

**REPRESENTASI PESAN IKLAN PSI VERSI TOLAK POLIGAMI DI
TELEVISI**



OLEH

JUANA A NOMTANIS

NIM : 2015230109

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI
MALANG**

2019

RINGKASAN

Iklan PSI merupakan iklan yang menggambarkan tentang strategi politik yang dijalankan oleh PSI itu sendiri, dengan menolak adanya poligami dan anti korupsi, dan iklan tersebut berharap agar pandangan masyarakat tertuju pada kehadirannya sebagai partai yang mendukung aksi tolak poligami dan anti korupsi.

Bedasarkan hasil penelitian PSI versi tolak poligami, yakni Psi sebenarnya ingin meningkatkan elektabilitas kehadirannya di dunia politik indonesia dengan melakukan terebosan-terebosan baru yang mendukung sebagai pihak, sehingga kehadiran PSI mudah diterima oleh kalangan masyarakat berdasarkan tingkat pengetahuan mereka masing-masing.

Dengan menolak adanya poligami, PSI sudah didukung oleh perempuan-perempuan dan kalangan akademis bahwa tindakan poligami sangat tidak menghargai harkat dan martabat seorang perempuan itu sendiri. Makna konotasi yang digambarkan ialah bahwa PSI adalah partai yang jujur dan benar, sehingga praktik-praktik yang melanggar hukum tidak direkomendasikan oleh kader-kader dalam partai tersebut.

Poligami dilakukan atas dasar hawa nafsu dan keinginan dari seorang lelaki, atas dasar itu PSI menolak hadirnya poligami bagi pejabat negara, ini merupakan mitos yang berkembang di lingkup masyarakat indonesia sekarang ini.

Kata Kunci : Representasi, Pesan, Poligami

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Media massa merupakan alat yang digunakan dalam komunikasi massa yang bisa menyebarkan pesan secara bersamaan dan cepat. Dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis yang sangat mendukung dan membantu seperti surat kabar, radio, film, televisi dan internet.

Iklan dan promosi merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari sistem ekonomi, politik dan sosial masyarakat. Iklan juga merupakan salah satu teks media yang didalamnya terdapat banyak tanda.

Sifat dan tujuan iklan berbeda antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, suatu perusahaan membuat iklan dengan tujuan untuk mendapatkan respon atau segera melalui iklan media massa.

Komunikator atau aktivis politik akan berusaha untuk menguasai media dan akan memenangkan pertarungan politik dibawah kendali kantor politik, media elektronik (telepon, radio, internet dan televisi) dan media cetak (surat kabar atau majalah) dan saluran transmisi lainnya.

Pada tahun 2019 partai solidaritas indonesia (PSI), menjadi salah satu partai yang menggunakan media massa untuk menggalang dukungan politik yang lebih besar, baik itu dari masyarakat maupun dari partai politik yang akan berkoalisi dengan PSI, dalam iklan PSI penyampaian pesan lebih difokuskan pada 2 hal, yaitu penanggulangan korupsi yang menjadi masalah bangsa indonesia saat ini dan masalah poligami

Alasan peneliti memilih “Representasi Pesan Iklan PSI Versi Tolak Poligami Di Televisi”, karena dari beberapa iklan politik yang pernah diketahui bahwa tidak semua partai mau membahas tentang poligami dan korupsi.

Penolakan terhadap tindakan poligami dan korupsi yang marak terjadi pada kaum elit atau politikus Indonesia.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti dapat menyusun rumusan masalah yaitu :

Bagaimana Representasi Pesan Iklan Psi Versi Tolak Poligami Di Televisi?

2. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah :

Untuk memahami dan mempelajari bagaimana Representasi Pesan Iklan Psi Versi Tolak Poligami Di Televisi?

3. Manfaat Penelitian

a) Manfaat Praktis

1. Menambah pengetahuan bagi peneliti tentang bagaimana strategi komunikasi partai politik PSI dalam mempromosikan partai tersebut melalui iklan.
2. Hasil penelitian ini dapat bermanfaat dalam upaya untuk melaksanakan strategi komunikasi yang tepat bagi partainya.

b) Manfaat Teoritis

1. Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi bidang periklanan pertelevisian.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi setiap pihak yang ingin mengetahui serta tambahan pengetahuan terkait dengan Representasi Pesan Iklan Psi Tolak Poligami Di Televisi.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2010. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana
- Bungin, Burhan. 2008. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Cangara Hafied, 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta : Rajawali Pers
- Hermawan, Anang. 2011. *Mix Methodology Dalam Penelitian Komunikasi*. Yogyakarta: Mata Padi Pressindo
- Harun, Ap. 2006. *Komunikasi Politik Sebagai Suatu Pengantar*. Bandung: Mandar Maju
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Latief Rusman, 2015. *Siaran Televisi Non-Drama*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Machmud, Muslimin. 2016. *Tuntunan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar*
- Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*, Ghalia Indonesia
- Morissan. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Noviani. 2002. *Jalan Tengah Memahami Iklan, Antara Realitas, Representasi dan Simulasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Pureklolon. 2016. *Komunikasi Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Rivers, William L. 2008. *Media Massa & Masyarakat Modern*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Subadi Sutopo. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Muhammadiyah University Press
- Sobur. Alex. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Dan Analisis Framing*. Bandung. PT. Remaja Rosda Karya
- Sobur. Alex. 2013. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda karya
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Winarno, Bondan. 2008. *Rumah Iklan: Upaya Matari Mnejadikan Periklanan Indonesia Tuan Rumah di Negeri Sendiri*. Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara

Winarno, Bondan. 2008. *Rumah Iklan: Upaya Matari Mnejadikan Periklanan Indonesia Tuan Rumah di Negeri Sendiri*. Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara