

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Untuk memastikan penelitian ini fokus pada isu yang relevan serta menentukan arah penelitian, peneliti perlu menelusuri penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan tema yang akan diteliti. Dengan demikian peneliti melakukan tinjauan literatur terhadap hasil-hasil penelitian terdahulu dan merangkumnya sebagai berikut :

PENELITIAN TERDAHULU 1

Bagus Hidayatullah (2021) dengan judul penelitian “ Analisis Semiotika Makna Foto Dalam Baliho Kampanye Giring Untuk Presiden 2024” penelitian ini membahas tentang makna foto dalam baliho kampanye giring untuk presiden 2024. Penelitian ini guna mengetahui semiotika makna foto dalam baliho kampanye giring untuk presiden 2024, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan datanya menggunakan tiga Teknik yaitu library research, observasi dan dokumentasi. dalam Penelitian Bagus Hidayatullah ini menyimpulkan isi penelitiannya adalah baliho kampanye Giring untuk Presiden 2024 tidak sebagai media informasi saja, tetapi juga sebagai sarana membangun citra dan representasi ideologis. Melalui analisis semiotika Roland Barthes, ditemukan tanda dan simbol dalam baliho, seperti ekspresi wajah, pakaian, aksesoris, dan elemen visual lainnya, menunjukkan strategi komunikasi politik yang bertujuan mempengaruhi persepsi masyarakat. Baliho ini menggambarkan Giring sebagai anak muda yang nasionalis, religius, dan santun, serta menonjolkan

identitas PSI sebagai partai baru dengan visi dan misi yang inovasi untuk menarik perhatian generasi muda. Hal ini menunjukkan bagaimana media visual digunakan secara strategis dalam kampanye politik untuk membangun citra dan menarik dukungan masyarakat.

Perbedaan : Perbedaannya yaitu skala penelitiannya berbeda dikarenakan penelitian terdahulu ini fokus pada pemilihan legislatif tingkat daerah dan penelitian terdahulu ini lebih fokus pada politik dan isu lokal.

Persamaan : Meneliti topik yang sama tentang media promosi kampanye politik untuk menggali makna semiotika dalam media papan reklame kampanye dan sama-sama menggunakan teori semiotika Roland Barthes.

PENELITIAN TERDAHULU 2

Andri Setiawan (2021) dengan judul penelitian “ Analisis Semiotika Papan Reklame Pada Iklan Kampanye Politik 2 Kandidat Calon Walikota Dan Wakil Walikota Surabaya Tahun 2020” penelitian terdahulu ini untuk mengetahui makna pesan apa yang ada pada papan reklame iklan kampanye politik kandidat calon walikota dan wakil walikota Surabaya tahun 2020. Penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif dan Teknik pengumpulan datanya melalui dokumentasi lapangan, hasil dari penelitian ini adalah Dari analisis kedua papan reklame kampanye dapat disimpulkan strategi visual dan pesan keduanya memanfaatkan semiotika untuk menciptakan citra dan mempengaruhi psikologi pemilih. Pasangan Eri Cahyadi-Armuji menegaskan kesinambungan dengan Bu Risma melalui slogan

dan gaya visual modern untuk menarik pemilih muda. sedangkan pasangan Machfud Arifin-Mujiaman menonjolkan program unggulan yang konkret, didukung elemen visual profesional yang menunjukkan kewibawaan dan identitas Surabaya. Keduanya berhasil menggunakan kombinasi warna, simbol, dan pesan teks untuk memperkuat identitas dan menjangkau target pemilih sesuai strategi masing-masing dalam Pilwali Surabaya 2020.

Perbedaan : perbedaan ruang lingkup dan konteks karena fokus dari penelitian terdahulu ini adalah pemilihan walikota dengan kandidat lokal sedangkan penelitian yang akan dilakukan tentang pemilihan presiden yang bersekala nasional.

Persamaan : sama-sama menggunakan pendekatan metodologis yaitu sama-sama menggunakan analisis semiotika Roland Barthes untuk mengkaji media visual kampanye politik. Keduanya bertujuan mengungkap makna tersembunyi melalui tanda, simbol, dan bahasa visual dalam iklan kampanye dengan fokus pada analisis semiotika yang mendalam terhadap elemen-elemen komunikasi politik.

PENELITIAN TERDAHULU 3

Muhammad Syahdewa, Arya Ganis Afifudin, Pungky Febi Arifianto (2024) dengan judul penelitian “Analisis Semiotika Poster Film Horor Asih 2” penelitian ini membahas tentang analisis elemen visual dan tekstual yang ada dalam poster film asih 2. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana elemen visual dan tekstual pada poster film horror dapat menghasilkan dan menyampaikan pesan

dan suasana yang diinginkan. Penelitian ini menggunakan kuliitatif deskriptif dan Teknik pengumpulan datanya memakai studi dokumentasi. Isi dari penelitian ini adalah elemen visual seperti warna, gambar, dan teks yang ditemukan pada poster tidak jelas menunjukkan genre horor yang dimaksud. Analisis konotasi menunjukkan makna tambahan yang terkait dengan hubungan budaya, emosional, dan sosial, sedangkan analisis denotasi menunjukkan makna literal dari tanda-tanda pada poster. Hasil penelitian menunjukkan bahwa poster Asih 2 memiliki kekurangan dalam menyampaikan suasana khas genre horor yang seharusnya mencekam. Elemen visual seperti warna gelap dan gambar makhluk halus tidak memberikan kesan horor yang kuat sehingga menimbulkan keraguan bagi audiens apakah film tersebut termasuk dalam genre horor komedi atau horor mencekam. Penelitian ini menegaskan pentingnya membuat elemen visual yang tepat untuk mendukung citra dan pesan genre film yang diinginkan. Kesimpulan ini dapat membantu memahami strategi visual poster dapat memengaruhi persepsi dan ekspektasi audiens dalam isi film.

