

## **TINDAKAN SOSIAL PENGGUNAAN SIMBOL AGAMA DALAM POSTER KAMPANYE LEGISLATIF TAHUN 2019 DI PROVINSI BANTEN**

**Abdul Malik<sup>1</sup>, Marlina Tri Astuti<sup>2</sup>, Liza Diniarizky Putri<sup>3</sup>**

**Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Serang Raya**

**Email : [kangdoel2002@gmail.com](mailto:kangdoel2002@gmail.com)<sup>1</sup>, [marlinatriastuti@gmail.com](mailto:marlinatriastuti@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[i\\_jupri@rocketmail.com](mailto:i_jupri@rocketmail.com)<sup>3</sup>**

### **ABSTRACT**

*This study discusses the phenomenon of the use of religious attributes in campaign posters that occurred during the general elections (elections) in 2019, especially in the selection of legislative candidates in Banten Province who were the subject of research, which we know that religious attributes are often used by Muslim communities in Banten in conducting worship or religious activities, but the political elite using religious attributes as a political message in this campaign poster makes a shift in meaning and the motives used. To examine the identification of the problem the researcher used Max Weber's Social Action Theory and Husserl's phenomenological method, interpretative paradigms and qualitative approaches to look for explanations about events and interpret phenomena that occur, in collecting data researchers conducted observations, in-depth interviews, documentation and literature presentations. The results of this study indicate that the motives carried out by legislative candidates in using religious attributes in the campaign poster are because of the disclosure of identity, habits, image formation and culture. For symbolic meaning in daily life and politics used to worship and religious activities, respect religious people and attend formal activities.*

*Keywords: Husserl's Phenomenology, Meaning, Political Communication, Social Action*

### **I. Pendahuluan**

Simbol adalah objek atau peristiwa apa pun yang menunjuk pada sesuatu, simbol itu meliputi apa pun yang dapat kita rasakan atau kita alami, bahkan kekuatan sebuah simbol agama dalam menyangga nilai-nilai sosial terletak pada kemampuan simbol-simbolnya untuk merumuskan sebuah dunia tempat nilai-nilai itu dan juga kekuatan-kekuatan yang melawan perwujudan nilai-nilai itu menjadi bahan-bahan dasarnya. Agama melukiskan kekuatan imajinasi manusia membangun sebuah gambaran kenyataan. (Sobur, 2013:177).

Contoh penggunaan simbol, misalnya ketika seorang muslim menggunakan peci, baju koko, dan sorban saat sedang melakukan ibadah menjadi suatu hal yang diyakini oleh beberapa muslim untuk meningkatkan ketaatannya kepada Tuhan.

Simbol agama dapat mengkonstruksikan cara berpikir, berkeyakinan, dan berperilaku manusia. sehingga penggunaan simbol agama menuntun segala proses kehidupan sosial, mulai dari interaksi hingga tindakan sosial sosial.

Dewasa ini, simbol agama marak digunakan pada poster kampanye dan sangat jelas terlihat ketika banyaknya praktik kampanye dalam pemilihan kepala daerah. Pada masa Pemilihan Umum legislatif di Provinsi Banten terdapat beberapa partai politik yang menggunakan simbol agama pada poster kampanye mereka baik dari partai politik agamis maupun partai politik nasionalis, hal ini dilakukan sebagai pembentukan citra dan penyampaian penyampaian pesan politik.

Pada tahap pembentukan citra politik ketika melakukan kampanye dapat dikatakan sebagai *personal branding* yaitu dengan maksud mengidentifikasi seseorang dengan sesuatu yang digunakan tetapi memiliki efek yang sangat nyata, hal ini digunakan untuk membuat atau memberi tanda bagi calon legislatif kepada para pemilih atau masyarakat pada saat pemilihan umum (pemilu). Menurut (Haroen,2014:13) *personal branding* meruan proses membentuk persepsi masyarakat terhadap aspek-aspek yang dimiliki oleh seseorang, diantaranya adalah kepribadian, kemampuan, atau nilai-nilai, dan bagaimana semua itu menimbulkan persepsi positif dari masyarakat yang pada akhirnya dapat digunakan sebagai alat pemasaran.

