

DESAIN BALIHO KAMPANYE MAHYELDI - AUDY DI PILGUB SUMBAR 2020 SEKARANG**Juwita Wirta Sri Depi¹, Hanafi Malik²**¹Desain Komunikasi Visual, juwitawirtasridepi@adzkia.ac.id, Universitas Adzkia²Desain Komunikasi Visual, hanafimalik@adzkia.ac.id, Universitas Adzkia**Article History**

Received : Juni 2024

Revised : Juni 2024

Accepted : Juli 2024

Published : Agustus 2024

Corresponding author:hanafimalik@adzkia.ac.id**No. Contact:****Cite This Article:****DOI:**<https://doi.org/10.56127/jushpen.v3i2.1578>

Abstract: This study analyzes the design of Mahyeldi - Audy's campaign billboard in the 2020 West Sumatra Gubernatorial Election using a qualitative approach with a literature study method. The analysis focuses on visual elements, typography, symbolism, and visual narratives used in the billboard design. The results show that the billboard design successfully combines traditional Minangkabau elements with a vision of modernity, creating a strong visual narrative about leadership rooted in local values yet oriented towards progress. The use of color, typography, and local symbolism demonstrates a deep understanding of the socio-cultural context of West Sumatra. The design's effectiveness lies in its ability to convey complex campaign messages through an easily digestible visual medium while building an emotional connection with voters. However, this design also raises critical questions about gender representation, identity politicization, and the ethics of visual political communication. This study contributes to the understanding of the role of visual communication in shaping political discourse and influencing voter behavior in an increasingly mature era of local democracy.

Keywords: visual political communication, campaign billboard, local identity

Abstrak: Penelitian ini menganalisis desain baliho kampanye Mahyeldi - Audy dalam Pemilihan Gubernur Sumatera Barat 2020 menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan. Fokus analisis meliputi elemen visual, tipografi, simbolisme, dan narasi visual yang digunakan dalam desain baliho. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain baliho tersebut berhasil memadukan elemen tradisional Minangkabau dengan visi modernitas, menciptakan narasi visual yang kuat tentang kepemimpinan yang berakar pada nilai-nilai lokal namun berorientasi pada kemajuan. Penggunaan warna, tipografi, dan simbolisme lokal menunjukkan pemahaman mendalam terhadap konteks sosio-kultural Sumatera Barat. Efektivitas desain terletak pada kemampuannya menyampaikan pesan kampanye yang kompleks melalui medium visual yang mudah dicerna, sekaligus membangun koneksi emosional dengan pemilih. Namun, desain ini juga memunculkan pertanyaan kritis tentang representasi gender, politisasi identitas, dan etika komunikasi politik visual. Studi ini berkontribusi pada pemahaman tentang peran komunikasi visual dalam membentuk wacana politik dan mempengaruhi perilaku pemilih di era demokrasi lokal yang semakin matang.

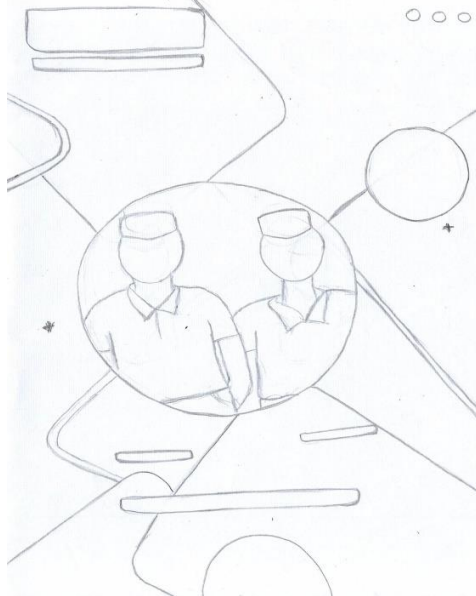
Kata Kunci : komunikasi visual politik, baliho kampanye, identitas lokal

