

**Periklanan Politik Identitas**  
(Studi Pada Iklan Azan Ganjar Pranowo)

**Azman Sulaiman,<sup>1</sup> Hasrat Effendi Samosir,<sup>2</sup> Katimin Katimin,<sup>3</sup> Hanifah Nurdin<sup>4</sup>**

<sup>1,4</sup>Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Indonesia

<sup>2,3</sup>Universita Islam Negeri (UIN) Sumatera Utara Medan, Indonesia

Email: azman@ar-raniry.ac.id,<sup>1</sup> hasratefendisamosir@uinsu.ac.id,<sup>2</sup>

katimin@uinsu.ac.id,<sup>3</sup> hanifah.nurdin@ar-raniry.ac.id<sup>4</sup>

**ABSTRACT**

Religious political communication must be conducted tactfully and responsibly. Politicians and religious leaders should seek to promote religious tolerance, harmony and diversity, while avoiding tension-fueled rhetoric. Political identity is a belief, value and attitude that gives a person a view of politics. Political advertising is an attempt to promote a particular candidate or political party. The research method used qualitatively with semiotic analysis, the media text analysis model used in this study is the Charles Sanders Peirce model. The purpose of the researcher to examine the identity politics advertisement of the ad show featuring Ganjar is to examine the food and purpose and identify whether the political identity in the call to prayer is present. The results of the research obtained the pros and cons of the azan ad shown on one of the private TVs that became a video talent are one of the presidential candidates in the 2024 election, namely Ganjar Pranowo. The result of the analysis of the controversy that occurred was that it was one of the groups of identity politics and some others argued that the question was a religious tolerance.

**Key Words:** *Identity Politics; political advertising; Ganjar Pranowo; Azan Salat*

**ABSTRAK**

Komunikasi politik agama harus dilakukan dengan bijaksana dan penuh tanggung jawab. Politisi dan pemimpin agama seharusnya berusaha mempromosikan toleransi, harmoni, dan keberagaman agama, sambil menghindari retorika yang memicu ketegangan. Identitas politik merupakan sebuah kepercayaan, nilai dan sikap yang memberikan pandangan seseorang terhadap politik. Periklanan politik adalah upaya untuk mempromosikan kandidat atau partai politik tertentu. Metode penelitian yang digunakan kualitatif dengan analisis semiotika, Model analisis teks media yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Charles Sanders Peirce. Tujuan peneliti meng-kaji periklanan politik identitas dari tayangan iklan yang Menampilkan Ganjar adalah untuk mengkaji makan dan tujuan serta mengidentifikasi apakah adanya politik identitas di tayangan azan tersebut. Hasil penelitian yang didapat adanya pro dan kontra dari tayangan iklan azan yang ditampilkan di salah satu TV swasta yang menjadi talen video merupakan salah satu bakal calon presiden pada pemilu 2024 yaitu Ganjar Pranowo. Hasil analisis kontroversi yang terjadi bahwa itu sebagai salah satu tayangan politik identitas dan Sebagian lain berpendapat bahwa tayangan tersebut merupakan sebuah toleransi beragama.

**Kata Kunci:** Politik Identitas. Periklanan Politik, Ganjar Pranowo; Azan Salat

## PENDAHULUAN

Indonesia dengan segala keberagamannya selalu punya banyak cerita, termasuk pula dalam hal politik. Menurut data statistik tahun 2010 Indonesia memiliki 1.340 suku bangsa<sup>1</sup> dan enam agama. Keberagaman identitas rakyat Indonesia diikat dengan slogan Bhinneka Tunggal Ika yang bermakna “Berbeda-beda tapi tetap satu”. Indonesia menganut ideologi Pancasila yaitu lima sila yang dipegang teguh masyarakat sebagai dasar negara. Lima sila pada Pancasila disusun sedemikian rupa untuk mewakili semua latar belakang suku, agama, dan ras rakyat Indonesia sehingga dapat bersatu dalam membangun bangsa.

Urusan perpolitikan mengambil tempat tersendiri dalam kehidupan masyarakat dan tatanan kenegaraan. Pergesekan kerap kali terjadi dalam dunia politik dengan berbagai pemicu. Tidak jarang masalah yang timbul mengakibatkan konflik dalam kehidupan sosial masyarakat secara luas, padahal konflik yang terjadi biasanya atas kepentingan politik kekuasaan, posisi, dan kedudukan dalam jabatan tatanegara. Keberagaman ini menciptakan dinamika politik yang unik, di mana berbagai kelompok agama, budaya, dan etnis berinteraksi dalam masyarakat dan politik. Penelitian dalam bidang ini bertujuan untuk memahami bagaimana keberagaman ini memengaruhi politik identitas dan komunikasi politik.

Sejarah politik Indonesia memiliki pengaruh yang signifikan dari agama, khususnya Islam. Islam telah memainkan peran penting dalam pembentukan negara dan politik di Indonesia, yang berdampak pada konflik politik, identitas, dan komunikasi. Partai-partai politik berbasis Islam, seperti Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dan Partai Persatuan Pembangunan (PPP), memiliki pengaruh dalam politik Indonesia. Partai-partai ini sering menjadi subjek penelitian untuk memahami kontribusi mereka dalam politik identitas dan komunikasi politik agama.