Perbedaan : perbedaannya ada pada fokus objek karena di penelitian terdahulu 2 ini tentang analisis poster film horor yang bersifat hiburan dan berkaitan dengan genre horor, perbedaan selanjutnya ada di konteks penelitian di penelitian terdahulu ini membahas konteks industri perfilman dan perbedaan yang terakhir adalah tujuan analisis penelitian terdahulu 2 ini bertujuan guna memahami makna visual dalam konteks promosi film dan representasi horor sedangkan tujuan penelitian

yang akan dilakukan penulis adalah memahami makna visual baliho dalam membangun citra politik dan strategi kampanye.

Persamaan : sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan sama-sama memakai metode analisis semiotika roland barthes selain itu sama-sama berfokus pada media visual sebagai objek analisis.

Dari hasil menganalisis ketiga judul penelitian terdahulu tersebut ketiganya menggunakan teori semiotika roland barthes dalam menganalisis elemen visual. Tetapi terdapat celah dari ketiga penelitian terdahulu tersebut yaitu belum detail dalam menganalisis gambaran ideologi dan strategi kekuasaan dalam baliho kampanye presiden dan ketiga penelitian tersebut tidak menggabungkan dengan paradigma kritis dalam memahami dan menganalisis elemen visual yang diciptakan. Dan masih sedikitnya penelitian yang menganalisis secara mendalam tentang elemen visual yang bisa mempengaruhi persepsi publik dan menggambarkan ideologi dengan semiotika kritis.

Dengan adanya penelitian ini yang menganalisis elemen visual dan tekstual baliho kampanye Prabowo-Gibran dengan menggunakan teori semiotika roland barthes dengan menggabungkan paradigma kritis dapat mengisi celah tersebut. Penelitian ini akan memahami lebih dalam dan membongkar gambaran ideologi, kekuasaan dan dominasi di politik yang terdapat pada baliho untuk mempengaruhi persepsi masyarakat.

2.2 Teori Semiotika

Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang cara memberikan makna pada tanda yang bisa di artikan sebagai konsep yang mengajarkan manusia dalam memahami tanda yang ada pada suatu objek. Semiotika berasal dari Bahasa Yunani “semeion” yang berarti tanda. Tanda dapat mewakili suatu hal yang masih berkaitan dengan objek tertentu, objek inilah yang membawa dan mengkomunikasikan berbentuk tanda. Kajian semiotika menganggap tanda sebagai fenomenal sosial dalam masyarakat dan kebudayaan.

Dikutip dari buku semiotika komunikasi (Seto et al., 2013) Pada prinsipnya semiotika adalah upaya untuk mempelajari hal-hal yang tidak biasa atau membutuhkan pemeriksaan tambahan saat membaca teks atau cerita tertentu dan tujuan analisis semiotika ini biasanya bersifat paradigmatik yaitu guna mengungkap makna, termasuk makna yang tersembunyi didalam teks. Maka dari itu semiotika sering dianggap sebagai usaha untuk mengungkap makna yang tersembunyi di balik berita dan sebagai bidang yang meneliti sejumlah besar objek serta peristiwa yang terjadi diseluruh kebudayaan sebagai tanda.

Sistem, aturan, dan konvensi yang mendasari tanda-tanda dipelajari dalam semiotika sehingga Semiotika sendiri telah digunakan sebagai salah satu alat metodologis yang penting dalam berbagai penelitian terutama dalam analisis media dan komunikasi (Sufriyanto Talani et al., 2023), Ilmu ini berkembang dari kajian linguistik dan filsafat dengan Dua tokoh utama yang dianggap sebagai pendiri semiotika modern Ferdinand de Saussure dan Charles Sanders Peirce kedua tokoh

semiotika ini mengembangkan teori yang berbeda tentang pemahaman tanda tetapi saling melengkapi

Dikutip dari (Wibawa & Prita Natalia, 2021) Menurut Ferdinand de Saussure tanda terdiri dari dua bagian utama yaitu penanda atau signifier dan petanda atau signified. Penanda adalah bentuk fisik tanda seperti kata atau gambar sedangkan petanda adalah makna yang diwakili. Saussure menegaskan hubungan antara penanda dan petanda tidak natural tetapi berdasarkan norma sosial. Menurut (Febrina, 2022) Saussure membagi studi linguistik menjadi pendekatan sinkroni (studi tentang bahasa pada satu titik waktu tertentu) dan diakroni (studi tentang perkembangan bahasa sepanjang waktu). Pendekatan sinkroni menegaskan pentingnya memahami struktur bahasa pada titik waktu tertentu.

Selain Ferdinand de Saussure terdapat Charles Sanders Peirce seorang filsuf Amerika mengembangkan pendekatan semiotika yang berbeda dengan memperkenalkan model triadik yang terdiri dari tanda (representamen), objek, dan interpretan. Tanda adalah sesuatu yang mewakili objek kepada interpretan, yaitu pemahaman atau makna yang muncul dalam pikiran seseorang dikutip dari buku konsep dasar semiotika (Arianto et al., 2025). Peirce mengklasifikasikan tanda menjadi tiga kategori yaitu ikon atau tanda yang menyerupai objeknya, indeks atau tanda yang memiliki hubungan kausal atau fisik dengan objeknya dan simbol atau tanda yang hubungannya dengan objek didasarkan pada perjanjian.