Penggunaan simbol agama pada poster diyakini para elite politik sebagai tindakan politik yang dilakukan ketika berkampanye pada pemilihan umum. Sesungguhnya, tindakan politik dalam peristiwa komunikasi politik bertujuan untuk membentuk citra (*image*) politik bagi khalayak (masyarakat), yaitu gambaran mengenai realitas politik yang memiliki makna, (Robert, 1977) menjelaskan bahwa citra menunjukkan keseluruhan informasi tentang dunia yang telah diolah, diorganisasikan, dan disimpan oleh individu. Secara umum citra adalah peta tentang realitas. Tanpa citra, seseorang akan selalu berada dalam suasana yang tidak pasti.

Citra adalah gambaran tentang realitas, kendatipun tidak harus sesuai dengan realitas yang sesungguhnya. (Arifin, 2011:139)

Pada tahun 2019 meruan momentum bagi masyarakat Indonesia untuk merayakan pesta demokrasi, yaitu dengan memilih pemimpin Negara hingga legislatif di daerah untuk lima tahun yang akan mendatang. Pada tahun ini juga para calon pemimpin berlomba-lomba untuk mendapatkan posisi terbaik mereka, khususnya pada calon legislatif Provinsi Banten yang akan menjadi anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD). Secara umum, untuk menjadi anggota legislatif para calon melakukan kampanye sebagai cara mendekati diri kepada masyarakat baik itu melakukan sosialisasi maupun menyebarkan poster kampanye di media cetak, media online, serta ruas jalan. Hal ini dilakukan sebagai langkah awal untuk memperkenalkan diri baik secara personal maupun program kerja.

Pengertian kampanye politik menurut Sayuti (2014:101) meruan usaha terorganisasi yang berusaha untuk memengaruhi proses-proses pembuatan keputusan di dalam kelompok spesifik. Di dalam kehidupan demokrasi, kampanye politik juga disebut dengan kampanye pemilihan umum. Kampanye politik dilakukakan sebagai usaha yang direncanakan serta tersusun untuk mempengaruhi masyarakat agar membuat keputusan dalam memilih atau tidak memilih, pada proses kampanye diisi dengan pembentukan citra dari masing-masing calon untuk menunjukkan identitas diri serta harapan yang diberikan kepada masyarakat. Identitas diri dilakukan sebagai upaya perolehan suara dari sisi berlatarbelakang yang sama. Dari fenomena-fenomena ersebut, meruan bukti bahwa pesan non-verbal menjadi penting untuk memberikan makna pada komunikasi politik di Indonesia. Kehadiran simbol-simbol, berupa bendera, baliho, dan poster

yang ada di masyarakat akan terlihat menjadi lebih menarik.

Banten meruan salah satu daerah di Indonesia yang kaya akan aneka ragam kebudayaan maupun tradisi. Keanekaragaman budaya tersebut sedikit banyak juga dipengaruhi oleh unsur-unsur nilai keagamaan masyarakat setempat. Terlebih julukan sebagai Kota Santri karena mayoritas penduduknya menganut agama Islam, menjadikan identitas sosial masyarakat Banten sebagai masyarakat yang religious, maka tidak heran jika poster kampanye calon legislative yang memenuhi jagat maya dan nyata banyak diramaikan dengan penggunaan symbol agama.

Para calon legislatif di Provinsi Banten melakukan kampanye dengan menggunakan poster atau spanduk yang ditemukan pada ruas jalan. Dengan kreatif mereka membuat poster semenarik mungkin dari tata letak foto, penggunaan aian, penggunaan Simbol, kalimat pesuasif, kalimat pemaparan hingga penggunaan warna. Dengan hal menarik tersebut membuat para pembaca atau penerima pesan melihat dan mengamati apa isi dalam poster mereka.

Poster meruan suatu media publikasi yang di dalamnya terdapat teks, gambar, atau perpaduan keduanya dimana tujuannya untuk memberikan informasi atau pesan kepada khalayak. Dengan tujuan untuk memberikan informasi maka dari itu poster dibuat dengan semenarik mungkin, dan mudah dipahami oleh sasaran utama. Para calon legislatif di Provinsi Banten menggunakan poster tersebut seringkali terlihat bahwa menggunakan simbol agama sebagai penyampaian pesan.