Penelitian dalam bidang politik identitas, politik Islam, dan komunikasi politik Islam di Indonesia adalah penting untuk memahami kompleksitas dinamika politik dan sosial di negara ini. Dengan pemahaman yang lebih dalam, penelitian semacam ini dapat membantu merumuskan kebijakan yang lebih baik untuk mengatasi tantangan dan mempromosikan toleransi dan harmoni dalam masyarakat yang beragam seperti Indonesia.

---

<sup>1</sup> Portal Informasi Indonesia, “Suku Bangsa,” INDONESIA.GO.ID, 2017.

Komunikasi politik agama harus dilakukan dengan bijaksana dan penuh tanggung jawab. Politisi dan pemimpin agama seharusnya berusaha mempromosikan toleransi, harmoni, dan keberagaman agama, sambil menghindari retorika yang memicu ketegangan. Perlu diingat bahwa komunikasi politik agama di Indonesia sering kali menjadi topik yang sangat kompleks dan sensitif, dan harus dihadapi dengan cermat. Pemerintah dan masyarakat sipil berperan penting dalam mempromosikan nilai-nilai keberagaman, toleransi, dan harmoni di negara ini.

Komunikasi politik dilakukan dengan cara beragam, salah satunya adalah dengan iklan. Iklan politik merupakan bagian dari komunikasi pemasaran untuk mempromosikan kandidat dengan cara pemasaran komersial maupun nonkomersial. Dilakukan oleh partai politik dalam membuat citra politik calon kandidat menjadi baik. Politik identitas biasa digunakan oleh para pemimpin sebagai retorika politik dengan berbagai tampilan, sebutan yang menghendaki kekuasaan. Politik identitas dilakukan sebagai manipulasi-alat menggalang politik- untuk memenuhi kepentingan ekonomi dan politiknya. Ada fenomena menarik untuk dicermati pada pemilihan calon presiden tahun 2024 di Indonesia. Adanya kandidat yang menggunakan isu agama sebagai senjata dalam kontestasi Pilpres.

Contoh politik identitas yang dilakukan seperti apa yang diungkapkan Abah Aos bernama Syekh Muhammad Abdul Gaos Saefulloh Maslul, kelahiran Ciamis menyebutkan Anies Baswedan titisan Imam Mahdi, punya musuh Dajjal. Ia mengatakan “Anies adalah titisan Imam Mahdi yang berjuang jadi presiden di Pilpres 2024” Ucap Abah Aos penuh keyakinan <sup>2</sup>. Selain Anies Baswedan, ada kandidat lain yaitu Ganjar Pranowo yang muncul pada iklan azan salah satu stasiun televisi swasta. Memperlihatkan Ganjar Pranowo sedang berwudu dan melakukan Shalat berjamaah pada saf pertama. Padahal Ganjar Pranowo merupakan sosok calon presiden yang berideologi nasionalis yang telah akan diusung oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP). PDIP sendiri juga merupakan partai yang memiliki platform nasionalis.

Keanekaragaman identitas suku bangsa, etnis, agama, hingga adat istiadat, adalah karunia, namun bisa menjadi potensi persoalan jika perbedaan di dalamnya tidak berhasil dianalisis dalam satu prinsip dasar kebangsaan yang mampu menjadi pijakan hidup bersama dalam suatu negara bangsa yaitu NKRI (Indonesia untuk semua). Berdasarkan uraian di atas, hubungan agama dan politik erat kaitannya dalam realitas kehidupan sosial

---

<sup>2</sup> Populis, “Sebut Anies Baswedan Titisan Imam Mahdi Yang Diutus Allah Buat Lawan Dajjal, Ulama: Haram Kalau Tidak Dukung Beliau!,” 2023.

sehingga mengkaji isu ini menjadi menarik. Oleh karena itu, merujuk pada hal tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji periklanan politik identitas (studi pada iklan azan Ganjar Pranowo). Peneliti membahas secara khusus terkait tayangan iklan azan magrib yang menampilkan ganjar untuk mengkaji bagaimana identitas politik agama yang digunakan dalam periklanan politik, hal tersebut menjadi perbincangan masyarakat luas dan di dalam iklan tersebut menggunakan simbol agama Islam yaitu azan, masjid, wuduk dan Shalat, ini menunjukkan identitas politik agama masih menjadi daya Tarik yang kuat dalam periklanan politik di Indonesia.

Michael Rush dan Philip Althof menjelaskan komunikasi politik merupakan sebuah proses penyampaian informasi partai politik yang relevan dari suatu bagian politik ke bagian lainnya serta dalam sistem-sistem sosial dan sistem politik<sup>3</sup>. Komunikasi politik yang digunakan dalam sistem politik yang menjadikan sistem politik mengalami pergerakan dinamis, tumbuh, berkembang, atau bahkan terjadinya konflik.

