

ANALISIS PERSEPSI MASYARAKAT PADA KOMUNIKASI POLITIK PUAN MAHARANI (BALIHO JAGA IMAN, JAGA IMUN, INSYA ALLAH AMAN, AMIN)

Achmad Syifaul Qulub¹, Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom²

Beta Puspitaning Ayodya, S.Sos., M.A³

^{1,2,3} Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

qulubsyifa8@gmail.com¹, edysudaryanto@untag-sby.ac.id²,

betaayodya@untag-sby.ac.id³

Abstract :

In this development, visual communication is not only used for an art design or entertainment. Because in this reality, visual communication is also often used by political actors to convey a message that contains the interests and benefits for the wider through political advertising. Like what Puan Maharani did in using billboards as a means for political communication. Through the installation of these billboards, the public gave a lot of responses, both from a positive or negative point of view. This study aims to uncover how the public perceives the installation of billboards in the midst of the current Covid-19 pandemic. Supported by the theory of reception analysis and media ecology which will reveal how the public receives the stimulus through the installation of the billboards, as well as through a constructivist paradigm that will see how the public behaves. This study uses a descriptive qualitative analysis method with a reception analysis approach that produces a variety of public's responses. The results of this study are in the form of public's responses, some of which are in a dominant position towards the installation of billboards as a form of political communication, people in a negotiating position who think that the installation of billboards is good but still not appropriate because it does not affect for them, as well as people with an opposition position who consider that the installation of the billboards was only used as an object for Puan Maharani in gaining votes for the upcoming 2024 general election agenda.

Keywords: political communication, reception analysis, political campaign

Abstrak :

Dalam perkembangannya, komunikasi visual tidak hanya digunakan untuk sekadar desain seni ataupun hiburan semata. Karena pada kenyataannya, komunikasi visual juga seringkali digunakan oleh pelaku politik untuk menyampaikan sebuah pesan yang berisikan kepentingan dan manfaatnya bagi masyarakat luas melalui iklan politik. Seperti yang dilakukan oleh Puan Maharani dalam memanfaatkan baliho sebagai salah satu sarana untuk berkampanye politik. Melalui pemasangan baliho tersebut, tentunya masyarakat memberikan banyak respon baik dalam sudut pandang positif ataupun negatif. Penelitian ini bertujuan untuk membongkar bagaimana persepsi masyarakat terhadap pemasangan baliho di tengah wabah pandemi Covid-19 saat ini. Ditunjang dengan teori analisis resepsi dan ekologi media yang akan membongkar bagaimana masyarakat menerima stimulus melalui pemasangan baliho tersebut, serta melalui paradigma konstruktivis yang akan melihat bagaimana perilaku masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis resepsi yang menghasilkan beragam respon masyarakat. Hasil dari penelitian ini berupa respon masyarakat yang sebagian berada pada posisi dominan terhadap pemasangan baliho sebagai bentuk komunikasi politik, masyarakat pada posisi negosiasi yang beranggapan bahwa pemasangan baliho tersebut bertujuan baik namun masih kurang tepat karena kurang mengena bagi masyarakat, serta masyarakat dengan posisi oposisi yang menganggap bahwa pemasangan baliho tersebut hanya dijadikan objek bagi Puan Maharani dalam meraup suara untuk agenda Pemilu 2024 mendatang.

Kata kunci: komunikasi politik, analisis resepsi, kampanye politik

Pendahuluan

Proses komunikasi sudah ada dan dilakukan oleh manusia sejak masa pra-aksara. Dalam menjalani keberlangsungan hidup dan memenuhi kepentingannya, manusia akan selalu melakukan proses komunikasi antar individu, kelompok, maupun publik. Semakin berkembangnya zaman, semakin maju pula teknologi komunikasi yang dihasilkan. (Cangara, 2014. Halaman 7).

Kemajuan teknologi komunikasi tersebut kemudian dimanfaatkan oleh partai politik yang ada di Indonesia, salah satunya yaitu PDI Perjuangan. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk memperkenalkan upaya dan program kerjanya di mata publik melalui iklan politik komunikasi visual.

