

## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Departemen Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Advertising**

**Satrio Nugroho Wijayanto**

**REPRESENTASI ETNOSENTRISME SUKU, AGAMA, RAS, DAN  
ANTARGOLONGAN DALAM IKLAN KAMPANYE PEMILIHAN  
GUBERNUR DKI JAKARTA 2017 (ANALISIS SEMIOTIK DALAM  
IKLAN KAMPANYE POLITIK AHOK – DJAROT DAN ANIES - SANDI)**

**Tahun Skripsi : 2019 + 58 Hal + 12 Gambar + 1 Tabel**

**Daftar Pustaka : 30 Buku + 17 Jurnal + 16 Website**

Pemilihan gubernur DKI Jakarta dilaksanakan pada tahun 2017, berbagai iklan politik mulai bermunculan. Iklan politik digunakan untuk menyampaikan pesan politik seperti visi, misi, dan citra diri oleh kandidat kepada khalayak menggunakan media massa. Setelah adanya kasus penistaan agama oleh Basuki Tjahaja Purnama, isu-isu sensitif tentang SARA mulai dimanfaatkan dalam kampanye politik, terutama dalam pemilihan gubernur DKI Jakarta 2017, karena Basuki merupakan calon gubernur petahana.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui representasi etnosentrisme suku, agama, ras, dan antargolongan dalam iklan kampanye pemilihan gubernur DKI Jakarta 2017. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan metode analisis semiotik Roland Barthes. Objek penelitian ini adalah iklan dari dua pasangan calon gubernur DKI Jakarta 2017 yaitu Perjuangan Belum Selesai, Beragam itu Basuki - Djarot, Jakarta Maju Bersama Anies - Sandi, dan Anies – Sandi Langkah Maju.

Hasil analisis dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam iklan kampanye pemilihan gubernur DKI Jakarta 2017 telah merepresentasikan etnosentrisme suku, agama, ras, dan antargolongan para calon gubernur DKI Jakarta 2017. Pasangan Basuki-Djarot membawa representasi dari minoritas melalui sosok Basuki dan aktor dengan ciri fisik etnis Tionghoa dengan iklan yang lebih menekankan pada pembuktian bahwa kalangan minoritas baik dari suku, agama, ras, dan antargolongan yang sering mengalami diskriminasi mampu menunjukkan superiorinya terhadap kalangan mayoritas di Indonesia. Sedangkan pasangan Anies – Sandi merepresentasikan mayoritas terutama agama Islam, melalui atribut agama Islam seperti jilbab, baju putih, dan peci serta menampilkan pembangunan ekonomi umat Islam dengan memberikan pekerjaan kepada umat Islam sendiri.

**Kata Kunci : Iklan Politik, Pilkada, Ideologi, Mitos**

## ABSTRACT

**Muhammadiyah University of Yogyakarta  
Faculty of Social Science and Political Science  
Department of Communication  
Advertising Concentration**

**Satrio Nugroho Wijayanto**

**REPRESENTATION OF ETHNIC, RELIGION, RACE, AND INTERGROUP ETNOCENTRISMS IN DKI JAKARTA GOVERNOR ELECTION ADVERTISING CAMPAIGN (SEMIOTIC ANALYSIS IN POLITICAL ADVERTISING CAMPAIGN AHOK - DJAROT AND ANIES - SANDI)**

**Year of Thesis : 2019 + 58 Pages + 12 Pictures + 1 Tables**

**Bibliography : 30 Books + 17 Journals + 16 Websites**

The election of the Governor of DKI Jakarta is carried out in 2017, various political advertisements are starting to emerge. Political advertising is used to convey political messages such as vision, mission, and self-image by candidates to audiences using mass media. After the blasphemy case by Basuki Tjahaja Purnama, sensitive issues about SARA began to be utilized in political campaigns, especially in DKI Jakarta gubernatorial election, because Basuki was a candidate for incumbent Governor.

This research was conducted to determine the ethnocentrism representation of ethnicity, religion, race, and intergroup in the DKI Jakarta Governor's election campaign ad 2017. This research is a descriptive qualitative study with Roland Barthes's semiotic analysis method. The object of this research is the advertisement of the two Jakarta gubernatorial candidate pairs in 2017, that are "Perjuangan Belum Selesai", "Beragam itu Basuki – Djarot", "Jakarta Maju Bersama Anies –Sandi", and "Anies – Sandi Langkah Maju".

The analysis results from this study indicate that in the DKI Jakarta 2017 gubernatorial election campaign ad represented ethnocentrism of ethnic, religious, racial, and intergroup candidates for the governor of DKI Jakarta 2017. The Basuki-Djarot couple brought representation from minorities through Basuki's figure and actors with ethnic physical Chinese characteristics and the advertisements that place more emphasis on proving that minorities from ethnic, religious, racial, and intergroup groups often experience discrimination were able to show their superiority to the majority in Indonesia . Whereas the couple Anies - Sandi represents the majority, especially the Islamic religion, through Islamic religious attributes such as headscarves, white clothes, and muslim cap, and the advertisements show the economic development of muslims by giving work to muslims themselves.

**Keywords:** Political Advertising, Election, Ideology, Myth