Komunikasi politik memainkan peran sentral dalam memahami bagaimana agama memengaruhi politik dan sebaliknya. Komunikasi politik agama sering kali menganalisis retorika agama yang digunakan oleh politisi, pemimpin agama, dan kelompok-kelompok agama dalam pesan-pesan politik mereka. Ini termasuk pidato, tulisan, dan media massa yang menggambarkan bagaimana pesan-pesan agama digunakan untuk memengaruhi pemilih atau opini publik.

Media sosial telah menjadi platform penting dalam komunikasi politik di Indonesia. Penelitian komunikasi politik agama mungkin mencakup analisis tentang bagaimana media sosial digunakan untuk menyebarkan pesan-pesan agama dan bagaimana hal ini memengaruhi persepsi masyarakat. Lembaga-lembaga agama, seperti masjid, gereja, dan tempat ibadah lainnya, dapat berperan dalam komunikasi politik. Komunikasi politik mencakup isu-isu hak asasi manusia, seperti kebebasan beragama dan perlindungan hak-hak kelompok agama minoritas, dalam upaya untuk memperjuangkan hak-hak ini.

Komunikasi politik sangat penting dalam proses demokrasi, karena itu adalah cara penting bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi tentang pilihan politik mereka dan memberikan suara mereka dalam pemilihan umum. Selain itu, komunikasi politik juga memengaruhi perumusan kebijakan, pengambilan keputusan politik, dan hubungan antara pemerintah dan masyarakat.

---

<sup>3</sup> Hasan Sazali, "Peran Komunikasi Politik Islam Di Indonesia; Kajian Masa Pemerintahan Orde Baru Dan Reformasi" (Medan, 2012), 11.

Islam merupakan agama yang tidak pernah memisahkan perkara dunia dengan akhirat. Islam mengajarkan nilai-nilai luhur seperti kebenaran, kejujuran, keadilan dan lain sebagainya dalam menjalankan kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Untuk menjalankan nilai-nilai tersebut serta mewujudkannya dalam kehidupan berbangsa, maka umat Islam perlu mengambil bagian dalam sistem politik dan pemerintahan<sup>4</sup>.

Menurut Yusuf Al-Qardhawi, Islam adalah politik dan tidak bisa dipisahkan dari politik, beliau memberi dua alasan, pertama karena ajaran Islam mencakup seluruh aspek kehidupan. Islam bukan hanya tentang akidah dan ibadah saja, tapi mengatur segala sesuatu tentang kehidupan manusia. Islam memiliki aturan, sikap dan hukum yang jelas tentang politik. Kedua, seorang muslim berkepribadian politis. Pribadi seorang muslim yang dibentuk oleh Islam dengan nilai akidah, ibadah, syariah hingga pendidikannya memiliki unsur politis. Islam juga menyuruh manusia untuk melakukan kebaikan dan menjauhi kemungkaran serta menasihati manusia lainnya untuk berlaku demikian, baik kepada para pemimpin ataupun manusia lainnya. Hal itu adalah salah satu dari nilai-nilai politis yang diajarkan Islam kepada umatnya<sup>5</sup>.

Jadi dari penjelasan di atas bisa kita katakan bahwa Islam memang politik, menjalankan politik adalah harus, dan Islam juga memiliki pegangan yang kuat tentang nilai-nilai yang harus ditanamkan dalam menjalankan perpolitikan. Politik Islam merujuk pada upaya untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip dan nilai-nilai Islam ke dalam proses politik, pemerintahan, dan kebijakan publik. Ini adalah salah satu aspek penting dalam konteks masyarakat yang mayoritas Muslim dan sering kali menjadi isu yang penting di banyak negara dengan populasi Muslim yang signifikan.

Penting untuk dicatat bahwa politik Islam sangat beragam dan berbeda-beda di berbagai negara dan komunitas Muslim. Praktik politik Islam di Indonesia, misalnya, dapat berbeda dengan yang ada di Timur Tengah atau negara-negara Afrika Utara. Demikian juga, pemahaman politik Islam bervariasi di antara kelompok-kelompok dan aliran-aliran yang berbeda dalam Islam. Hal ini menciptakan berbagai pandangan dan pendekatan dalam politik Islam di seluruh dunia.

Politik identitas merupakan sesuatu yang bersifat hidup, keberadaannya laten dan potensial, sewaktu-waktu dapat muncul di permukaan sebagai kekuatan politik yang

---

<sup>4</sup> Ujang Mahadi, "Komunikasi Politik Kiai Pada Kampanye Pemilu," *Jurnal Addin* 9, no. 2 (2015): 6.

<sup>5</sup> Yusuf Al-Qaradhawi, *Meluruskan Dikotomi Agama Dan Politik; Bantahan Tuntas Terhadap Sekularisme Dan Liberalisme* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2008), 98.

dominan. Secara empiris, politik identitas merupakan aktualisasi partisipasi politik yang terkonstruksi dari akar budaya masyarakat setempat, mengalami proses internalisasi secara terus menerus di dalam kebudayaan masyarakatnya dalam suatu jalinan interaksi sosial<sup>6</sup>. Politik identitas difokuskan pada tindakan politik untuk mengedepankan kepentingan-kepentingan dari anggota-anggota suatu kelompok karena memiliki kesamaan identitas atau karakteristik baik berbasiskan pada ras, etnisitas, gender atau keagamaan.