Selain itu terdapat kritikus budaya asal Prancis bernama Roland Barthes mengembangkan teori semiotika dengan menerapkannya pada analisis media massa dan budaya populer. Menurut buku semiotika (Fatimah, 2020:47) Barthes meneliti

dalam “Mythologies” (1957) bagaimana mitos yang menyampaikan ideologi tertentu dibentuk oleh tanda-tanda dalam budaya sehari-hari. Untuk menjelaskan lapisan makna dalam tanda Roland Barthes yaitu menggunakan konsep denotasi dan konotasi.

Denotasi adalah makna nyata atau deskriptif dari tanda, sementara konotasi adalah makna tambahan yang bersifat emosional, budaya, atau ideologis (Windu Tri Mukherna et al., 2025) seperti gambar bendera nasional secara denotatif adalah selembar kain dengan desain tertentu tetapi secara konotatif dapat membangkitkan perasaan patriotisme atau identitas nasional. Barthes menegaskan konotasi sering digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan ideologis yang tersirat.

Selain itu, Barthes memperkenalkan mitos sebagai sistem penandaan tingkat kedua dalam sistem tanda, tanda denotatif menjadi penanda dalam sistem pertama dan mitos penerapan ideologi tertentu yang membuat seperti benar yang tidak perlu dipertanyakan (Fakhirah et al., 2025). Mitos membantu mempertahankan struktur kekuasaan dan norma sosial dalam masyarakat. Barthes juga mengkritik cara budaya populer dan media massa menggunakan mitos untuk menyampaikan ideologi. Iklan, berita, dan produk budaya lainnya sering menyamarkan ideologi sebagai sesuatu yang alami dan tidak dapat dihindari. Analisis Barthes memberi kita pemahaman tentang bagaimana sistem tanda membentuk dan mengontrol makna dalam masyarakat.

Semua tokoh semiotika memahami tanda dengan cara yang sama, tetapi mereka berbeda dalam menafsirkannya (Wulansari et al., 2020). Ferdinand de Saussure lebih fokus pada bahasa dan menguraikan dalam konsep yang lebih detail

meskipun tanda juga dapat muncul dari adat istiadat, agama, dan bidang lain. Selain itu teori semiotika Charles Peirce menganalisis makna tanda dengan menggunakan simbol, ikon, dan indeks. Tapi teori ini dianggap kurang mendalam dalam mengungkap makna tersembunyi. Maka dari itu model analisis Roland Barthes lebih cocok karena menyelidiki makna tanda secara menyeluruh dan sistematis, mencakup semua aspek yang dibahas oleh tokoh-tokoh sebelumnya.

2.3 Semiotika Roland Barthes

Roland barthes dikenal sebagai ahli semiotika yang mengembangkan analisis tanda model lama dari Ferdinand de Saussure. Menurut (Andika et al., 2023) Barthes menyatakan proses pembentukan makna tanda terdiri dari dua tingkat penafsiran utama denotasi dan konotasi. Oleh karena itu Roland Barthes terkenal dengan konsep *two orders of signification* meliputi makna denotasi yaitu tingkat penandaan yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda yang menghasilkan makna yang spesifik, langsung dan pasti,

sedangkan konotasi menunjukkan bagaimana tanda berinteraksi dengan perasaan atau emosi pembaca serta nilai-nilai yang berasal dari pengalaman kultural dan personal (Rohmaniah et al., n.d.) . jadi Barthes membuat konsep konotasi dan denotasi sebagai dasar analisisnya saat membahas model dan barthes menggunakan versi yang jauh lebih sederhana.

| | |
|---|---|
| 1. Penanda (<i>Signifier</i>) | 2. Petanda (<i>Signified</i>) |
| 3. Tanda Denotatif (<i>Denotatif Sign</i>) | |
| 4. Penanda Konotatif (<i>Connotative Signifier</i>) | 5. Petanda Konotatif (<i>Connotative Signified</i>) |
| 6. Tanda Konotatif (<i>Connotative Sign</i>) | |

Gambar 2. 1 Enam Langkah pemaknaan Tanda Roland Barthes

sumber : (Siti et al., 2022a)

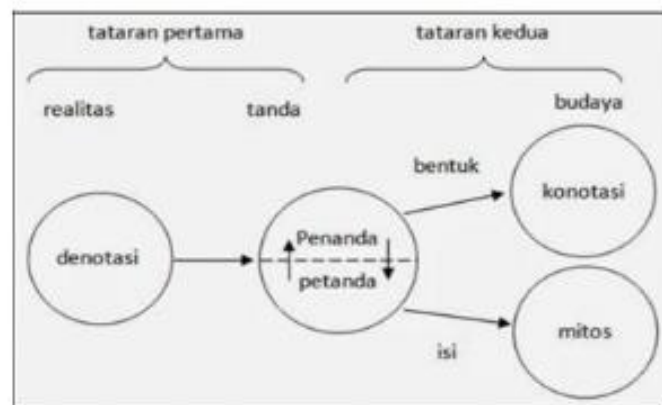
Skema dua tahap signifikasi menurut Barthes (adaptasi dari teori Barthes). Setiap tanda terdiri atas penanda denotatif (1) bertemu petanda denotatif (2), membentuk tanda denotatif (3) tanda denotatif itu sendiri berperan sebagai penanda konotatif (4), bertemu petanda konotatif (5) hingga terlahir tanda konotatif (6).