Iklan politik yang dilakukan oleh Puan Maharani tersebut berupa baliho yang menampilkan gambar Puan Maharani serta sebuah tulisan yang berbunyi *Jaga Iman, Jaga Imun, Insya Allah Aman, Amin* merupakan ajakan kepada masyarakat untuk bersama-sama menanggulangi pandemi Covid-19 yang masih ada dan menyebar di Indonesia. Baliho tersebut tersebar di beberapa daerah di Indonesia, salah satunya di Kota Surabaya.

Beberapa tahun ke belakang, Muhammad Irawan Saputra, dkk. Juga menelurkan jurnal serupa yang berjudul "Iklan Audio Visual sebagai Kampanye Politik: Analisis Resepsi pada Film Kampanye Pemilihan Gubernur Jakarta Tahun 2017 di Media Sosial" (2017). Artikel tersebut menyimpulkan bahwa iklan kampanye yang diusung oleh Ahok-Djarot menampilkan nilai dan pesan keberagaman yang lugas dan keras, sementara iklan yang ditampilkan oleh Anies-Sandi cenderung mengandung makna toleransi dan kekeluargaan.

Melalui beberapa artikel jurnal tersebut, menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap iklan politik juga akan berpengaruh kepada keberlangsungan partai politik itu sendiri. Penelitian ini dibuat untuk mengetahui bagaimana respon masyarakat di Kota Surabaya khususnya para generasi-generasi muda yang sadar akan politik terkait iklan politik yang diusung oleh Puan Maharani. Penulis juga ingin mengetahui apakah iklan politik tersebut memiliki dampak yang signifikan dalam memengaruhi khalayak ataupun menarik simpati masyarakat.

Metode Penelitian :

Metode penelitian merupakan sebuah cara ilmiah dalam mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Terdapat empat kata kunci untuk menggunakan metode penelitian, yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan (Sugiyono, 2017). Dalam sebuah penelitian, metode digunakan sebagai metodologi yang memiliki peran sebagai pengukur dalam memahami ataupun memecahkan kasus melalui rangkaian proses yang sistematis, terstruktur, dan logis.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Menurut Denzin dan Lincoln, penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan tujuan untuk menafsirkan fenomena yang terjadi, sehingga peneliti dapat melakukan penelitian dengan melibatkan macam-macam metode yang ada (Moleong, 2017. Halaman 5).

Praktisnya, penelitian kualitatif adalah sebuah metode penelitian yang memiliki maksud untuk memahami fenomena yang sedang dialami subjek ataupun objek penelitian, baik melalui tindakan, perilaku, persepsi, motivasi, dan lain-lain. Penelitian kualitatif juga menggunakan proses pengolahan kata, pembongkaran ideologi makna secara deskriptif berdasarkan gambaran perilaku subjek maupun objek yang diteliti (Moleong, 2017).

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan analisis resepsi. Analisis resepsi adalah sebuah pendekatan untuk mengukur pemaknaan *audiens* terhadap informasi yang ada di media. Melalui pendekatan ini, *audiens* seolah memiliki kuasa dan peran yang berkekuatan untuk menciptakan makna dari sebuah pesan yang telah diterima sebelumnya.

(Neuman, 2000, Halaman 17). Analisis resepsi merupakan sebuah studi mendalam yang menekankan pada proses pemberian makna melalui persepsi khalayak atas produksi pesan dan pengalaman yang diinterpretasikan. Hasil dari analisis resepsi berupa representasi respon khalayak yang mencakup identitas serta posisi subjek. (McQuail dalam Hadi, 2009. Halaman 5).

Hasil Dan Pembahasan :

Pemasangan baliho yang dilakukan oleh Puan Maharani pada kenyataannya menciptakan persepsi buruk di mata masyarakat dan khalayak. Beberapa audiens dalam forum FGD tersebut banyak mengungkapkan ketidaksetujuannya.