Politik identitas berbeda dengan nasionalisme, kehadiran politik identitas menciptakan tekanan-tekanan dari reduksionis sehingga dapat berperan untuk menentukan arah pembangunan identitas tersebut. Politik identitas dalam hal ini sebagai politik, yang difokuskan pada suatu pembedaan, di mana sebagai kategori utamanya adalah menjanjikan kebebasan, toleransi, dan kebebasan bermain (*free play*) walaupun pada akhirnya akan memunculkan pola-pola intoleransi, kekerasan dan pertentangan etnis. Pada akhirnya politik identitas juga dapat mencakup *rasisme*, *bio-feminisme*, *environmentalism* (politik isu lingkungan), dan perselisihan etnis<sup>7</sup>.

Politik identitas di Indonesia adalah fenomena yang kompleks dan bervariasi, mengingat keragaman etnis, agama, budaya, dan sosial di negara ini. Politik identitas mencakup upaya kelompok atau individu untuk mengidentifikasi dan mempromosikan aspek-aspek khusus dari identitas mereka dalam politik dan masyarakat. Politik identitas yang muncul karena kesamaan identitas juga terjadi di Indonesia, salah satunya berdasarkan agama. Mengagungkan Pancasila sebagai landasan negara dengan substansi didalamnya masih dianggap sebagai ancaman bagi agama minoritas yang ada di Indonesia<sup>8</sup>.

Politik identitas didefinisikan sebagai pengalam ketidakadilan yang dirasakan oleh anggota dari kelompok sosial tertentu<sup>9</sup>. Munculnya politik identitas di Indonesia dikarenakan adanya rasa ketidakadilan oleh kelompok sosial tertentu di tengah dinamika politik yang sangat beragam. Jika konflik yang diakibatkan oleh politik identitas ini terus dibiarkan maka akan mempengaruhi pada kestabilan negara.

Kekuatan dan kesatuan masyarakat Indonesia dari masa penjajahan hingga mencapai kemerdekaan adalah karena adanya nasionalisme yang tertanam sebagai

---

<sup>6</sup> Sri Astuti Buchari, *Kebangkitan Etnis Menuju Politik Identitas* (Jakarta: Pustaka Utama, 2008), 19.

<sup>7</sup> Hernovika Laksmi Tatas, "Politik Identitas Di Tahun Politik 2024," *Jurnal STIKOM Semarang*, 2023, 4.

<sup>8</sup> Yeni Sri Lestari, "Politik Identitas Di Indonesia: Antara Nasionalisme Dan Agama," *Journal of Politics and Policy* 1, no. 1 (2018): 23.

<sup>9</sup> Lestari, "Politik Identitas Di Indonesia: Antara Nasionalisme Dan Agama."

sesama rakyat Indonesia. Persamaan identitas sebagai sesama rakyat Indonesia melahirkan rasa nasionalisme yang besar dalam menjalankan kehidupan bernegara. Namun bukan hanya nasionalisme yang menjadi tolak ukur politik identitas masyarakat Indonesia. Perjuangan masyarakat Indonesia dalam mendapatkan kemerdekaan didominasi umat muslim serta kontribusi luar biasa dalam masa perjuangan bangsa, sehingga masyarakat muslim pada saat itu ingin menjadikan agama Islam sebagai identitas dalam tatanan negara <sup>10</sup>.

Muncul dua identitas besar di Indonesia yaitu kelompok yang mengusung nasionalisme dan kelompok yang membawa identitas agama. Persoalan identitas politik yang muncul dengan beragam isu dan berpegang pada keunggulan klaim kebenaran masing-masing kelompok. Islam sebagai agama mayoritas di Indonesia, serta memiliki kontribusi sangat besar dalam memperjuangkan proklamasi. Namun akhirnya identitas keagamaan ini sering kali digunakan untuk memperebutkan kekuasaan dengan menunjukkan kekuatan masing-masing. Hadirnya berbagai paham dalam masyarakat juga semakin memperkeruh keadaan dan mengikis solidaritas antara keagamaan dan nasionalisme. Sehingga kedua hal tersebut terlihat seperti dua kutub yang berbeda dan bertentangan, padahal nasionalisme dan keagamaan bisa hidup berdampingan dan pun sudah pernah terlaksana. Namun isu-isu provokatif kerap kali muncul sebagai pemicu konflik antar kedua golongan tersebut. Isu-isu yang berkembang tidak lebih dari pergerakan politik untuk mencapai tujuan tertentu bagi kekuasaan di tatanan negara.

Agama juga memainkan peran penting dalam politik identitas di Indonesia. Mayoritas penduduk Indonesia adalah Muslim, tetapi ada juga minoritas Kristen, Hindu, Budha, dan aliran kepercayaan lainnya. Isu-isu agama sering kali menjadi bagian dari politik identitas, terutama dalam pemilihan umum.

