

## ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Abdurrahman Takri (20100530014)

Representasi Keistimewaan Yogyakarta dalam Iklan Politik Luar Ruang

DPR RI dalam Pemilu 2014

Tahun Skripsi : 2014 + 75 Halaman

Daftar Pustaka : 23 Buku + 2 Jurnal + 2 Skripsi + 1 Indeks + 4 Website

Menjelang Pemilu 2014, para politisi yang mengejar kursi kekuasaan di lembaga legislatif dari tingkat daerah sampai dengan tingkat pusat berebut simpati audiens. Salah satu media yang paling banyak dipilih adalah iklan luar ruang, baik dipasang sesuai aturan maupun yang dipasang dengan melanggar aturan; seperti pemasangan iklan luar ruang yang dipaku di pohon dan yang dipasang di ruang publik. Isu keistimewaan Yogyakarta yang sempat menjadi polemik di sekitar tahun 2010 – 2013 menjadi salah satu isu utama yang dijual para politisi melalui iklan luar ruang. Masalah yang timbul disini adalah bagaimana representasi keistimewaan Yogyakarta dalam iklan politik luar ruang calon anggota DPR RI dalam pemilu 2014.

Representasi yang ditampilkan dalam iklan luar ruang politisi menjelang pemilu 2014 menjadi menarik untuk dikaji dalam penelitian yang menggunakan metode semiotika Roland Barthe dengan gagasan signifikan dua tahap yang kemudian menggunakan mitos di dalamnya.

Pemberian status keistimewaan pada Yogyakarta dimanfaatkan oleh para politisi yang bertarung dalam Pemilu 2014 dalam komunikasi politik yang mereka lakukan, terutama melalui media iklan luar ruang. Spanduk, baliho dan poster yang dipasang oleh para politisi banyak menggunakan jargon-jargon keistimewaan Yogyakarta untuk merebut hati rakyat Yogyakarta.

Dapat disimpulkan bahwa para calon anggota memanfaatkan isu keistimewaan dalam strategi kampanyenya dan menggunakan beberapa elemen penting dalam merepresentasikan dirinya untuk membangun citra keistimewaan. Para calon legislatif merepresentasikan diri dalam iklan politiknya dengan menggunakan simbol atau tanda yang tidak asing bagi masyarakat Yogyakarta. Seperti penggunaan gelar nama dari keturunan Kraton, penggunaan bahasa Jawa dan sejarah Yogyakarta dalam iklannya.

**Kata Kunci : Representasi, Identitas, Keistimewaan, Budaya**