

## Intisari

Sistem politik nasional Indonesia telah mengalami perkembangan yang cukup baik. Hal tersebut tampak dengan perkembangan media kampanye yang semula hanya bersifat konvensional, berubah bentuk menjadi kampanye kontemporer menggunakan media massa. Namun demikian, perubahan gaya kampanye ini membawa pengaruh yang signifikan terhadap isi pesan politik itu sendiri. Kampanye politik yang dilakukan melalui media massa, memaksa isi pesan politik menyesuaikan dengan bentuk media massa yang digunakan. Televisi yang menyediakan saluran kampanye politik melalui iklan, memaksa partai politik maupun kandidat untuk menyampaikan pesan politik mereka dalam bentuk iklan pula. Iklan di media televisi sendiri merupakan salah satu bentuk kampanye yang memiliki jangkauan yang luas dan tidak bisa dibuat dengan durasi yang panjang sehingga tidak memiliki kedalaman atas materi yang diiklankan. Terlepas dari keunggulan dan kekurangannya tersebut, iklan di media televisi telah menjadi salah satu bentuk kampanye baru bagi dunia politik Indonesia. Iklan politik juga telah berkembang dengan berbagai bentuk pendekatan menyesuaikan dengan iklan-iklan komersial seperti saat ini. Intensitas iklan politik dengan mengangkat isu nasionalisme sebagai daya tarik iklannya pada pemilihan umum presiden tahun 2014 ini terbilang besar. Banyak iklan yang menampilkan atribut-atribut yang menunjukkan bahwa mereka adalah sosok yang nasionalis. Seperti iklan “Pemimpin yang Cerdas dan Tegas” dan iklan “Siapkah Kita?”. Kedua iklan ini adalah iklan yang dibuat dengan pendekatan moral yang mengangkat isu nasionalisme sebagai daya tarik iklannya. Analisis isi tentang bagaimana nasionalisme digambarkan dari kedua iklan ini setidaknya memberikan gambaran terkait bentuk isi pesan politik itu sendiri. Bagaimana nasionalisme dalam kampanye melalui iklan politik itu diangkat dengan menggunakan pendekatan tertentu, sehingga menjadikan iklan politik tersebut memiliki keunikan sesuai dengan keinginan partai politik maupun kandidat yang membuatnya.

**Kata kunci:** Analisis isi, Iklan politik, Nasionalisme

## **Abstract**

Indonesian national political system has been progressing quite well. It's apparent from development of the media campaign which was originally only conventional, transformed into a contemporary campaign using mass media. However, style changes of the campaign carries a significant influence on political content of message. Political campaign conducted through the mass media, forcing political message content adapts to the form of media used. Television channels that provide political campaigns through advertisements, forcing the political parties and candidates to convey their political messages in the form of advertising as well. Advertising on television media is one form of a campaign that has a broad range and can't be made with a long duration so it doesn't have depth of the material advertised. Regardless of the advantages and disadvantages of, the advertising on television has become one of the new campaign for the Indonesian political. Political advertising has also grown with the various forms of approach to suit the commercial advertisements such as this. The intensity of political advertising by raising the issue of nationalism as its advertising appeal on presidential elections in 2014 is fairly large. Many ads featuring attributes that indicate that they are nationalist figure. Such as advertising "Pemimpin yang Cerdas dan Tegas" and advertising "Siapkah Kita?". Both of these ads are ads created with moral approach which raised the issue of nationalism as its advertising appeal. Content analysis of how nationalism drawn from both the ad at least give an idea related to the form of political message content. How nationalism in the campaign through political advertising was removed using a particular approach, making the political advertising has a unique liking political parties and candidates who made it.

**Keywords:** Content analysis, political ads, Nationalism