Politik identitas agama mencakup isu-isu seperti pengakuan hak-hak kelompok agama minoritas, pengaruh agama dalam pembuatan kebijakan, dan peran lembaga-lembaga agama dalam politik. Dalam konteks yang lebih positif, politik identitas juga dapat berperan dalam mempromosikan toleransi dan harmoni. Upaya-upaya dialog antar agama dan antar etnis dapat mendorong pemahaman dan perdamaian di tengah keragaman.

Politik identitas di Indonesia merupakan tantangan kompleks dan juga peluang untuk memahami dan menghargai keberagaman masyarakat. Untuk memastikan bahwa politik

---

<sup>10</sup> Lestari.

identitas berkontribusi pada pembangunan positif dan pemeliharaan kedamaian, penting untuk mempromosikan dialog, toleransi, dan inklusi sosial.

Indonesia memiliki dua golongan yang paling dominan dalam politik, yaitu kelompok nasionalis dan kelompok Islam. Kelompok Islam ialah kelompok masyarakat muslim Indonesia yang menginginkan penerapan syariat Islam dalam menjalankan negara Indonesia. Sedangkan kelompok nasionalis ialah masyarakat Indonesia baik muslim atau lainnya yang memegang prinsip cinta tanah air sebagai warga negara, dan menjalankan politik dengan nilai-nilai nasionalisme.

Melihat pembahasan di atas maka dapat kita lihat kondisi yang terjadi dalam dunia politik Indonesia sampai hari ini bahwa ada partai politik yang mengusung nasionalisme dalam komunikasi politiknya, di pihak lainnya ada partai politik yang mengusung isu agama dalam menjalankan komunikasi politiknya. Pihak yang mengusung nasionalisme menasar masyarakat Indonesia secara umum atau lebih ke masyarakat non muslim atau yang beragama minoritas di Indonesia, serta masyarakat muslim yang memilih netral dalam urusan politik dan kenegaraan. Pihak yang melakukan pergerakan politik dengan mengusung agama menasar masyarakat muslim Indonesia yang merupakan agama mayoritas, serta masyarakat dan tokoh agama Islam terutama di wilayah-wilayah Indonesia yang kental keislamannya.

Komunikasi politik Islam mengalami kemunduran dari masa kemerdekaan, bahkan pada masa orde baru partai-partai Islam mengalami kekalahan dan dianggap tidak mampu menjadi penampung aspirasi masyarakat Islam secara menyeluruh melainkan hanya aspirasi kelompok Islam tertentu <sup>11</sup>.

Berbeda dengan masa awal kemerdekaan, pada masa orde baru usaha masyarakat Islam untuk menjadikan Indonesia sebagai negara Islam sudah mulai ditinggalkan, hal ini karena banyak perubahan dalam sistem politik di Indonesia. Untuk mengembalikan politik Islam dalam setiap segmen bangsa Indonesia, masyarakat Islam melakukan banyak perubahan dalam komunikasi politiknya, hingga membentuk umat Islam kontemporer dan menjalankan komunikasi politik Islam secara struktural. Salah satunya melalui partai seperti partai Golkar, dan komunikasi politik yang dijalankan lebih lembut dibandingkan masa orde lama.

Pada masa-masa ini juga lahir beberapa tokoh politik Islam kontemporer atau tokoh pembaharu seperti Nurcholis Madjid, Ahmad Syafi'i Ma'arif, Deliah Noor dan

---

<sup>11</sup> Sazali, "Peran Komunikasi Politik Islam Di Indonesia; Kajian Masa Pemerintahan Orde Baru Dan Reformasi."



sebagainya. Para tokoh politik ini tidak lagi menyuarakan kehendak untuk menjadi negara Islam. Mereka lebih berfokus pada penguatan keislaman itu sendiri bagi masyarakat, penguatan basis kultural umat Islam untuk mencapai kekuatan politik, menyuarakan konsep-konsep *amar ma'ruf nahi munkar* dalam sistem pemerintahan, dan mulai mengedukasi masyarakat tentang keberagaman.

Pengertian iklan politik adalah suatu siaran yang bersifat informatif dan persuasif, bertujuan untuk menarik suara dan memberikan pilihan politik antara partai, kandidat, dan program. Bolland<sup>12</sup> mengartikan periklanan sebagai penempatan berita, atau berita terorganisir, pada media melalui pembayaran. Demikian pula, iklan politik dalam pengertian yang sama mengacu pada pembelian dan penggunaan ruang iklan dan pembayaran rating komersial untuk menyampaikan pesan-pesan politik kepada pemirsa. Media yang digunakan antara lain film, poster, pers, radio, dan televisi.

Identitas politik merupakan sebuah kepercayaan, nilai dan sikap yang memberikan pandangan seseorang terhadap politik. Periklanan politik adalah upaya untuk mempromosikan kandidat atau partai politik tertentu. Keterikatan antara identitas politik dan periklanan politik adalah untuk memahami pesan politik yang disampaikan pesan oleh kandidat atau partai tertentu kepada masyarakat dan bagaimana respons masyarakat terhadap pesan atau informasi tersebut<sup>13</sup>.

