



ABSTRAK

Berkaitan dengan tahun politik, iklan kampanye 2024 merupakan bagian dari kampanye politik yang digunakan oleh para calon presiden dan wakil presiden dengan tujuan untuk memperoleh suara. Iklan politik tersebut menghasilkan makna tertentu melalui tanda-tanda dan suara yang di dalamnya terkandung pesan dari pasangan calon presiden dan wakil presiden. Pesan dalam iklan dapat menggambarkan citra pasangan calon pemimpin dengan karakter yang sesuai dan berkaitan dengan citra yang ingin ditunjukkan kepada masyarakat. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menganalisis elemen gambar dan audio dengan menggunakan analisis semiotika dari Ferdinand De Saussure dengan melihat elemen tanda yaitu signifier dan signified. Pendekatan yang digunakan adalah komunikasi politik dengan teori Mochtar Pabotinggi untuk melihat isu-isu politik dan sosial yang terdapat dalam iklan tersebut. Objek penelitian ini adalah iklan politik dari pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden Indonesia tahun 2024, yaitu Anies - Muhaimin, Prabowo - Gibran, Ganjar - Mahfud. Iklan-iklan politik tersebut dikumpulkan dari kanal YouTube Anies Baswedan, kanal YouTube Richard Jersey, dan kanal YouTube PDI Perjuangan. Secara keseluruhan, setelah mengamati dan mengidentifikasi tanda, penanda dan petanda serta menambahkan pendekatan. Pendekatan yang digunakan adalah komunikasi politik dengan teori Mochtar Pabotinggi untuk melihat isu-isu politik dan sosial terhadap iklan tersebut. Objek penelitian adalah iklan politik pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden Indonesia tahun 2024, yaitu Anies - Muhaimin, Prabowo - Gibran, Ganjar - Mahfud. Iklan-iklan politik tersebut dikumpulkan dari kanal YouTube Anies Baswedan, kanal YouTube Richard Jersey, dan kanal YouTube PDI Perjuangan. Secara keseluruhan, setelah mengamati dan mengidentifikasi tanda, penanda dan petanda serta menambahkan pendekatan. Strategi umum yang digunakan dalam iklan kampanye tersebut dirancang dengan sangat cermat untuk: 1) persatuan dalam keberagaman 2) memperkuat rasa kebanggaan nasional 3) mendorong partisipasi aktif dari masyarakat, terutama generasi muda. Selain itu, dengan menggunakan kombinasi yang efektif dari elemen-elemen emosional, patriotik, dan partisipasi ini, kampanye ini berusaha untuk menarik dan mempengaruhi penonton untuk mendukung agenda politik mereka.

Kata Kunci : Semiotika, Iklan Kampanye, Makna Tanda, Pemilihan Umum.



ABSTRACT

Regarding the political year, 2024 campaign advertising is part of a political campaign used by presidential and vice presidential candidates for the purpose of obtaining votes. The advertisement produced a certain meaning through signs and audio in which a message is contained from the presidential and vice presidential candidate pairs. Messages in political advertisements can describe the image of the candidate pairs of leaders with appropriate characters and related to the image they want to show to the public. This research is a qualitative study analyzing the images and audio elements using semiotic analysis from Ferdinand De Saussure by looking at the sign elements of signifier and signified. The approach using political communication by Mochtar Pabotinggi's theory to examine the political and social issues towards the advertisement. The object of research is the political advertisements of pairs of Indonesia Presidential and Vice Presidential candidates in 2024, namely Anies - Muhaimin, Prabowo - Gibran, Ganjar - Mahfud. These political advertisements are collected from the Anies Baswedan YouTube channel, Richard Jersey YouTube channel, and PDI-P YouTube channel. Overall, after observing and identifying the sign, signifier and signified and adding the approach. The common strategy used in the campaign advertisement was very carefully designed to: 1) unity in diversity 2) strengthen a sense of national pride 3) encourage active participation from society, especially the younger generation. In addition, using an effective combination of these emotional, patriotic, and participatory elements, the campaign sought to attract and influence audiences to support their political agenda.

Keywords : Semiotics, Campaign Advertisement, Meaning of Sign, Election.