Penggunaan Simbol agama ini dalam kampanye masih menjadi bagian dari proses demokratisasi di Indonesia. Ini meruan salah satu cara yang digunakan oleh elite politik untuk meraih simpati masyarakat. Realitas masyarakat yang beragama (Islam) dalam

Pemilihan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) di Provinsi Banten pada tahun 2019 menjadi fakta atas kebiasaan dalam upaya ini. Berbagai simbol agama diperkenalkan dan dikonstruksikan sebagai bagian dari diri dan program kerja calon pemimpin yang akan dipilih.

Fenomena yang terjadi di Provinsi Banten, ketika melakukan kampanye para calon legislatif menunjukkan identitas dirinya menggunakan simbol agama baik itu ketika sosialisasi maupun pada poster mereka, ini meruan suatu fenomena yang dilakukan terus menerus dan diyakini para elite politik sebagai cara untuk mendekati diri kepada masyarakat. Diketahui bahwa sebagian besar anggota masyarakat Provinsi Banten memeluk Agama Islam dengan semangat religius yang sangat tinggi, tetapi pemeluk agama lain dapat hidup berdampingan dengan damai. Hal ini dapat memberikan peluang bagi para calon legislatif yang menunjukkan identitas mereka dengan menggunakan simbol agama (Islam) akan mendapatkan suara terbanyak.

Terjadinya pergeseran makna yang ada saat ini yaitu tentang penggunaan simbol agama dijadikan sebagai pesan politik atau tidak bisa dilepaskan oleh politik, hal ini tidak terlepas dari bagaimana proses komunikasi itu terjadi. Ketika pemahaman tentang makna yang ada saat ini tidak sesuai dengan makna dulu, hal tersebut membuktikan bahwa ada sebuah problema yang membuat makna tentang simbol agama saat ini berbeda atau bergeser. Adapun sebagai contoh poster yang digunakan oleh salah satu calon legislatif dibawah ini bernama Martua Nainggolan S.I.Kom keturunan budaya Batak yang menggunakan simbol agama pada poster kampanye, meruan calon legilatif di Provinsi Banten tahun 2019 yang menggunakan peci sebagai Simbol dalam poster kampanye, dan seseorang yang

memiliki keyakinan atau beragama Kristen Protestan.



**Gambar 1.1 Poster Kampanye Calon Legislatif Prov. Banten 2019 Non Muslim**



**Gambar 1.2 Poster Kampanye Calon Legislatif Prov. Banten 2019**

Di dalam buku Sayuti (2014:214) menjelaskan bahwa kecenderungan ini mengakibatkan pembentukan citra sebagai politik muslim, konsep citra dimaksudkan untuk menunjukkan gambaran psikis yang mewujudkan ke dalam konstruksi simbolik dan dibangun untuk tujuan mewakili realitas yang nyata. Seperti yang dilakukan oleh calon legislatif di Provinsi Banten bahwa membangun citra politik muslim atau menunjukkan identitas mereka sebagai seorang muslim yaitu menggunakan simbol agama pada poster kampanye yang

digunakan, untuk meyakinkan masyarakat bahwasannya mereka benar-benar seorang muslim, dan juga dapat diterima di suatu lingkungan masyarakat.

Maka dari itu penggunaan simbol agama (Islam) saat ini sudah memiliki makna tersendiri pada politik, khususnya yang digunakan oleh para calon legislatif di Provinsi Banten. Makna ini kemudian dipandang sesuai dengan pengalaman pada masing-masing calon serta maksud atau motif yang mereka gunakan sebagai motivasi untuk dapat diterima masyarakat atau untuk perolehan suara terbanyak dan juga sebagai bentuk dari tindakan sosial. Penggunaan simbol agama (Islam) meruan suatu bentuk dari tindakan sosial yang memiliki makna, tindakan sosial dapat disebut sebagai tindakan sosial (John, 2010) apabila tindakan tersebut dengan mempertimbangkan perilaku orang lain dan berorientasi pada perilaku orang lain. Jadi, tindakan sosial meruan perilaku manusia yang mempunyai makna subjektif bagi perilakunya dan ditunjukkan untuk mempengaruhi atau berorientasi pada perilaku orang lain.