Menurut barthes setiap tanda terdiri atas dua elemen dasar yaitu penanda dan petanda. Penanda adalah bentuk nyata dari suatu tanda misalnya gambar, kata, suara. sementara petanda adalah konsep atau makna yang diwakili oleh penanda tersebut. (Hidayati, 2021) mengatakan barthes sebagai pengembang semiotika dari saussure sependapat bahwa penanda dan petanda saling keterkaitan sehingga terbentuk makna awal atau tanda denotasi. Tahap pertama ini bersifat objektif dapat dilihat secara harfiah misalnya apa yang kita lihat sudah dianggap sebagai makna denotasi suatu tanda

Untuk tingkatan selanjutnya barthes mengenalkan konotasi yaitu makna tambahan yang bersifat subjektif dan kultural. Konotasi muncul Ketika penanda denotasi dihubungkan dengan konteks budaya dan ideologi tertentu (Tri Wulandari et al., 2024) contohnya bendera berwarna merah dapat secara denotatif berarti

warna merah tetapi secara konotatif bisa melambangkan keberanian atau semangat tergantung pengetahuan budaya. Menurut Barthes konotasi meliputi elemen perasaan, nilai, atau simbol yang secara tidak langsung terdapat tanda. Arti tanda tidak lagi hanya “tuliskan putih di kertas hitam” tetapi memiliki makna budaya dan sejarah yang lebih dalam. (Siti et al., 2022b)

Denotasi dan konotasi merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan atau berdiri sendiri dan Setiap tanda yang kita lihat pada dasarnya adalah suatu bentuk denotasi (Semiotika Roland Barthes Mutiara et al., 2025). Makna denotasi menunjuk pada apa yang tampak secara langsung dalam sebuah gambar dan bisa dikatakan gambar itu sendiri secara langsung menghadirkan makna denotatif. makna denotatif tersebut berkembang menjadi makna konotatif, dan selanjutnya, makna konotatif bisa menjadi denotatif apabila telah digunakan secara luas dan dipahami bersama sebagai makna yang tetap.



Gambar 2. 2 Signifikasi Dua Tahap Model Roland Brthes

Sumber : (Alex Sobur, 2004)

Dengan gambar “Two Orders of Signification” Barthes menunjukkan tanda tidak berhenti pada makna literal (denotasi), melainkan terus bergerak membentuk

makna budaya (konotasi) dan akhirnya menjadi sistem mitos. mitos sebagai tingkatan signifikansi berikutnya di sini mitos dianggap sebagai narasi budaya yang memberikan makna ideologis pada tanda, sehingga tanda-tanda konotasi yang populer dianggap sebagai sesuatu yang alami (Solihin et al., 2023) Mitos bersifat normatif dan berfungsi untuk memahami konteks historis tanda-tanda tersebut. sehingga makna akhir sebuah tanda sudah dibentuk oleh konstruksi sosial budaya. Dengan demikian Barthes melihat bahwa mitos adalah “tatanan ketiga” signifikasi yang menyampaikan pesan ideologis melalui lapisan makna sebelumnya.

Menurut Barthes tanda tidak terbatas pada makna denotatif. Dia menegaskan bahwa konotasi, atau makna kedua, dimulai dari makna pertama dalam proses signifikasi dua tahap. Pergeseran makna inilah yang disebut sebagai pergeseran sisi dalam menghasilkan mitos oleh Barthes. Secara ringkas dapat dikatakan tahap pertama hubungan antara penanda dan petanda menghasilkan tanda denotasi tahap kedua penanda denotasi itu menjadi penanda baru (konotasi) yang menghasilkan petanda konotasi dan dari situ terbentuk tahap ketiga berupa tanda konotatif ideologis (mitos)

2.4 Komunikasi Politik

Komunikasi politik adalah proses penyampaian pesan-pesan yang bermuatan politik yang melibatkan aktor-aktor politik sebagai komunikator maupun komunikan, serta berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan publik dikutip dari buku komunikasi politik (Sarihati et al., 2019) . jadi komunikasi politik juga bisa dibidang suatu proses yang berlangsung secara terus-menerus dan mencakup pertukaran informasi antara individu maupun juga

kelompok di berbagai lapisan masyarakat. Maka dari itu komunikasi politik menjadi sarana penting dalam membentuk opini publik dan mempengaruhi perilaku politik masyarakat.

Komunikasi politik bertujuan untuk menyampaikan pesan politik yang bisa mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat yang memilih. Menurut (Sampurna et al., 2024) Komunikasi politik berfungsi untuk memberikan informasi politik, menciptakan citra dan opini publik, dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pemilu. Ini juga membantu membangun kepercayaan antarpihak dan memahami keinginan rakyat untuk membuat program kerja yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Oleh karena itu komunikasi bisa dibilang efektif untuk mendorong partisipasi publik.

Untuk mencapai tujuan politik strategi komunikasi politik yang efektif sangat penting. Menurut (Andamisari, 2024) strategi tersebut terdiri dari beberapa elemen seperti penggunaan media sosial, segmentasi audiens, personalisasi pesan, dan manajemen citra. Segmentasi audiens memungkinkan politisi untuk menyesuaikan pesan mereka dengan berbagai kelompok pemilih yang berbeda, sementara personalisasi pesan membantu menciptakan kedekatan antara politisi dan pemilih. Sehingga dapat di artikan strategi komunikasi politik efektif jika disesuaikan dengan karakter audiens.

Seiring perkembangannya strategi komunikasi politik sekarang memiliki dua alat utama dalam berkomunikasi yaitu melalui media massa dan media sosial. Para kandidat dan partai politik memanfaatkan dua media tersebut guna menyebarluaskan visi, misi serta program kerja mereka secara terstruktur dan

cepat. Tetapi di era digital sekarang Penggunaan media sosial dapat meningkatkan dukungan publik. Seperti yang di katakan (Joniarta, 2024) bahwa Pemanfaatan media sosial melalui Instagram oleh pasangan calon berkontribusi pada peningkatan dukungan elektoral melalui citra positif, penyebaran pesan kampanye, dan interaksi efektif dengan pemilih.