PENDAHULUAN**Latar Belakang**

Pemilihan Gubernur Sumatera Barat (2024kpt0013008.Pdf, n.d.) 2020 merupakan momentum penting dalam dinamika politik lokal di provinsi tersebut. Salah satu pasangan calon yang berkompetisi adalah Mahyeldi Ansharullah dan Audy Joinaldy. Dalam konteks kampanye politik modern, penggunaan media luar ruang seperti baliho menjadi strategi komunikasi visual yang signifikan untuk menjangkau pemilih (Fatimah, 2018). Baliho, sebagai salah satu bentuk iklan politik, memiliki peran strategis dalam membentuk citra kandidat dan menyampaikan pesan kampanye secara efektif kepada masyarakat luas (A et al., 2023). Desain baliho kampanye politik tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampai informasi, tetapi juga sebagai representasi visual dari identitas, visi, dan misi kandidat. Elemen-elemen desain seperti warna, tipografi, layout, dan gambar pada baliho kampanye memiliki makna semiotik yang dapat mempengaruhi persepsi dan preferensi pemilih (Ilham et al., 2023). Oleh karena itu, analisis terhadap desain baliho kampanye Mahyeldi - Audy dalam Pilgub Sumbar 2020 menjadi penting untuk memahami strategi komunikasi visual yang diterapkan oleh tim kampanye mereka.



Gambar 1: Contoh baliho kampanye Mahyeldi - Audy di Pilgub Sumbar 2020



Gambar 2: Analisis komposisi visual baliho kampanye Mahyeldi - Audy

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana elemen-elemen desain visual digunakan dalam baliho kampanye Mahyeldi - Audy pada Pilgub Sumbar 2020?
2. Apa makna semiotik yang terkandung dalam desain baliho kampanye Mahyeldi - Audy?
3. Bagaimana efektivitas desain baliho kampanye Mahyeldi - Audy dalam menyampaikan pesan politik kepada masyarakat Sumatera Barat?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis penggunaan elemen-elemen desain visual dalam baliho kampanye Mahyeldi - Audy pada Pilgub Sumbar 2020.

2. Menginterpretasikan makna semiotik yang terkandung dalam desain baliho kampanye Mahyeldi - Audy.
3. Mengevaluasi efektivitas desain baliho kampanye Mahyeldi - Audy dalam menyampaikan pesan politik kepada masyarakat Sumatera Barat.

