

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini adalah:

Nama : Abdurrahman Takri  
NIM : 20100530014  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Advertising  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Judul Skripsi : Representasi Keistimewaan Yogyakarta dalam  
Politik Luar Ruang DPR RI dalam Pemilu 2014

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat/menjiplak karya orang lain, maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya.

Yogyakarta, 6 November 2014

Abdurrahman Takri

## **HALAMAN PENGESAHAN**

Telah dipertahankan dan disahkan di hadapan Tim Penguji Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada :

Hari : Kamis  
Tanggal : 18 Desember 2014  
Tempat : Ruang Rapat IK  
Nilai :

### **SUSUNAN TIM PENGUJI**

Ketua

**Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si**

Penguji I

Penguji II

**Zein Muffarih Muktaf, S.IP.,**

**Ayu Amalia, S.Sos., M.Si**

**M.I.Kom**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)

Tanggal 18 Desember 2014

**Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc**

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

## PERSEMBAHAN

**Skripsi ini saya persembahkan kepada :**

1. Orang tua tercinta, bapak Tatag Wahyudi dan ibu Bintang Bakti Nusantari yang selalu memberikan kasih sayang, motivasi, dukungan, doa, dan segalanya kepadaku.
2. Mbah temanggung dan mbah jogja yang selalu mendoakan hal terbaik untuk cucu-cucunya.
3. Kekasih tercinta Vivi Sany Dewi atas dukungan dan motivasinya selama ini, Alhamdulillah perjuangan kita tidak sia-sia. Kita Istimewa!!
4. Keluarga Besar Ilmu Komunikasi UMY, khususnya advertising 2010, keluarga guyub dan teman KKN.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa tercurah kepada Allah SWT, Tuhan semesta alam yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan inayahnya sehingga karya ilmiah ini dapat selesai. Sholawat serta salam selalu terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai *uswatun khasanah* terbaik bagi umat dalam mencari ridho Allah SWT untuk menggapai kebahagiaan dunia dan akhirat.

Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.Ip., M.Sc selaku ketua jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Mas Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si dan mas Zein Mufarrih Muktaf, S. IP., M.I.Kom selaku pembimbing yang telah memberikan waktunya selama ini dengan sabar membimbing dan memberi pengarahan serta pengetahuan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Mbak Ayu Amalia, S.Sos., M.Si. selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan-masukan yang memperlancar penelitian ini, serta ilmu dan pengetahuan yang baru.
4. Keluarga besarku (Bapak, Ibu, mbah temanggung dan mbah jogja) yang tidak pernah lupa untuk mendoakan dan memberikan semangat.
5. Masa depanku Vivi Sany Dewi yang telah memberikan semangat dan motivasi untuk memulai skripsi ini hingga pendadaran di acc oleh ketiga dosen.
6. Teman-teman komunikasi UMY 2010 Dilla (yang sudah lulus duluan), Haikal, Hasan, Intan, Hania, Ahonk, Paisal, Rezma, Bimo, Sherly, Lika,

- Ical, Kiki, Randa, Burhan, Erna, Tama, Ulvi, Tea, Fian, Oki dan *Teman-teman guyub*: Azka, Adip, Bayu, Rahmat, Nikia, Adit, Anggi (sahabat sejak smp), Gory, Tommy, Mona, TJ, Arief Yarendra, Reza, Herjun, Rima
7. Teman-teman KKN Kalimantan dan teman kos Lelur. Ayo nyusul!!!!
  8. Lempuyangan sebagai tempat inspirasi, mas hari yang selalu membuat kopi rebus disana, pak bambang pengayuh odong2 yang membagi pengalaman hidupnya, dan segenap bakul yang ada di lempuyangan. Mas tris beserta keluarga sebagai tempat curhat.
  9. Seluruh dosen dan karyawan Jurusan Komunikasi (Pak Jono, pak Mur, pak Yuni, mas Yuli & kak Siti).

Dikarenakan keterbatasan pengetahuan peneliti, maka skripsi ini belum dapat dikatakan sempurna, oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak sangat diharapkan guna perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi pembaca umumnya. Amin Ya Robbal`alamin.

