Muda. "Keperluan Deklarasi Hibah Dan Kekangannya Dalam Perancangan Harta Orang Islam." *Journal of Contemporary Islamic Law* 5, no. 2 (2020): 77–83.

Jannah, Anifatul. "Komunikasi Artifaktual Status Instagram 'Ning' Pondok Pesantren." *Jurnal Komunikasi Islam* 8, no. 2 (2018): 358–379.

Juditha, Christiany. "Fashion Sebagai Media Komunikasi (Analisis Semiotik Fashion Kontroversial Lady Gaga)." *Communication* 6, no. 1 (2015).

Kridalaksana, Harimurti. *Mongin Ferdinand De Saussure*. Yayasan Obor Indonesia, 2005.

Lees-Marshment, Jennifer. "Global Political Marketing." In *Global Political*

Marketing, 19–33. Routledge, 2009.

Maisya, Salsa Ratu, and K Y S Putri. “Konstruksi Makna Postingan Instagram@Najwa Shihab Dalam Membangun Citra Diri (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure).” *AL MUNIR: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 12, no. 01 (2021): 75–87.

Mitsikopoulou, Bessie. “Introduction: The Branding of Political Entities as Discursive Practice.” *Journal of Language and Politics* 7, no. 3 (2008): 353–371.

Octaviani, Aisyah, and Tresna Wiwitan. “KOMUNIKASI ARTIFAKTUAL SEBAGAI CITRA DIRI DOSEN FIKOM UNISBA.” *Prosiding Hubungan Masyarakat* (2014): 39–44.

Oktavianti, Roswita, Septia Winduwati, and Lydia Irena. “Pelatihan Membangun Komunikasi Artifaktual Pada Siswa SMA.” *Jurnal Gema Ngabdi* 2, no. 2 (2020): 147–154.

Purnamentari, Luh Yuli, I Nengah Suandi, M Hum, and Ni Made Rai Wisudariani. “Analisis Jenis, Bentuk, Dan Fungsi Tindak Tutur Berita Utama Pada Koran Bali Post.” *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Undiksha* 7, no. 2 (2017).

Rahmat, Jalaluddin. “Psikologi Komunikasi, Bandung: Remaja Rosdakarya.” *Cet. XXII* (2011).

Ranti, Khairina Sophia. “Analisis Komunikasi Antar Pribadi Barista Dan Konsumen Dalam Menciptakan Kepuasan (Studi Pada Barista Coffee Shop Piacevole Di Medan).” UMSU, 2020.

Rozak, Abdul. “Pengertian Deklarasi, Macam, Dan Contohnya.” *DosenPPKN Membahas Ilmu Kewarganegaraan*. Last modified 2022.
<https://dosenppkn.com/deklarasi/>.

Saleh, M Ridha. *Menghijaukan Ham*. PT. Rayyana Komunikasindo, 2020.

Salsabila, ARINA. “Representasi Citra Politik Harry Tanoesoedibjo Dalam Video Klip Mars Partai Perindo.” *Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga* (2017).

Sandra, Lidya Joyce. “Political Branding Jokowi Selama Masa Kampanye Pemilu Gubernur DKI Jakarta 2012 Di Media Sosial Twitter.” *Jurnal E-komunikasi* 1, no. 2 (2013).

Santi, Fitria. “Pesan Nonverbal Dalam Komunikasi Politik Wahidin Halim Sebagai Calon Gubernur Banten Pada Pilkada Banten 2017.” *Nyimak: Journal of Communication* 2, no. 2 (2018): 131–149.

Sari, Yosi Merta, Lisa Adhrianti, and Rasianna B R Saragih. “KOMUNIKASI NON VERBAL ARTIFAKTUAL MELALUI PAKAIAN SEBAGAI MEDIA PEMBENTUKAN IDENTITAS DIRI PADA MAHASISWI BERCADAR DI UNIVERSITAS BENGKULU.” *JOISCOM (Journal of Islamic Communication)* 2, no. 2 (2021).

Scammell, Margaret. "Political Brands and Consumer Citizens: The Rebranding of Tony Blair." *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 611, no. 1 (2007): 176–192.

Sihabudin, H Ahmad. *Komunikasi Antarbudaya: Satu Perspektif Multidimensi*. Bumi Aksara, 2022.

Simarmata, Janner, Mhd Ebit Taufiq, Jafar Sidik, Riki Wahyudi Saputra, Siti Hapsah, Angereiny Citra Sari, Nur Apna Pratama, Divo Santana Sitompul, Niswan Al-Wafi, and Riza Al Akbar. *Pengantar Manajemen Sistem Informasi*. Yayasan Kita Menulis, 2020.

Sitompul, Anni Lamria, Mukhsin Patriansyah, and Risvi Pangestu. "Analisis Poster Video Klip Lathi: Kajian Semiotika Ferdinand De Saussure." *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya* 6, no. 1 (2021).

Sunyoto, Danang. "Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran, Konsep, Strategi, Dan Kasus" (2014).

Syarafa, Dhimas Abdillah, Lisa Adhrianti, and Eka Vuspa Sari. "Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial Mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu." *Jurnal Kaganga: Jurnal Ilmiah Sosial dan Humaniora* 4, no. 2 (2020): 20–29.

Utari, Ranti Irmawati. "Pakaian Sebagai Komunikasi Artifaktual." *Prosiding Hubungan Masyarakat* (2016): 443–448.

Yusi Avianto Pareanom, Faizol Riza. *100% ISLAM 100% INDONESIA Perjalanan*

Politik Cak Imin. Depok: Banana, 2017.

