

ABSTRAK

Iklan Partai Perindo beberapa tahun terakhir mendapat sorotan, dikarenakan iklan tersebut sering menabrak aturan yang sebenarnya ada dalam periklanan Partai Politik. Dibalik iklan itu sendiri terdapat pesan yang pastinya ingin disampaikan pembuat iklan. Penelitian ini ingin mengetahui pesan apa yang dibawa oleh iklan ini, target dari iklan ini seperti apa, kemudian komunikasi politik seperti apa yang ingin disampaikan. Metode yang digunakan untuk mengungkap isi pesan tersebut, dengan metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, tehnik pengumpulan data dilakukan dengan menganalisa teks, melihat kognisi sosial dan konteks sosial dan dilakukan uji validitas secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Teori adalah dengan analisis wacana, Teun Van Dijk. Objek penelitian ini adalah iklan Partai Perindo pertama. Hasil penelitian tersebut adalah pertama Partai Perindo mencoba menawarkan perubahan ke masyarakat dengan berbagai pencitraan, kedua target yang disasar utamanya menarget kalangan yang sudah mempunyai hak pilih, Ketiga yaitu sebagai partai baru memang perlu secara gencar partai tersebut mengenalkan Partai dan tokoh-tokohnya, kepemilikan media juga mempermudah langkah tersebut. Komunikasi politik lebih pada persuasi atau ajakan.

Kata Kunci: Iklan, Partai Politik, Perindo, Televisi

ABSTRACT

The Perindo Party ads in the last few years have been under the spotlight, because these advertisements often hit the rules that actually exist in advertising political parties. Behind the ad itself, there is a message that the advertiser wants to convey. This study wanted to know what messages were brought by this advertisement, what the target of this ad was, then what political communication would like to convey. The method used to uncover the contents of the message, with qualitative research methods is a research method based on postpositivism philosophy used to examine the condition of natural objects, (as opposed to experiments) where researchers are key instruments, data collection techniques are analyzed by analyzing text, looking at social cognition and social context and testing triangulation validity (combined), data analysis is inductive / qualitative, and the results of qualitative research emphasize the meaning rather than generalization. The theory is with discourse analysis, Teun Van Dijk. The object of this research is the first Perindo Party advertisement. The results of the study were that the first Perindo Party tried to offer changes to the community with various images, the two targets targeted primarily targeting those who already had the right to vote. Thirdly, as a new party the party needed to intensively introduce the Party and its figures, media ownership simplify the step. Political communication is more about persuasion or invitation.

Keywords: Advertising, Political Parties, Perindo, Television