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis:
 - a. Memperkaya kajian ilmiah di bidang desain komunikasi visual, khususnya dalam konteks kampanye politik.
 - b. Memberikan kontribusi pada pengembangan teori semiotika dalam analisis media kampanye politik.
2. Manfaat Praktis:
 - c. Menyediakan insight bagi praktisi kampanye politik dalam merancang strategi komunikasi visual yang efektif.
 - d. Meningkatkan literasi visual masyarakat dalam memahami dan menginterpretasikan pesan-pesan politik melalui media kampanye.
3. Manfaat Sosial:
 - e. Mendorong partisipasi politik yang lebih kritis dan informed di kalangan masyarakat Sumatera Barat.
 - f. Berkontribusi pada peningkatan kualitas demokrasi lokal melalui analisis kritis terhadap media kampanye politik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan untuk menganalisis desain baliho kampanye Mahyeldi - Audy pada Pilgub Sumbar 2020. Metode kualitatif dipilih karena kemampuannya dalam mengeksplorasi dan memahami makna yang dilekatkan pada fenomena sosial atau permasalahan manusia (Ilham et al., 2023). Dalam konteks ini, fenomena yang diteliti adalah penggunaan elemen-elemen visual dan makna semiotik dalam desain baliho kampanye politik. Studi kepustakaan dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis berbagai sumber literatur yang relevan, termasuk buku, jurnal ilmiah, artikel, dan dokumen-dokumen terkait kampanye Pilgub Sumbar 2020. Sumber-sumber ini dikaji secara mendalam untuk memperoleh pemahaman teoretis tentang desain komunikasi visual, semiotika politik, dan strategi kampanye elektoral. Analisis visual terhadap baliho kampanye Mahyeldi - Audy dilakukan dengan menggunakan pendekatan semiotika visual yang dikembangkan oleh Roland Barthes, yang memungkinkan peneliti untuk menginterpretasikan makna denotatif dan konotatif dari elemen-elemen visual yang digunakan (Tinarbuko, 2004). Proses analisis data melibatkan beberapa tahapan, yaitu pengumpulan data visual dan tekstual, kodifikasi data berdasarkan kategori-kategori yang relevan dengan tujuan penelitian, interpretasi makna, dan penarikan kesimpulan. Untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas penelitian, dilakukan triangulasi sumber data dengan membandingkan hasil analisis visual dengan literatur terkait dan konteks sosial-politik Sumatera Barat. Pendekatan hermeneutik juga diterapkan untuk memahami konteks historis dan kultural yang memengaruhi desain baliho kampanye tersebut (Gazali et al., 2023). Melalui metode ini, penelitian bertujuan untuk menghasilkan analisis yang komprehensif dan mendalam tentang strategi komunikasi visual yang diterapkan dalam desain baliho kampanye Mahyeldi - Audy, serta implikasinya terhadap persepsi pemilih dan dinamika politik lokal di Sumatera Barat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis terhadap desain baliho kampanye Mahyeldi - Audy dalam Pilgub Sumbar 2020 mengungkapkan beberapa temuan penting terkait strategi komunikasi visual yang diterapkan. Hasil penelitian ini akan dibahas secara komprehensif dengan mengintegrasikan teori-teori relevan dan konteks sosial-politik Sumatera Barat.

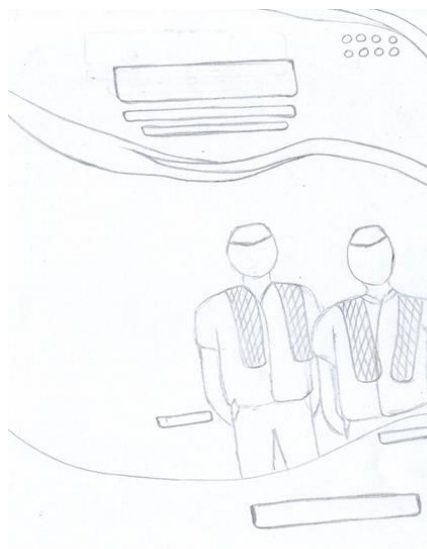
1. Elemen Visual dan Komposisi

Desain baliho kampanye Mahyeldi - Audy menunjukkan penggunaan elemen visual yang strategis dan penuh makna. Warna dominan yang digunakan adalah kombinasi merah, putih, dan hijau. Merah dan putih, sebagai warna bendera Indonesia, dapat diinterpretasikan sebagai upaya untuk menunjukkan nasionalisme dan kecintaan terhadap tanah air. Hal ini sejalan dengan pendapat Kress dan Van Leeuwen (Suparno et al., 2022) yang menyatakan bahwa warna memiliki potensi makna yang dapat digunakan untuk mengkomunikasikan identitas dan nilai-nilai tertentu. Warna hijau, di sisi lain, memiliki makna ganda dalam konteks Sumatera Barat. Pertama, hijau sering