Tetapi di era sekarang media tradisional atau konvensional juga masih banyak digunakan seperti baliho, masih digunakan dalam komunikasi politik. (Amalia et al., 2022) membandingkan baliho dan media sosial untuk komunikasi politik dan menemukan bahwa masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan. Sementara baliho dapat menjangkau pemilih yang tidak aktif di media sosial, dapat simpulkan media massa atau konvensional Baliho masih berhasil menjangkau pemilih yang tidak aktif di media sosial, terutama di daerah yang tidak memiliki akses internet. Sebaliknya, media sosial memungkinkan interaksi yang lebih langsung dan memungkinkan untuk menargetkan audiens yang lebih spesifik. Komunikasi politik dapat lebih luas dengan kombinasi kedua media ini.

Di dalam dua media komunikasi politik tersebut dipastikan terdapat visual yang digunakan dalam media kampanye sehingga gaya komunikasi juga terlihat dari pendekatan visualnya misalnya pemilihan warna, gambar, dan slogan tidak hanya sebagai unsur estetika, tetapi sebagai bagian dari strategi komunikasi simbolik yang menyoroti persepsi publik secara mendalam. dan juga komunikasi politik tidak hanya berbicara tentang isi pesan, tetapi juga konteks sosial budaya di mana pesan itu diproduksi dan dikonsumsi. dari penjelasan ini Komunikasi politik juga beroperasi pada level simbolik yang dapat dianalisis melalui pendekatan

semiotika. Pendekatan ini penting untuk memahami makna-makna tersembunyi dalam pesan kampanye, yang terkait dengan aspek simbolis dan kultural yang dibangun dalam komunikasi politik.

Dengan demikian dapat disimpulkan Komunikasi politik menjadi bagian penting dari proses demokrasi, terutama dalam hal pemilu. Komunikasi politik memengaruhi opini publik dan realitas politik melalui media dan tanda-tanda yang direncanakan untuk mendapatkan simpati dan suara publik.

2.5 Komunikasi Visual Dalam Politik

Komunikasi visual adalah cara penyampaian pesan dengan elemen visual seperti gambar, warna, simbol, dan desain grafis yang bisa dilihat dan dipahami oleh masyarakat. Menurut buku komunikasi visual Pundra Rengga Andhita, 2021) menyatakan di komunikasi visual terdapat interaksi penyampaian pesan dan penerima dengan elemen visual yang menghasilkan respon tertentu. dan bisa dibidang komunikasi visual membantu audiens memahami informasi yang rumit melalui pendekatan visual yang menarik dan terstruktur, dan pesan menjadi lebih mudah dipahami dan diingat.

Di era sekarang komunikasi visual mempunyai peran untuk mempermudah penyampaian pesan. Terdapat elemen visual seperti ikon yang mudah diketahui , desain yang menarik dan tata letak yang rapi membuat informasi lebih cepat dan mudah dipahami. Berdasarkan penjelasan (BINUS UNIVERSITY, n.d.) komunikasi visual memanfaatkan elemen dasar seperti garis, titik, bidang, warna, tekstur, ruang, dan bentuk. Setiap elemen ini memiliki peran dan makna tersendiri

jika digabungkan dengan tepat bisa menciptakan komposisi visual yang kuat dan mudah dipahami. Elemen ini penting dalam berbagai konteks seperti iklan , branding , dan media sosial.

Komunikasi visual juga memiliki peran penting dalam bidang politik di masa sekarang karena visual yang dibentuk dengan baik bisa menarik perhatian , membentuk persepsi dan menyampaikan pesan singkat yang terdapat makna tersendiri. Di kampanye politik visual seperti baliho , poster dan konten digital dibuat untuk menyampaikan pesan politik tertentu dan menarik minat pemilih. Keberhasilan komunikasi visual dalam kampanye politik dipengaruhi oleh prinsip desain seperti penekanan visual , keseimbangan dan proporsi contohnya seperti komposisi yang seimbang antara gambar , teks dan ruang kosong bisa menciptakan kesan profesional dan meyakinkan. (Yulius & Pratama Putra, 2021) mengatakan desain dengan perencanaan yang baik bisa meningkatkan kenyamanan visual dan membuat audiens lebih mudah menerima pesan yang disampaikan.

Komunikasi visual dalam kampanye politik dijadikan salah satu alat yang menentukan keberhasilan penyampaian pesan. Visualisasi yang dirancang dengan baik dan terarah bisa memperkuat citra kandidat, menyampaikan pesan dengan jelas, dan memengaruhi perilaku pemilih. (Billah et al., 2024) menyebutkan bahwa kampanye berbasis visual dapat meningkatkan efektivitas dibandingkan kampanye yang hanya mengandalkan teks. Dengan demikian, komunikasi visual menjadi elemen penting dalam kampanye politik modern.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa komunikasi visual menjadi penting dalam kampanye politik modern. Penggunaan elemen visual yang tepat,

prinsip desain yang seimbang, dan pemanfaatan kekuatan emosi dalam visualisasi pesan adalah kunci dalam membangun citra dan memenangkan hati publik. maka dari itu penguasaan komunikasi visual yang efektif menjadi keterampilan penting yang harus dimiliki oleh setiap aktor politik yang ingin berkompetisi secara sukses dalam ranah politik saat ini

2.6 Kampanye Politik

Kampanye didefinisikan suatu kegiatan penyebaran informasi dan seruan atau ajakan untuk mencapai suatu tujuan tertentu, Kampanye sendiri dapat dilakukan oleh individu, kelompok maupun organisasi. Menurut (Kustiawan et al., 2022) kampanye adalah menyampaikan pesan kepada masyarakat, penyampaian pesan ini dapat disampaikan dalam berbagai bentuk seperti spanduk, poster, baliho, iklan dan pamflet penyampaiannya menggunakan symbol, baik verbal sampai nonverbal supaya menarik perhatian masyarakat.