Periklanan politik sering kali digunakan untuk membentuk identitas politik, pesan-pesan dalam iklan dapat membentuk pandangan atau narasi spesifik tentang identitas politik yang akan disampaikan dan membangun citra kandidat atau partai seperti nilai-nilai yang baik, kebijaksanaan atau karakteristik yang konsisten dengan identitas politik yang diinginkan.

Untuk mengidentifikasi tipe kampanye periklanan politik di Amerika ada empat fase menurut Diamond dan Bates<sup>14</sup>.

1. Mengidentifikasi kandidat, dalam fase ini biografi dan kandidat harus dikemas sedemikian rupa untuk menumbuhkan kesan yang bagus
2. Kebijakan kandidat ditetapkan dalam terminology yang luas
3. Menyerang lawan dengan cara menggunakan hal negatif

---

<sup>12</sup> Winda Kustiawan et al., "Pengaruh Iklan Politik Dalam Mengambil Aspirasi Rakyat," *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan* 1, no. 8 (2022): 1374, <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i8.178>.

<sup>13</sup> Ervan Ismail, "Kontroversi Iklan Politik Dalam Pilkada Dki Jakarta 2017," *Jurnal PERSPEKTIF Komunikasi* 1, no. 3 (2018): 4.

<sup>14</sup> Kustiawan et al., "Pengaruh Iklan Politik Dalam Mengambil Aspirasi Rakyat."

4. Kandidat harus diberkahi dengan pemaknaan positif dalam konteks aspirasi dan nilai-nilai dari orang-orang yang mempunyai hak pilih

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis semiotika<sup>15</sup>. Analisis semiotika merupakan suatu metode untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda merupakan perangkat yang dipakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, ditengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*), memaknai hal-hal (*things*) dan memaknai (*to signify*).

Model analisis teks media yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Charles Sanders Peirce. Pada Model Charles Sanders Peirce sering disebut juga dengan *triadic* (bersisi tiga). Tiga komponen itu adalah *representamen*, *object* dan *interpretant*.

Sesuatu dapat disebut representamen jika memenuhi dua syarat; yaitu bisa dipersepsikan dengan baik dengan pancaindra maupun pikiran dan kedua sebagai tanda; artinya mewakili sesuatu yang lain. Objek merupakan komponen yang diwakili tanda; bisa dikatakan sesuatu yang lain. Bisa berupa materi yang tertangkap pancaindra juga dapat bersifat mental atau imajiner. Interpretant adalah arti/tafsiran. Interpretant dalam Peirce diistilahkan dengan “signifance, signification, dan interpretation”<sup>16</sup>.

Sumber data penelitian ada dua, yaitu data primer dan sekunder. Data primer berupa rekaman video pada Channel youtube @Official iNews yang berjudul Muncul di Tayangan Azan, Ganjar Pranowo Bukan Kampanye. Dan data sekunder berupa jurnal, buku, majalah dan sejenisnya yang dapat mendukung data penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil analisis berupa isi pada iklan yang ditampilkan di salah satu TV Swasta yaitu RCTI dan MNCTV. Dalam tayangan azan tersebut dianggap sebagai permainan politik identitas oleh beberapa pihak. Iklan ini layak untuk dianalisis karena mengandung berbagai simbol dan makna yang dapat diinterpretasikan yaitu di beberapa berita terdapat beberapa simbol yang dapat diidentifikasi karena Ganjar Pranowo sebagai simbol dari pemimpin daerah yang populer yang memiliki elektabilitas tinggi dan juga




---

<sup>15</sup> Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya* (PT Remaja Rosdakarya, 2006).




<sup>16</sup> Alex Sobur, *Analisis Teks Media* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004).

salah satu bacapres 2024. Kemudian hal yang dapat diidentifikasi juga adalah azan sebagai simbol agama Islam dan merupakan nilai-nilai keislaman. TV swasta sebagai media massa yang menjadi pengaruh besar terhadap masyarakat <sup>17</sup>.

**Tabel 1. Identifikasi Iklan Politik Identitas Ganjar Pranowo**

| No | Representamen (Tanda)   | Object  | Interpretant   |
|----|---|---|--|
| 1  |    | Ganjar Pranowo memakai baju koko, sarung dan peci. Bersalaman dengan beberapa orang yang tampak sama berpakaian dengannya | Pada scene ini tampak Ganjar Pranowo memakai pakaian rapi, senyum yang merekah dan menyalami dua orang dengan pakaian yang rapi juga. Tampak berada di tangga gedung                                       |
| 2  |   | Ganjar Pranowo sedang berwudhu  | Pada scene ini tampak Ganjar Pranowo melepaskan peci, dan membasuh muka. Rangkaian wudhu lainnya tidak terlihat tetapi untuk dapat mengerjakan shalat seseorang harus menyempurnakan wudhu terlebih dahulu |
| 3  |  | Ganjar Pranowo dan jamaah mengikuti gerakan iman untuk sujud  | Pada scene ini tampak Ganjar Pranowo berdiri pada barisan pertama, mengikuti imam dari I'tidal untuk sujud, ia tampak khusyu dalam shalatnya   |