diasosiasikan dengan Islam, yang merupakan agama mayoritas di provinsi tersebut. Kedua, hijau juga dapat merepresentasikan alam dan lingkungan, yang menjadi salah satu keunggulan Sumatera Barat sebagai destinasi wisata. Komposisi visual baliho menampilkan foto Mahyeldi dan Audy berdampingan dengan proporsi yang seimbang. Penempatan ini mencerminkan prinsip kesetaraan dan kerjasama antara calon gubernur dan wakil gubernur. Ekspresi wajah kedua kandidat yang tersenyum lebar dan pakaian yang rapi namun tidak terlalu formal menciptakan kesan approachable dan dekat dengan rakyat. Hal ini sesuai dengan teori presentasi diri dalam politik yang dikemukakan oleh Goffman (Dwijaya Irawan et al., 2019), di mana politisi berusaha menampilkan citra yang positif dan relatable untuk menarik dukungan pemilih. Latar belakang baliho menampilkan gabungan antara lansekap alam Sumatera Barat dan simbol-simbol modernitas seperti gedung dan infrastruktur. Pemilihan latar belakang ini dapat diinterpretasikan sebagai upaya untuk menggambarkan visi pembangunan yang memadukan kearifan lokal dengan kemajuan. Hal ini sejalan dengan konsep "glocalization" yang dikemukakan oleh Robertson (Budianto & Haryadi Santoso, 2018), di mana nilai-nilai lokal dan global diintegrasikan dalam konteks pembangunan daerah.



Gambar 3: Penggunaan tipografi dan slogan dalam baliho kampanye



Gambar 4: Desain Sketsa baliho kampanye Mahyeldi - Audy di ruang publik

2. Tipografi dan Slogan

Tipografi yang digunakan dalam baliho kampanye Mahyeldi - Audy menunjukkan pemilihan font

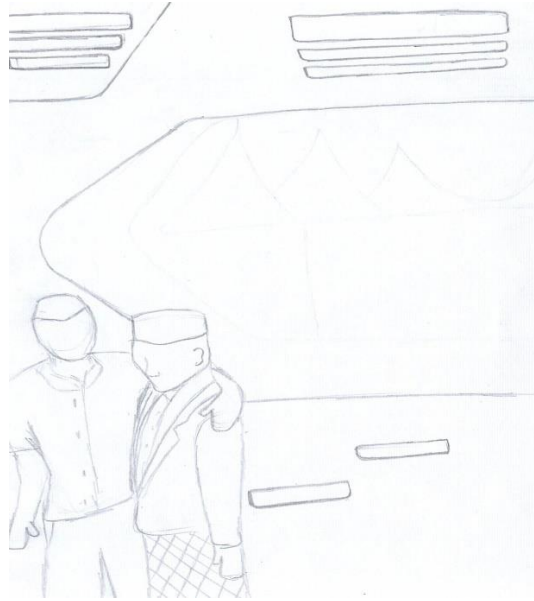
yang tegas namun tetap mudah dibaca. Nama kedua kandidat ditampilkan dengan ukuran yang lebih besar dan tebal, menciptakan hierarki visual yang jelas. Hal ini sesuai dengan prinsip desain visual yang dikemukakan oleh Lidwell et al. (Cahyadi, 2023) tentang pentingnya hierarki dalam menyampaikan informasi. Slogan utama yang digunakan adalah "Sumbar Bersatu, Maju, dan Sejahtera". Penggunaan kata "bersatu" dapat diinterpretasikan sebagai respons terhadap kekhawatiran akan potensi perpecahan dalam masyarakat akibat kontestasi politik. Sementara itu, "maju" dan "sejahtera" merefleksikan janji pembangunan dan peningkatan kualitas hidup masyarakat. Pemilihan kata-kata ini sejalan dengan teori framing dalam komunikasi politik yang dikemukakan oleh Entman (Sistem, n.d.), di mana pesan-pesan tertentu ditonjolkan untuk membentuk persepsi publik. Di bawah slogan utama, terdapat tagline tambahan yang berbunyi "Amanah untuk Semua". Penggunaan kata "amanah" memiliki resonansi kuat dalam konteks masyarakat Sumatera Barat yang mayoritas Muslim. Hal ini mencerminkan upaya untuk mengintegrasikan nilai-nilai religius dengan wacana politik, sesuai dengan konsep civil religion yang dikemukakan oleh Bellah (Ruslan, 2011). Sementara frasa "untuk semua" menekankan inklusivitas dan keadilan, yang dapat dilihat sebagai strategi untuk menarik dukungan dari berbagai lapisan masyarakat.

