

Komunikasi politik challenger dan incumbent (studi kasus politik pencitraan Susilo Bambang Yudhoyono Sebagai challenger pada pemilihan Presiden 2004 dan incumbent pada pemilihan Presiden 2009 ) = Political communication for challenger and incumbent (study case on image politics over Susilo Bambang Yudhoyono as challenger on the 2004 Presidential election and as incumbent on the 2009 Presidential election)

Rully C. Iswachyudi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20340341&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Pemilu Presiden (Pilpres) 2009 yang baru saja dilaksanakan menunjukkan sakali lagi bahwa ada perubahan dalam pola perebutan kekuasaan. Komunikasi politik melalui pencitraan kandidat seolah menjadi menu wajib baik bagi Challenger maupun Incumbent. Pencitraan tersebut dijabarkan dalam retorika politik yang erat hubungannya dengan media, iklan politik dan survei. Hal tersebut sangat terkait dengan era komunikasi yang terbuka, sehingga para pemilih dan warga negara sangat mudah mengetahui apa yang sedang dan akan dilakukaon para pemimpinnya. Retorika politik yang diketahui akan digunakan warga negara untuk modal memilih para pemimpinnya ataupun menanyakan kembali tugas para pemimpin setelah mereka menjabat. Retorika poHtik yang ditakukan para challenger dan incumbent tentunya harus sesuai dengan keinginan masyarakat pemilih jika ia ingin terpilih atau dipilih kembali oleh warganya. Untuk itu tulisan ini mengemukakan beberapa pertanyaan bagaimana strategi komunikasi politik challenger dan incumbent dalam mencarl dan mempertahankan kekuasaan, selain itu retorika politik apa yang digunakan oleh challenger dan incumbent terutama yang berhubungannya dengan penggunaan media, iklan politik serta efek survei yang terjadi. Berangkat dari keinginan untuk menjawab pertanyaan tersebut maka penulis memilih sosok Susilo bambang Yudhoyono (SBY).

.....The Presidential Election on 2009 has just done a while ago, it showed, once again, that there is a slight change in power taking patterns. Political communication by candidate image has becomes a regular and compulsory menu for Challenger and/or Incumbent. The image has been explained in political rhetoric that it has close correlation to media, surveys and political campaign. This is highly correlated to open-ended communication era, so voters and citizens can easily find out what have been done and what will be done by their leader. Known political rhetoric shall be used by citizens in order to vote their leader or to re-questioning the tasks of their leader when he/she hold his/her position.

Political rhetoric that being made by challenger and incumbent shall certainly be adjusted to voters' needs if they want to be re-elected by their voters. Therefore, this writing is discussing several questions on what are political communication strategies for challengers and incumbent in order to take and restore their power, beside of that, what are used political rhetoric by challengers and incumbent, in particular to correlate with the usages of media, political campaign and survey effects which have been occurred. From this perspective, in order to reply questioned mentioned above, writer selects the figure of Susilo Bambang Yudhoyono (SBY).