Kampanye sangat berpengaruh dalam penyampaian pesan atau propaganda dalam mencapai tujuan tertentu karena di dalam kegiatan kampanye bisa menyuarakan, mengajak dan mempengaruhi masyarakat dengan berkomunikasi secara langsung sehingga terjadi komunikasi yang efektif dalam mencapai tujuan. Dan International Freedom Of Expression Exchange (IFEX) mendefinisikan tentang kampanye adalah sebuah kegiatan dengan berbagai tujuan praktis yang menghasilkan perubahan sosial publik serta segala aktivitas kampanye yang mempengaruhi komunikasi dua arah. Kampanye dilakukan dalam berbagai konteks seperti kampanye sosial, kampanye lingkungan, kampanye bisnis dan kampanye politik.

Namun yang paling sering kita jumpai adalah kampanye politik dan kita juga mengenal kampanye sebagai alat pemasaran politik dalam pemilu yang memilih wakil rakyat, presiden dan posisi lain dalam pemerintahan. pemasaran politik merupakan serangkaian Tindakan yang direncanakan dengan strategis dan taktis juga bersifat jangka Panjang maupun jangka pendek untuk menyebarkan makna politik kepada pemilih (Kustiawan et al., 2022). Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2012 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat mengatur pemilihan umum di Indonesia, menyatakan bahwa pemilihan umum adalah bagian penting dari kehidupan kenegaraan. menggunakan pemilihan umum untuk memilih wakil rakyat untuk berpartisipasi dalam berbagai parlemen pemerintahan.

Kampanye politik di masa kini terkonsentrasi pada proses pemilihan umum dan calon kepala negara atau kepala pemerintahan. Contoh paling umum adalah pemilihan presiden atau kepala negara, dalam situasi ini kita dapat melihat bagaimana setiap calon dan pendukungnya berusaha secara aktif untuk mendukung partai mereka. Pesan yang disampaikan tokoh politik adalah yang paling penting di dalam aktifitas kampanye politik dan semuanya akan berusaha menawarkan topik yang menarik bagi masyarakat. Di kampanye ada istilah janji politik kata itu mungkin lebih familiar bagi Sebagian dari kita Ini bisa jadi benar karena itu adalah bagian dari pesan dalam kampanye politik, meskipun tidak selalu berarti demikian.

Pesan dalam kampanye politik berisi gagasan dapat berasal dari alasan dan kemudian di bentuk menjadi suatu pesan yang disampaikan kepada masyarakat atau khalayak. Pesan-pesan ini mungkin ditanggapi, diterima atau bahkan bisa ditolak

oleh masyarakat. Menurut (Sukma et al., 2024) kampanye secara khusus berfokus pada masalah-masalah penting masyarakat, bukan hanya isu-isu kecil yang bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat umum. Ide dan gagasan tersebut dapat dengan bebas disampaikan melalui berbagai jenis media massa yang tersedia saat ini. Selain itu Pers sebagai alat penyampaian pendapat masyarakat sehingga isu-isu yang muncul dapat menjadi perhatian publik dan mendorong perubahan kebijakan pemerintah yang baru.

Manajemen kampanye yang baik dan kemampuan untuk memahami konsep kampanye secara keseluruhan sangat penting agar kampanye politik dapat mencapai sasarannya. Dimulai dengan membangun ide atau tema kampanye yang kuat. Kemudian merencanakan, mengorganisasikan, menganggarkan, melaksanakan, dan menilai untuk mencapai tujuan secara efisien dan efektif. Kampanye politik bukan hal sepele tetapi kegiatan politik yang memerlukan perencanaan yang matang, dana yang cukup, pengelolaan sumber daya manusia yang baik dan juga melibatkan pihak dengan tingkat kompleksitas dan konflik yang tinggi. Politisi memerlukan bantuan komunikator profesional sebagai pengatur jalannya kampanye, penyusunan pidato, pembuat agenda dan daftar pernyataan politik kandidat. Hal ini menjadi lebih penting lagi dalam konteks kampanye politik di era demokrasi sekarang.

Menurut penulis Kampanye politik memainkan peran penting dalam memperkenalkan kandidat kepada publik. Kampanye politik didefinisikan sebagai upaya sistematis untuk mempengaruhi kelompok tertentu dalam proses pengambilan keputusan. Setiap calon harus mempertimbangkan strategi dan

perencanaan dengan cermat jika mereka ingin menang dalam pemilihan umum. Strategi dan perencanaan ini sangat penting karena menentukan kesuksesan calon dalam proses pemilihan.

2.7 Baliho Sebagai Media Kampanye Dalam Membangun Citra Politik

Baliho adalah alat atau sarana untuk memberitakan dan media promosi, baliho sendiri berasal dari Bahasa arab dan artinya adalah menyampaikan. Baliho adalah pesan, iklan, promosi, atau pemberitahuan yang diketahui umum (Iis Purnengsih, 2017). Pesan yang disampaikan dapat berupa pesan yang tersirat, promosi, iklan atau informasi yang diketahui oleh masyarakat. Baliho biasanya dipasang dibahu jalan yang sering dilewati oleh kendaraan yang dapat memungkinkan pengguna jalan atau pengendara untuk melihat informasi atau pesan yang disampaikan didalam baliho yang berukuran besar sehingga masyarakat dan pengguna jalan dapat melihatnya dengan jelas pesan atau informasi yang disampaikan lewat media baliho.