<sup>17</sup> Kompasiana, "Iklan Dan Politik Identitas," 1 Desember, 2023.

|   |  |   |   |
|---|--|---|---|
| 4 |   | Ganjar Pranowo sujud                          | Pada scene ini tampak Ganjar Pranowo di zoom secara extrem sedang melakukan sujud dalam shalatnya   |
| 5 |   | Ganjar Pranowo sedang duduk tahiyyat terakhir | Pada scene ini tampak Ganjar Pranowo sedang duduk tahiyyat terakhir dalam shalat menandakan shalat akan segera berakhir dan aktivitas dapat dilanjutkan kembali   |
| 6 |  | Ganjar Pranowo sedang bersiap untuk salam     | Pada scene ini tampak Ganjar Pranowo sedang bersiap untuk salam, pada scene ini fokus kamera juga pada Ganjar Pranowo bukan pada keseluruhan jamaah, hal ini dapat dilihat dari imam shalat yang tampak di luar fokus kamera. |

Sumber: Hasil Analisis, 2023

## PEMBAHASAN

Ganjar Pranowo merupakan salah satu kandidat calon presiden Indonesia dari Partai Politik PDI-Perjuangan. Aktivitas rekam jejak kinerja sudah mulai dipublikasikan dalam berbagai media. Baik dalam media sosial, konvensional dan televisi. Tayangan azan di salah satu stasiun televisi yang ada di Indonesia yang menampilkan Ganjar Pranowo menuai kontroversi karena hal ini terjadi menjelang pemilu.

Pada tayangan azan magrib itu tampak pencitraan yang dilakukan oleh Ganjar Pranowo. Pada awal video dibuka dengan pemandangan alam Indonesia, kemudian muncul Ganjar Pranowo dengan menyambut jamaah yang akan Shalat, tampak di dalam

tayangan iklan tersebut Ganjar memakai baju koko putih, peci hitam dan bersarung batik. Pada gambar 1, tampak Ganjar Pranowo bersiap untuk melakukan Shalat, ia menyalami kedua orang jamaah yang akan melaksanakan shalat juga. Ia tersenyum dan bahagia untuk melaksanakan Shalat. Pada gambar 2, tampak Ganjar Pranowo mengambil wudhu dengan membasuh muka, berwudhu merupakan syarat sah shalat. Begitu juga pada gambar 3, 4, 5 dan 6 disaf paling depan sebagai makmum yang menunjukkan aktivitas Shalat Ganjar Purnono.

Dari identifikasi tersebut menunjukkan bahwa, Ganjar Pranowo ingin menginterpretasikan bahwa dirinya adalah pemimpin yang religius dan dekat dengan umat Islam hal ini didukung dengan bahwa mayoritas umat beragama di Indonesia adalah umat muslim. Ia juga ingin menunjukkan bahwa dirinya merupakan pemimpin yang toleransi dan menghargai perbedaan agama karena memilih azan sebagai latar belakang iklannya. Dengan adanya tayangan iklan ini dapat diinterpretasikan sebagai upaya untuk meningkatkan elaktabilitas Ganjar Pranowo menjelang pemilihan Presiden 2024.

Hendri Satrio <sup>18</sup> pengamat politik mengatakan politik identitas merupakan hal wajar yang digunakan dalam *marketing* politik atau bisa disebut dengan “pemburuan suara pilih”, suara pilih yang dimaksud di sini adalah rasional, emosional dan sosiologis.

Aturan azan di televisi telah di atur dalam pedoman perilaku penyiaran (P3) dan Standar Program Siaran (SPS) yang diterbitkan oleh KPI tahun 2012 terdapat dalam pasal 58 nomor 5 yang menyatakan bahwa azan sebagai tanda waktu Shalat, dilarang disisipi dan/atau ditempli (built in) iklan” <sup>19</sup>. Maka dalam UUD sudah jelas bahwa pada iklan tersebut menyelipkan iklan politik atau kampanye.

Kontroversi yang terjadi dari tayangan iklan azan yang menampilkan Ganjar di TV swasta RCTI pada tanggal 11 September 2023, pukul 18.00 wib yang tayang pertama kali selama durasi kurang lebih 30 detik yang ditampilkan pada saat azan magrib menuai pro kontra di kalangan masyarakat. Sebagian masyarakat menilai bahwa iklan azan tersebut merupakan upaya Ganjar untuk menarik simpati umat Islam menjelang pemilihan presiden 2024.

Hal tersebut dikarenakan tayangan iklan azan yang menampilkan Ganjar Pranowo dengan jadwal pendaftaran calon presiden dan wakil presiden ke komisi pemilihan umum (KPU) hanya berselang satu bulan yaitu pada 19-25 Oktober 2023.

---

<sup>18</sup> Kompasiana.