“Ini juga terjadi tidak jauh setelah kejadian *mute mic* yang dilakukan ketika Rapat Paripurna di DPR RI. Ini terbukti juga di beberapa kota, saya kutip melalui Kompas.com, di beberapa kota yang dipasangkan balihonya Ibu Puan yang ada di Jawa Timur, seperti Malang, Batu, dan Surabaya, itu menjadi objek vandalisme oleh orang-orang yang mungkin bereaksi tidak suka atau memberi respon negatif, dengan memberikan tulisan *open BO* di bawahnya.” (Ika Mahrdatillah, Mahasiswi, *Focus Group Discussion*, 23 Maret 2022)

Seperti pernyataan yang dikemukakan oleh salah satu audiens FGD tersebut seolah membenarkan bahwa pemasangan baliho yang dilakukan oleh Puan merupakan tindakan yang kurang tepat karena menjadi objek vandalisme.

Beberapa audiensi FGD juga mengemukakan bahwa tindakan yang dilakukan oleh Puan Maharani merupakan sebuah kegiatan yang hanya menghambur-hamburkan dana saja, padahal seharusnya Puan dapat mengalokasikan dana tersebut ke arah yang lebih bijak lagi. Melalui observasi yang telah penulis lakukan, penulis menemukan beberapa artikel internal dari laman resmi PDI Perjuangan yang memberitakan bahwa Puan Maharani juga memberikan bantuan kepada masyarakat terdampak Covid-19 serta korban erupsi Semeru beberapa waktu silam.

Audiensi FGD yang menyatakan ketidaksetujuannya dan berada dalam posisi oposisi dikarenakan mereka telah mendapatkan stimulus pada masa sebelumnya.

Sementara itu, audiensi yang berada pada posisi negosiasi menganggap bahwa pemasangan baliho tersebut memiliki tujuan yang baik, namun mereka memiliki opini bahwa cara tersebut kurang tepat dan kurang mengena.

Selain itu, audiensi yang berada pada posisi dominan mengatakan bahwa mereka setuju dengan pemasangan baliho sebagai salah satu bentuk komunikasi politik yang seringkali dilakukan oleh para aktor politik

Melalui fenomena tersebut, audiens FGD merasa bahwa kegiatan yang dilakukan oleh Puan Maharani tidak begitu mengena untuk meraih hati masyarakat. Namun, usaha yang dilakukan oleh Puan sebetulnya sudah dapat dibilang cukup baik, hanya saja kurang menonjol dalam segi pemberitaan.

Penutup :

Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia (GMNI) melalui hasil FGD yang ada hendak menyampaikan sebuah permasalahan yang seringkali dihadapi dan dielukan oleh masyarakat. Sebagai seorang subjek yang berpelan sebagai penutur dan penyambung lidah masyarakat, mereka menyuarakan bahwa pemasangan baliho tersebut pada intinya berguna untuk mengedukasi masyarakat agar tetap menjaga kesehatan di tengah dampak Covid-19, namun

cara yang digunakan masih kurang tepat mengenai kepada sasaran yang seharusnya hendak dituju.

Setelah melaksanakan forum FGD dengan menggunakan metode analisis resepsi melalui paradigma konstruktivis, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Posisi Dominan

Beberapa narasumber menganggap bahwa pemasangan baliho tersebut memiliki tujuan positif yaitu sebagai sarana untuk mengingatkan masyarakat terkait pentingnya menjaga kesehatan di kala serangan virus yang mematikan serta berbahaya. Baliho tersebut kemudian dianggap sebagai salah satu sarana untuk mewujudkan himbauan tersebut.

2. Posisi Negosiasi

Beberapa narasumber lainnya menganggap bahwa pemasangan tersebut memiliki manfaat yang baik, namun mereka merasa bahwa pemasangan tersebut merupakan metode yang kurang tepat. Oleh karenanya, beberapa narasumber menyarankan bahwa bila Puan ingin meningkatkan citra positifnya di masyarakat, ia dapat menggunakan cara yang lebih relevan, seperti membagikan sembako atau hal lainnya yang dapat menciptakan dampak signifikan bagi masyarakat.

3. Posisi Oposisi

Narasumber lainnya juga ada yang menyuarakan ketidaksetujuannya terkait dengan pemasangan baliho tersebut. Mereka mengira bahwa pemasangan baliho tersebut merupakan salah satu cara Puan dalam meningkatkan citranya di mata public menuju panggung politik pada Pemilu 2024 mendatang dengan dalih pemasangan baliho peduli terhadap kesehatan masyarakat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan mengenai persepsi masyarakat terkait pemasangan baliho *Jaga Iman, Jaga Imun, Insya Allah Aman, Amin* dengan metode analisis resepsi, peneliti memiliki beberapa saran yang dapat di-implementasikan baik dalam bidang akademik maupun masyarakat dan diharapkan dapat berguna bagi seluruh kalangan.