Tujuan baliho dibuat adalah untuk disebarluaskan dan supaya mendapatkan reaksi dari banyak orang dan mendorong mereka untuk melakukan hal-hal yang sesuai dengan pesan yang di tampilkan di baliho. di Indonesia Baliho adalah media yang sering digunakan yang identik dengan politik, promosi produk/brand. Menurut (Muhammad Iqbal Khatami, 2021) Baliho telah menarik perhatian dan menerima banyak tanggapan dari para ahli dan masyarakat umum menunjukkan bahwa baliho masih menjadi media komunikasi politik konvensional yang populer di Indonesia. Oleh karena itu banyak baliho politik yang bertebaran di sepanjang jalan yang ramai orang berkendara.

Termasuk kampanye politik Prabowo-Gibran untuk pemilihan presiden 2024 yang menggunakan media baliho ditempatkan di tempat yang strategis seperti perempatan jalan, area fasilitas umum dan pusat keramaian. Yang menampilkan gambar pasangan calon yang menarik, slogan yang singkat dan mudah diingat dan visual yang menarik. Baliho ini di aplikasikan guna menarik perhatian publik karena ukuran yang besar, penggunaan warna yang baik, visual yang menarik dengan memakai teknologi AI dan komponen simbolis yang menunjukkan nilai atau visi pasangan calon, Hal ini dapat menciptakan persepsi positif dan meningkatkan daya ingat pemilih dan membangun citra terhadap pasangan calon yang diusung.

Digunakannya Baliho sebagai alat mempromosikan citra dan agenda politik kandidat kepada khalayak melalui pemasangan baliho di berbagai tempat publik, penyebaran yang sangat luas dari baliho yang menampilkan gambar beberapa tokoh politik yang berkaitan dengan pemilu menjadi sorotan karena fenomena ini intensitasnya tinggi, menunjukkan upaya para kandidat atau partai politik dalam upaya memperkuat identitas mereka ditengah persaingan kampanye politik yang semakin ketat menjelang pemilu. Menurut penulis, baliho juga dapat meningkatkan angka elektabilitas sebagai sarana untuk memperoleh keunggulan dalam kontestasi politik. Fenomena ini sangat wajar dan lumrah dalam politik, para kandidat berupaya menarik perhatian masyarakat dengan memperbanyak penyebaran baliho dan media promosi lainnya.

2.8 Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi visual salah satu proses penting dalam menyampaikan pesan dengan melalui bentuk visual yang menarik dan mudah untuk dipahami. Proses ini menggabungkan antara seni, strategi dan teknologi untuk membuat elemen visual yang difungsikan untuk menyampaikan informasi atau pesan kepada audiens. Desain komunikasi visual selain fokus pada keindahan visualnya juga fokus pada kemampuan desain untuk mempengaruhi persepsi audiens sesuai tujuan yang diinginkan (Putra Sabarudin et al., 2025).

Desain komunikasi visual ini terdapat cabang ilmu atau bidang yang saling melengkapi dikutip dari (Fitri et al., 2022) seperti ilustrasi, fotografi, animasi dan tipografi. Ilustrasi digunakan untuk membuat gambar untuk mendukung alur cerita, fotografi adalah mengabadikan dan menangkap suatu momen dengan bentuk visual untuk membangun emosi dan kepercayaan seperti iklan, untuk tipografi adalah fokus terhadap huruf atau font pada teks supaya bisa terbaca oleh audiens dan untuk menambah sisi estetika. Animasi adalah suatu konsep yang fungsinya untuk menghidupkan elemen visual dengan gerakan supaya menarik perhatian audiens. Selain itu terdapat elemen - elemen dalam desain komunikasi visual seperti :

1) Warna

Warna adalah salah satu elemen yang bisa mempengaruhi pandangan audiens dengan warna desainer bisa menyampaikan pesan, untuk penegasan sesuatu dan menampilkan suatu identitas dengan pemilihan warna yang tepat.

2) Titik

Titik elemen yang terkecil. Titik biasa ditampilkan berkelompok dan berjumlah dengan susunan tertentu.

3) Garis

Garis dapat mempengaruhi pembentukan suatu objek, garis juga dapat membentuk arah dengan garis bisa melengkung, lurus, zig-zag dan putus-putus.

4) Bidang

Bidang visual dengan dimensi Panjang dan lebar. Bidang bisa dibentuk dengan titik atau garis dengan susunan tertentu. Bidang terbagi dua bidang geometri dan nengeometri. Bidang geometri bisa diukur luasnya sedangkan bidang nengeometri tidak mudah untuk mengukur luasnya.

5) Tekstur

Tekstur adalah visual permukaan yang bisa terlihat dan terasa menambah kesan desain menjadi lebih hidup

6) Ruang

Ruang adalah area kosong untuk memisahkan dan menggabungkan sesuatu elemen. Penataan ruang yang baik bisa membentuk keseimbangan dan memudahkan audiens menjadi fokus dan memahami informasi.