Tindakan sosial timbul akibat perilaku subjektif yang dapat mempengaruhi orang lain, sehingga dalam penelitian ini penggunaan Simbol agama meruan perilaku subjektif dan mempengaruhi pemilihan suara dari masyarakat. Maka dari itu untuk memahami suatu tindakan melalui pengalaman yang dialami sebagai realitas yang terjadi, sehingga penelitian ini harus lebih mendekati diri kepada pengalaman masing-masing calon legislatif sesuai dengan karakteristik informan.

## **II. Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma interpretatif. Menggunakan metode fenomenologi Husserl, yaitu mengenai suatu tindakan yang dilakukan memiliki makna untuk kembali

kepada sumber asli pada diri subjek dan kesadaran. Peneliti menggunakan teknik pemilihan informan *Purposive Sampling* diantaranya terdapat lima informan yaitu: (1) H. Umar Bin Barmawi, ST.,MM, (2) H. Dede Rohana Putra, SE.,M.Si, (3) Heri Handoko, SE, (4) H. Juheni M.Rois. Lc, (5) Martua Nainggolan S.I.Kom.

### **III. Hasil dan Diskusi**

Penggunaan Simbol agama pada poster kampanye calon legislatif di Provinsi Banten ini meruan fenomena yang terjadi khususnya pada wilayah Banten, Simbol agama yang diketahui oleh pemeluk agama Islam di dalam masyarakat meruan sebagai aian yang digunakan dalam melakukan ibadah atau kegiatan beragama, tetapi pada fenomena yang terjadi di lingkungan Banten ketika pemilihan umum serentak pada tahun 2019 untuk calon legislatif terdapat poster yang menggunakan Simbol agama, sehingga hal ini memiliki pergeseran makna yang terjadi sampai akhirnya Simbol agama ini digunakan dalam menyampaikan pesan politik dalam poster kampanye, kemudian diyakini oleh para elite politik sebagai tindakan yang digunakan untuk pengungkapan identitas, mendekatkan diri kepada masyarakat atau menyesuaikan lingkungan, yang diketahui bahwa masyarakat Banten meruan mayoritas pemeluk agama Islam.

Tindakan ini kemudian dipahami oleh peneliti sebagai tindakan sosial yang memiliki arti suatu tindakan hanya dapat disebut tindakan sosial apabila tindakan tersebut dengan mempertimbangkan perilaku orang lain dan berorientasi pada perilaku orang lain (Kuswarno, 2009:105). Dalam penelitian ini membahas mengenai tindakan para calon legislatif di Provinsi Banten yang menggunakan Simbol agama dalam poster kampanye mereka di tahun 2019, peneliti melihat adanya motif serta makna dalam fenomena yang terjadi sehingga berikut

pembahasan mengenai hasil temuan penelitian, diantaranya:

#### **A. Motif Penggunaan Simbol Agama**

Motif yang meruan suatu dorongan dan kekuatan, yang berasal dari dalam diri seseorang, baik disadari maupun tidak disadari untuk mencapai tujuan tertentu. Tetapi dalam penelitian ini yang menggunakan metodologi fenomenologi dari Husserl bahwa tindakan berasal dari pengalaman yang disadari. Kemudian untuk mengetahui motif yang digunakan terdapat tiga bagian yaitu:

#### **B. Motif Masa Lalu**

Menurut Kuswarno 2009: 167 motif masa lalu bukan menunjukkan berdasarkan usia yang sudah renta, tetapi ciri memberikan alasan mengapa dia berpolitik dan menggunakan Simbol agama berdasarkan peristiwa masa lalu. Dengan demikian dapat disebutkan bahwa motif masa lalu adalah motif “sebab” atau motif “karena”.