Yogyakarta, 29 Desember 2014

Peneliti

Abdurrahman Takri

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>ABSTRAK</b> .....	x
<b>ABSTRACT</b> .....	xi
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
1. Manfaat Teoritis.....	9
2. Manfaat Praktis.....	9
E. Kajian Teori.....	9
1. Representasi.....	9
2. Iklan Politik Luar Ruang.....	12
3. Identitas Keistimewaan Yogyakarta.....	20
F. Metode Penelitian.....	24
1. Jenis Penelitian.....	24
2. Teknik Pengumpulan Data.....	28
G. Teknik Analisis Data.....	29
H. Sistematika Penulisan.....	33

**BAB II : GAMBARAN UMUM DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

- A. Sejarah berdirinya Daerah Keistimewaan Yogyakarta.....34
- B. Isu Rancangan Undang-Undang Keistimewaan Yogyakarta.....45

**BAB III : PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN**

- A. Representasi Keistimewaan Yogyakarta Dalam Konteks Politik.....44
- B. Budaya Identitas Kebudayaan.....58

**BAB IV : PENUTUP**

- A. Kesimpulan.....67
- B. Saran 68

**DAFTAR PUSTAKA 70**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Penandaan Roland Barthes.....	30
---	----



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	: Iklan dari calon legislatif dari Partai Demokrat.....	6
Gambar 1.2	: Foto calon legislatif dari Partai Golkar.....	7
Gambar 1.3	: Foto calon legislatif dari Partai Demokrat.....	7
Gambar 1.4	: Iklan dari calon legislatif dari Partai PDI Perjuangan.....	8
Gambar 3.1.1	: Baliho calon anggota DPR RI dari partai Demokrat.....	50
Gambar 3.1.2	: Gambar Roy Suryo saat menganalisis video sebagai pakar telematika.....	52
Gambar 3.1.3	: Baliho calon anggota DPR RI dari Partai Demokrat.....	53
Gambar 3.1.4	: Baliho calon anggota DPR RI dari Partai PDI Perjuangan.....	56
Gambar 3.2.5	: Perayaan Sekaten.....	61
Gambar 3.2.6	: Becak, salah satu transportasi yang menjadi ciri khas Yogyakarta.....	65

## **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**

## ABSTRACT

*Muhammadiyah University Of Yogyakarta*

*Faculty of social and Political Sciences*

*Department Of Communication Science*

*The Concentration Of Advertising*

*Abdurrahman Takri (20100530014)*

*Representation of political Advertising in Yogyakarta Privileges beyond the Space of the DPR RI in the elections of 2014*

*Year of Skripsi : 2014 + 73 pages*

*Bibilography : 23 book for references + 2 journal + 2 skripsi + 1 indeks + 4 website*

*Ahead of the 2014 Elections, the politicians who pursues the seats of power in the legislative institution from the local level up to the level of the Centre of grabbing the audience sympathy. One of the most preferred media is outdoor advertisement, placed by the rules or mounted with violating the advertising rules, such as outdoor advertising that is nailed to the tree and mounted in public spaces. Yogyakarta privilege issues that could be a polemic around the year 2010 - 2013 became one of the main issues that politicians sold through outdoor advertising. The problem that arises here is how the representation of the political privileges of Yogyakarta in the ad space outside the members of DPR RI in the elections of 2014.*

*The representation shown in outdoor advertising politicians ahead of elections to 2014 becomes interesting to examined using a Roland Barthe semiotics method with the idea of a two-stage significant then use myth in it.*

*Granting privileges on the status of Yogyakarta exploited by politicians contesting the 2014 election in which they are doing political communication, especially through the media outdoor advertising. Banners, billboards and posters put up by many politicians use jargon privilege of Yogyakarta to win the hearts of the people of Yogyakarta. Politicians compete to attract the attention of the public by representing Yogyakarta, as a tagline in its advertising. Once the existence of this law politician to claim mutually discourse about who is the most "special" support the privilege of Yogyakarta.*

*It can be concluded that the candidates take advantage of the privilege issue in his campaign strategy and use some of the important elements in representing him to build a distinctive image . The legislative candidates presented themselves in political advertising by using symbols or signs that are not foreign to the people of Yogyakarta . Such as the use of the title name of the descendants of the Palace, the use of the Java language and the history of Yogyakarta in ads*

**Keyword : Representation, Identity, Privilegers, Culture**