2.8.1 Prinsip Desain

Prinsip desain menjadi dasar utama dalam membuat karya visual supaya karya visual menarik dan tetap efektif untuk menyampaikan pesan. Prinsip desain

ini membantu untuk menyusun elemen visual supaya informasi mudah dipahami dan tersampaikan kepada audiens (Syaputra & Mahendra, 2023). Maka dari itu prinsip desain menjadi panduan yang digunakan untuk mengatur elemen visual seperti titik, garis, warna, tekstur dan ruang supaya membentuk komposisi visual yang menarik dan fungsional.

Prinsip desain yang umum digunakan terdiri dari keseimbangan, kontras, penekanan, ritme, kesatuan dan proporsi seperti yang tertera di buku pengantar desain komunikasi visual Ricky W.Putra (2020, hal 11).

1. Kesatuan

Kesatuan adalah hubungan antar elemen dalam desain supaya terlihat sebagai satu kesatuan. Adanya kesatuan ini untuk memastikan semua bagian desain saling terhubung dan mendukung tidak terpisah.

2. Keseimbangan

Keseimbangan bisa dikatakan pendistribusian elemen visual yang rata dalam desain supaya terlihat seimbang dan menciptakan kesatuan visual membuat audiens merasa nyaman melihat desain.

3. Ritme

Ritme adalah suatu konsep pengulangan elemen visual untuk membentuk alur atau gerakan. Berguna untuk membuat desain berbeda dan bisa untuk mengarahkan audiens seperti menggunakan elemen pola garis dan warna.

4. Penekanan

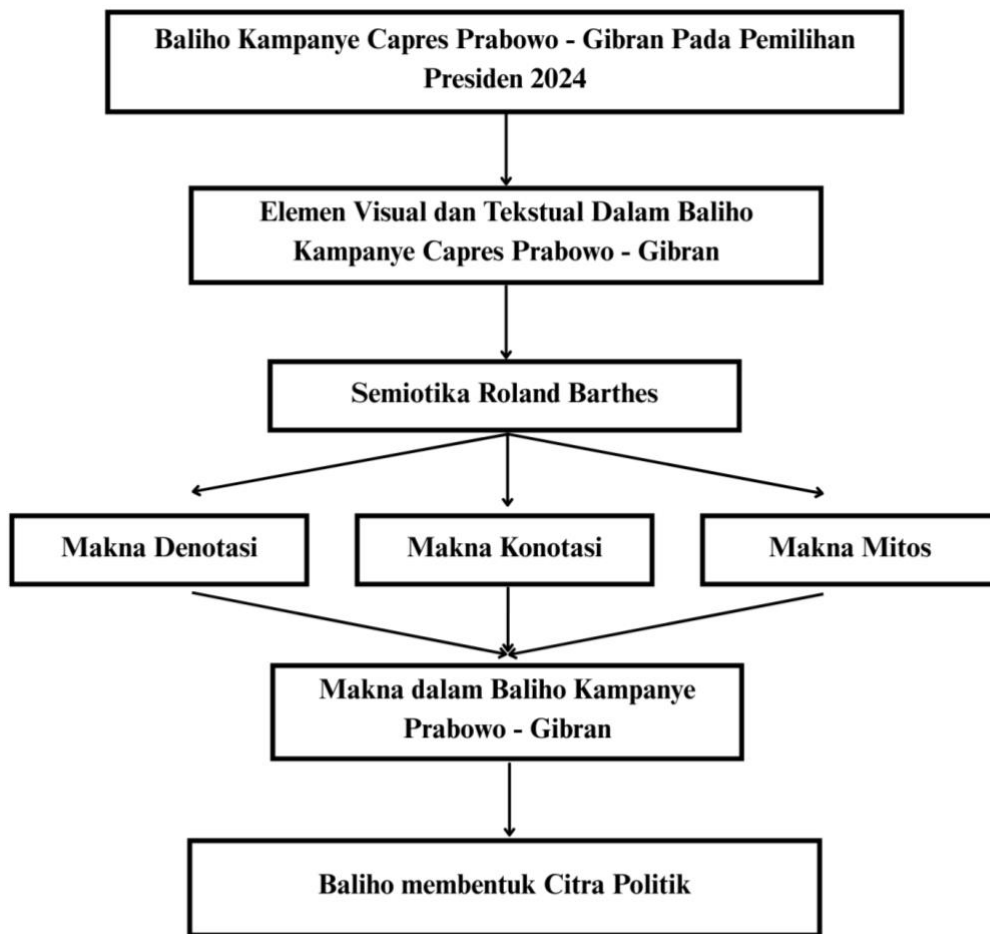
Penekanan ini berguna untuk menonjolkan elemen tertentu sebagai pusat perhatian didalam desain dan untuk memfokuskan audiens pada bagian terpenting biasanya seperti judul besar dalam poster , baliho dalam iklan.

5. Proporsi

Pada desain proporsi adalah unsur yang penting karena proporsi adalah perhitungan ukuran elemen dalam desain untuk membentuk tampilan visual yang seimbang dan menarik.

Dengan adanya prinsip desain ini bisa menjadikan panduan utama dalam mengatur elemen visual dalam desain visual supaya pesan komunikasi yang ingin disampaikan melalui visual bisa tersampaikan dengan baik. Dengan memperhatikan kesatuan , keseimbangan , ritme , penekanan , proporsi dan kontras desain bisa dibentuk dengan baik dan sesuai dengan tujuan komunikasi.

2.9 Kerangka Teoritis



Teori semiotika Roland Barthes digunakan sebagai landasan dalam penelitian ini. Dalam proses analisis, peneliti memanfaatkan konsep penanda dan petanda untuk mengidentifikasi makna denotatif, konotatif, dan mitos dari setiap elemen visual dan tekstual yang dipilih sesuai dengan fokus penelitian..