Motif yang dilakukan oleh ke-lima informan ini bahwa Umar memiliki pengalaman berada di dalam lingkungan yang agamis dari kecil hingga saat ini, ia juga senang mengaji kitab dan pernah bekerja di Timur Tengan sehingga kepribadiannya terbentuk kearah yang agamis karena kebiasaannya yang menggunakan Simbol agama, sedangkan Dede mengatakan bahwa harus disesuaikan dengan kepribadian serta keyakinan sebagai umat muslim, ia juga dibesarkan dalam lingkungan pesantren sehingga penggunaan Simbol agama ini sesuai dengan kepribadiannya, kemudian Heri mengatakan bahwa ini sebagai bentuk ketaatannya kepada Tuhan yang biasa digunakan dalam keseharian, ia juga mengatakan Simbol agama ini sebagai identitas warga Nahdatul Ulama, selanjutnya Juheni menentukan aian berdasarkan yang ada di dalam Al-Qur’an karena ia sudah

berangkat Haji sehingga harus menggunakan Simbol agama selain itu juga menjelaskan bahwa PKS meruan partai dakwah, dan terakhir menurut Martua yang memiliki keyakinan Kristen Protestan bahwa Simbol agama ini meruan budaya yang secara turun menurun diwariskan oleh nenek moyang, sehingga ia menggunakannya di lingkungan yang mayoritas beragama muslim, selain itu juga sebagai rasa nasionalisnya pada bangsa Indonesia.

### **C. Motif Masa Kini**

Menurut Kuswarno 2009:171 motif masa kini meruan alasan yang diberikan untuk kepentingan jangka pendek, sesaat, keseharian dan kekinian. Oleh karena perimbangan kekinian yang berdasarkan pada penjelasan yang dikemukakan para informan, maka lebih dominan memberikan alasan “agar” atau “supaya”.

Motif yang dilakukan oleh ke-lima informan ini bahwa Umar memiliki motif agar mengungkapkan identitas sebagai anggota dari Nahdatul Ulama dan membangun identitas diri dengan menggunakan sorban berwarna hijau, kemudian Dede memiliki motif agar menyesuaikan visi dan misi dari partai serta menyesuaikan segmentasi muslim yang ia pilih agar menarik simpatik, selanjutnya Heri mengatakan supaya menunjukkan citra muslim yang taat karena para calon legislatif sering menggunakan Simbol dalam poster kampanye serta menghargai dan menghormati umat beragama, kemudian Juheni mengatakan agar menyesuaikan segmentasi karena Banten meruan mayoritas beragama Islam, dan yang terakhir yaitu Martua mengatakan agar dapat diterima di masyarakat yang mayoritas beragama muslim dan merubah stigma masyarakat mengenai peci dapat digunakan selain beragama Islam karena budaya.

### **D. Motif Masa Datang**

Menurut Kuswarno 2009:189 motif masa datang meruan motif yang direncanakan selain untuk berpolitik terdapat motif lain yaitu motif yang “bertujuan” atau motif “untuk”.

Motif yang dilakukan oleh ke-lima informan ini bahwa Umar mengatakan untuk membangun identitas apabila ia mencalonkan kembali pada periode selanjutnya ini meruan identitasnya sebagai pengguna sorban berwarna hijau dengan memakai batik, kemudian menurut Dede untuk menyesuaikan kepribadian dengan apa yang digunakannya, selanjutnya menurut Heri Simbol agama digunakan untuk memotivasi dirinya agar lebih baik dan konsisten digunakan dimanapun serta kapanpun, kemudian yang terakhir Martua menggunakan peci untuk memberikan stigma kepada masyarakat bahwa Simbol agama ini bukan hanya digunakan oleh umat muslim tetapi juga sebagai kebudayaan yang secara turun menurun dilakukan oleh budaya Batak.

Maka dari itu motif penggunaan Simbol agama ini sangat berbeda-beda dari sluruh informan, mereka menganggap bahwa Simbol agama bukan tujuan utama mereka dalam berkampanye tetapi memiliki dam pada pemilihan suara untuk mereka, tujuan utama mereka dapat mengemban amanah ketika dapat terpilih nanti dan konsisten untuk merealisasikan apa yang sudah mereka tunjukkan kepada masyarakat, sehingga dari motif yang merujuk pada pengalaman masa lalu individu yang berorientasi pada masa datang yaitu mereka ingin menunjukkan identitas dan juga dapat diterima oleh masyarakat, sedangkan motif yang merujuk pada pengalaman masa lalu individu yang berorientasi pada masa lalu yaitu mereka ingin menunjukkan kebudayaan atau kebiasaan.