<sup>19</sup> Komisi Penyairan Indonesia and Lembaga Negara Independen, “Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) Dan Standar Program Siaran,” 2016.

Adapun juga, sebagian masyarakat lain menilai bahwa iklan tersebut merupakan suatu bentuk toleransi dan penghargaan Ganjar Pranowo terhadap agama Islam. Menurut Anwar Abbas, Wakil Ketua Umum MUI mengatakan bahwa politik identitas yang dilakukan oleh Ganjar Pranowo tidak menimbulkan masalah dan bahkan dinilai bagus karena mengandung muatan dakwah dan bahkan asosiasi komunikolog mengatakan bahwa hal itu tidak menjadi masalah karena belum memasuki masa kampanye.

Tayangan yang ditampilkan di TV Swasta RCTI tidak memberikan penjelasan resmi terkait alasan dari penayangan iklan tersebut. Akan tetapi menurut pengamat politik, penayangan iklan tersebut kemungkinan merupakan bagian dari strategi politik Ganjar Pranowo. Politik yang ditampilkan oleh Ganjar Pranowo tidak terlepas dari rangkaian politik dan agama di mana memunculkan identitas keislaman dalam iklan. Memang bukan bermaksud untuk kampanye tetapi kemunculan Ganjar Pranowo dalam tayangan iklan itu dikaitkan dengan kontestasi politik tahun 2024.

## **PENUTUP**

Dari bahasan sebelumnya dapat kita simpulkan bahwa ada dua golongan paling berpengaruh dalam perpolitikan di Indonesia, yaitu golongan Islam dan golongan nasionalis. Kedua golongan tersebut masih kuat hingga saat ini dalam dunia politik Indonesia, dapat kita lihat dari partai-partai politik yang ada. Namun demikian kondisi dan suasana politik memiliki perubahan, jika pada masa sebelum kemerdekaan hingga orde lama komunikasi politik golongan Islam lebih keras dalam menghendaki terbentuknya negara Islam, namun pada masa orde baru hingga saat ini golongan masyarakat Islam menggunakan komunikasi politik yang lebih lunak dan dapat diterima berbagai kalangan. Komunikasi politik Islam yang dijalankan saat ini melalui penguatan lembaga-lembaga agama yang ada di Indonesia serta penguatan partai-partai Islam yang saat ini terus bertambah. Namun, partai Islam tampaknya perlu usaha yang lebih keras dalam mengupayakan kemenangannya dalam sistem politik di Indonesia, karena kondisi keberagaman yang ada, saat ini masih lebih mampu dijangkau oleh partai-partai nasionalis. Partai-partai nasionalis bisa menarik atensi masyarakat non muslim dan yang memiliki perbedaan lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qaradhawi, Yusuf. *Meluruskan Dikotomi Agama Dan Politik; Bantahan Tuntas Terhadap Sekularime Dan Liberalisme*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2008.
- Buchari, Sri Astuti. *Kebangkitan Etnis Menuju Politik Identitas*. Jakarta: Pustaka Utama, 2008.
- Hamdani, Muslem. "Pola Dakwah Pada Masa Khulafaur Rasyidin." *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta* 6, no. 1 (2019): 1-11.
- Indonesia, Komisi Penyairan, and Lembaga Negara Independen. "Pedoman Perilaku Penyairan (P3) Dan Standar Program Siaran," 2016.
- Indonesia, Portal Informasi. "Suku Bangsa." INDONESIA.GO.ID, 2017.
- Ismail, Ervan. "Kontroversi Iklan Politik Dalam Pilkada Dki Jakarta 2017." *Jurnal PERSPEKTIF Komunikasi* 1, no. 3 (2018).
- Kompasiana. "Iklan Dan Politik Identitas." 1 Desember, 2023.
- Kustiawan, Winda, Kana Rizky Ramadhani, Soniari Valentina Damanik, and Azri Muharramsyah. "Pengaruh Iklan Politik Dalam Mengambil Aspirasi Rakyat." *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan* 1, no. 8 (2022): 1371–80. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i8.178>.
- Lestari, Yeni Sri. "Politik Identitas Di Indonesia: Antara Nasionalisme Dan Agama." *Journal of Politics and Policy* 1, no. 1 (2018).
- Mahadi, Ujang. "Komunikasi Politik Kiai Pada Kampanye Pemilu." *Jurnal Addin* 9, no. 2 (2015).
- Mulyana, Deddy. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*. PT Remaja Rosdakarya, 2006.
- Populis. "Sebut Anies Baswedan Titisan Imam Mahdi Yang Diutus Allah Buat Lawan Dajjal, Ulama: Haram Kalau Tidak Dukung Beliau!," 2023.
- Sazali, Hasan. "Peran Komunikasi Politik Islam Di Indonesia; Kajian Masa Pemerintahan Orde Baru Dan Reformasi." Medan, 2012.
- Sobur, Alex. *Analisis Teks Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- Tatas, Hernovika Laksmi. "Politik Identitas Di Tahun Politik 2024." *Jurnal STIKOM Semarang*, 2023.