1. Penelitian ini tentunya masih jauh dari kata sempurna dan mendalam. Oleh karenanya, bagi peneliti lain yang dirasa memiliki topik serupa, hendaknya dapat menggunakan metode analisis lain seperti analisis semiotika demi mendapatkan hasil yang maksimal, variative, mendalam, dan semakin berkembang.
2. Bagi khalayak, hendaknya dapat lebih bijak dan positif lagi dalam mempelajari seputar persepsi, penayangan media, dan penerimaan pesan terhadap kebijakan publik. Selain itu, masyarakat hendaknya dapat mengulik pemberitaan atau wacana lebih dalam lagi melalui salah satu media yang lebih kredibel sehingga mampu mendapatkan hasil yang lebih berimbang dan mampu menciptakan kesadaran berpikir yang positif dan kritis.

Daftar Pustaka :

- Boer, K. M. (2014). IKLAN PARTAI POLITIK DAN POLITIK MEDIA. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13, 296–310.
- Bungin, B. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Cangara, H. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (2nd ed., p. 7). PT. Rajagrafindo Persada.
- Hadi, I. P. (2009). PENELITIAN KHALAYAK DALAM PERSPEKTIF RECEPTION ANALYSIS. *Jurnal Ilmiah Scriptura*, 3, 1–7.
<https://doi.org/https://doi.org/10.9744/scriptura.3.1.1-7>
- Hakim, L. (2021). *Pengamat Minta Vandalisme di Baliho Puan Maharani Tidak Ditanggapi Berlebihan*. Sindonews.Com. <https://daerah.sindonews.com/read/493708/704/pengamat-minta-vandalisme-di-baliho-puan-maharani-tidak-ditanggapi-berlebihan-1627358866>
- Kellner, D. (2018). *Budaya Media: Cultural Studies, Identitas, dan Politik Antara Modern dan*

- Postmodern* (M. Al-Fayyadl (ed.)). Jelasutra.
- KOMPASTV. (2021). *Muncul Selebaran Dipaksa Sehat di Negara yang Sakit*.
<https://www.youtube.com/watch?v=6oUMlF91Qu8&t=40s>
- Kroeger, M. (2008). *Paul Rand: Conversations with Students* (L. Lee (ed.); 1st ed., p. 22). Princeton Architectural Press.
- Mbakjhe. (2019). *Komunikasi Politik*. Kelaskomunikasi.Com.
<https://kelaskomunikasi.com/komunikasi-politik/>
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (36th ed.). PT. Remaja Rosdakarya.
- Neuman, W. L. (2000). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (4th ed.). Allyn and Bacon.
- Nofiaki, S. (2020). *Analisis Resepsi Pada Kebijakan Wajah Baru Malioboro pada Pedagang Kaki Lima*. Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Poerwandari, E. K. (2007). *Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia*. LPSP3 UI.
- Purnama, S. G. (2015). *Panduan Focus Group Discussion (FGD) dan Penerapannya*.
- Rahardjo, M. (2010). *Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif*. <http://repository.uin-malang.ac.id/1133/1/triangulasi.pdf>
- Rahman, F. (2019). *Analisis Resepsi Followers Akun WWF terhadap Kampanye Konservasi Lingkungan di Instagram*. Universitas Islam Indonesia.
- Risanti, S. (2020). Analisis Resepsi Karier dalam Iklan Politik Partai Gerindra Sarjana, Kerja, Kerja, Kerja bagi Alumni Fisip UNRI. *JOM FISIP*, 7, 1–12.
- Salim, A. (2006). *Teori & Paradigma Penelitian Sosial*. Tiara Wacana.
- Saputra, M. I., Fajar, D. P., & Fikri, M. (2017). Iklan Audio Visual Sebagai Kampanye Politik: Analisis Resepsi pada Film Kampanye Pemilihan Gubernur Jakarta Tahun 2017 di Media Sosial. *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi*, 1, 594–608.