Dari perbedaan itu kemudian peneliti memberikan faktor motif penggunaan Simbol agama diantaranya:

- 1) Pengungkapan identitas, poster kampanye ini digunakan untuk memperkenalkan diri sehingga terdapat alasan yang menunjukkan bahwa mereka umat muslim yang harus menggunakan Simbol keagamaan, berasal dari partai berbasis Islam, berasal dari anggota Nahdatul Ulama, serta dibesarkan di lingkungan yang agamis.
- 2) Kebiasaan, selain digunakan dalam poster kampanye mereka juga menggunakan dalam keseharian ketika beribadah, kegiatan keagamaan, maupun kegiatan formal lainnya.
- 3) Pembentukan citra, bahwa poster ini harus melihatkan sisi baik dari mereka agar dapat diterima di masyarakat yang mayoritas beragama Islam sehingga membentuk citra agar menarik simpatik dari segmentasi yang mereka pilih.
- 4) Kebudayaan, di Banten yang meruan mayoritas muslim ini penggunaan Simbol agama sudah menjadi kebudayaan sehingga calon legislatif menggunakan di poster kampanye agar menyesuaikan budaya yang ada.

#### **E. Makna Simbolik Penggunaan Simbol Agama**

Pada penelitian ini peneliti juga membahas mengenai makna yang terjadi atas tindakan yang dilakukan oleh informan baik dalam kehidupan sehari-hari ataupun di dunia politik, berikut pembahasan mengenai makna:

#### **F. Makna dalam Kehidupan Sehari-hari**

Simbol agama meruan suatu benda atau suatu aian yang digunakan ketika melakukan ibadah dan diyakini sebagai penyempurna ibadah bagi seseorang yang menggunakannya, seperti halnya pada agama Islam penggunaan peci, baju koko, sorban,

dan lain sebagainya ini meruan Simbol agama yang tidak wajib digunakan ketika melakukan ibadah, tetapi menjadi suatu hal yang diyakini oleh beberapa muslim untuk meningkatkan ketaatannya kepada Tuhan. Terdapat beberapa informan yang menyatakan bahwa dalam kesehariannya ia tidak menggunakan Simbol keagamaan yang beralasan bahwa harus disesuaikan dengan lingkungan. Berikut alasan yang diberikan informan mengenai makna serta penggunaan Simbol agama dalam kehidupan sehari-hari:

- 1) Beribadah dan kegiatan agama, informan mengatakan bahwa keseharian mereka menggunakan Simbol agama ketika melakukan ibadah, pergi ke masjid dan menghadiri agenda atau kegiatan keagamaan sehingga aianpun menyesuaikan.
- 2) Menghormati umat beragama, seperti hal yang dikatakan oleh Martua yang beragama Kristen bahwa peci yang ia gunakan untuk menghargai masyarakat yang berkeyakinan muslim di lingkungan tempat tinggalnya, bukan sebagai identitas agama atau keyakinan.
- 3) Menghadiri kegiatan formal, menggunakan Simbol agama seperti peci dianggap sebagai aian resmi untuk merapihkan rambut agar terlihat sopan ketika bersama dengan tokoh masyarakat atau tokoh agama, sehingga disesuaikan dengan siapa dan dimana.

Sehingga dalam memaknai penggunaan Simbol agama dalam kehidupan sehari-hari masih digunakan tetapi ketika beribadah dan menghadiri kegiatan agama serta kegiatan formal untuk menghormati umat beragama di wilayah mereka masing-masing.

#### **G. Makna dalam Dunia Politik**

Simbol agama saat ini juga digunakan sebagai pembentukan citra atau penyampaian pesan politik diantaranya yang dilakukan oleh para elite politik dalam berkampanye, mereka menggunakan hal ini pada poster

pemilihan calon legislatif. Penggunaan Simbol agama pada poster ini diyakini para elite politik sebagai tindakan politik yang dilakukan ketika berkampanye pada pemilihan umum. Sehingga pada pembahasan ini peneliti memfokuskan pada poster kampanye yang dilakukan oleh calon legislatif di Provinsi Banten bahwa fenomena yang terjadi di pemilu tahun 2019 terdapat poster kampanye yang menggunakan Simbol keagamaan, kemudian peneliti ingin membahas makna menurut seluruh informan mengenai Simbol agama dalam dunia politik, diantaranya:

- 1) Memberikan tampilan yang berbeda, informan ingin memberikan ciri khas pada poster kampanye mereka agar diingat oleh masyarakat dan dapat diingat mengenai identitas yang diberikan pada poster kampanye.
- 2) Menyesuaikan dengan kepribadian, informan merasa harus disesuaikan dengan diri sendiri maupun Simbol yang digunakan di dalam poster kampanye.
- 3) Sering digunakan di masyarakat, Simbol agama islam tetapi digunakan oleh calon legislatif yang beragama non muslim. Hal ini dikatakan oleh informan sudah menjadi kebiasaan yang sering digunakan oleh masyarakat, sehingga mereka pun menggunakannya dalam menyesuaikan poster kampanye di Banten.

Penggunaan Simbol agama pada poster kampanye sudah direncanakan dengan matang sesuai segmentasi.

Makna simbolik mengenai Simbol agama dalam dunia politik, diantaranya: Memberikan tampilan yang berbeda, Menyesuaikan dengan kepribadian, Sering digunakan di masyarakat.

Makna simbolik menurut semua informan baik dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam dunia politik memiliki tindakan sosial yaitu, Tindakan Berorientasi pada Nilai, Tindakan Berorientasi pada Tujuan, dan

#### **IV. Kesimpulan**

Berdasarkan dari pembahasan hasil penelitian pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

Motif utama baik disadari maupun tidak disadari untuk mencapai tujuan tertentu. Seperti halnya pada penelitian ini terdapat motif penggunaan Simbol agama di dalam poster kampanye sebagai bentuk tindakan sosial, motif sendiri terdapat tiga bagian yaitu motif masa lalu, masa kini dan masa datang. Informan penelitian memiliki motif yang berbeda-beda maka peneliti menyimpulkan faktor-faktor yang mendorong adanya motif tersebut diantaranya: Pengungkapan identitas, kebiasaan, pembentukan citra, kebudayaan.

Motif sebagai tindakan sosial pada informan terdapat tiga tindakan yang sesuai yaitu, Tindakan Berorientasi pada Nilai, Tindakan Berorientasi pada Tujuan, dan Tindakan Tradisional karena terlihat bahwa tindakan subjektif mereka berorientasi pada perilaku yang ada di lingkungan daerah pilih (dapil) masing-masing ketika pemilihan umum (pemilu). Tindakan yang tidak sesuai yaitu Tindakan Afektif karena semua tindakan yang diputuskan dalam

Tindakan Tradisional, karena tindakan ini memiliki makna yang di sesuaikan dengan kebiasaan serta budaya yang ada di lingkungan masing-masing. Tindakan yang tidak sesuai yaitu Tindakan Afektif karena dari pernyataan yang diberikan bahwa tindakan penggunaan Simbol agama dalam keseharian maupun dunia politik dilakukan bukan berdasarkan tindakan yang spontan dan melibatkan sisi emosional.



**REFERENSI**

- Adian (2010), *Pengantar Fenomenologi*, Depok, Koekoesan
- Arifin (2011), *Komunikasi Politik (Filsafat-Paradigma-Teori-Tujuan Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia)*, Yogyakarta, Graha Ilmu
- Creswell (2016), *Research Design (Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran)*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar
- Haroen (2014), *Personal Branding (Kunci Kesuksesan Anda Berkiprah di Dunia Politik)*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama
- Jones Dkk (2010), *Pengantar Teori- Teori Sosial (Dari Teori Fungsionalisme hingga Post-modernisme)*, Jakarta, Obor Indonesia
- Kuswarno (2009). *Fenomenologi – Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitian*, Bandung, Guru Besar Komunikologi Universitas Padjadjaran
- Moleong (2016), *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya
- Nimmo (2005), *Komunikasi Politik (Komunikator, Pesan dan Media)*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya
- Rampersad (2008), *Sukses Membangun Authentic Personal Branding*, Jakarta, PPM Manajemen
- Riswandi (2009), *Komunikasi Politik*, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Sayuti (2014), *Komunikasi Pemasaran Politik*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya
- Sugiyono (2014), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung, Alfabeta