3. Simbolisme dan Identitas Lokal

Desain baliho kampanye Mahyeldi - Audy juga menampilkan beberapa simbol dan elemen yang mengandung identitas lokal Sumatera Barat. Salah satu yang menonjol adalah penggunaan motif ukiran Minangkabau pada border baliho. Motif ini tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai penanda kuat identitas kultural. Hal ini sejalan dengan teori semiotika budaya yang dikemukakan oleh Lotman (Mudjiyanto, 2013), di mana elemen-elemen visual dapat berfungsi sebagai teks budaya yang menyimpan dan mentransmisikan informasi kultural. Selain itu, terdapat pula visualisasi Rumah Gadang, rumah adat Minangkabau, yang diintegrasikan ke dalam latar belakang baliho. Penggunaan simbol arsitektur tradisional ini dapat diinterpretasikan sebagai upaya untuk menegaskan komitmen terhadap pelestarian budaya lokal di tengah arus modernisasi. Hal ini mencerminkan konsep "invented tradition" yang dikemukakan oleh Hobsbawm dan Ranger (Aulia Azmi & Imam Faisal Pane, 2018), di mana elemen-elemen tradisi direvitalisasi dan direproduksi dalam konteks politik kontemporer. Pakaian yang dikenakan oleh kedua kandidat juga menunjukkan perpaduan antara elemen modern dan tradisional. Mahyeldi mengenakan jas yang dipadukan dengan peci, sementara Audy mengenakan blazer dengan aksesoris batik. Pemilihan pakaian ini dapat dilihat sebagai representasi visual dari konsep "hybrid identity" yang dikemukakan oleh Bhabha (FURI, 2019), di mana identitas lokal dan global, tradisional dan modern, diintegrasikan dalam satu presentasi diri.



Gambar 5: Narasi visual kepemimpinan dalam baliho kampanye Mahyeldi - Audy



Gambar 4: Desain Sketsa Elemen simbolisme dan identitas lokal Minangkabau dalam desain baliho

4. Narasi Visual dan Positioning Politik

Analisis terhadap keseluruhan komposisi baliho mengungkapkan adanya narasi visual yang kuat tentang kepemimpinan dan pembangunan. Postur tubuh kedua kandidat yang tegak dan pandangan mata yang terarah ke depan menciptakan kesan kepercayaan diri dan visi yang jelas. Hal ini sejalan dengan teori "visual rhetoric" yang dikemukakan oleh Foss (2005), di mana elemen-elemen visual digunakan untuk membangun argumen dan membujuk audiens. Positioning politik yang tercermin dalam desain baliho ini menunjukkan upaya untuk memadukan nilai-nilai tradisional dengan visi pembangunan modern. Hal ini dapat dilihat sebagai strategi untuk menjembatani berbagai segmen pemilih, dari kalangan konservatif hingga progresif. Strategi ini sejalan dengan konsep "catch-all party" yang dikemukakan oleh Kirchheimer (1966), di mana partai atau kandidat berusaha menarik dukungan dari berbagai lapisan masyarakat dengan mengedepankan isu-isu yang memiliki daya tarik luas.

5. Konteks Sosio-Politik dan Resonansi Pesan

Desain baliho kampanye Mahyeldi - Audy tidak dapat dipisahkan dari konteks sosio-politik Sumatera Barat pada saat itu. Provinsi ini dikenal dengan tradisi politik yang kuat dan tingkat partisipasi masyarakat yang tinggi dalam pemilihan umum. Menurut data KPU Sumbar, tingkat partisipasi pemilih pada Pilgub 2015 mencapai 58,85% (KPU Sumbar, 2015). Dalam konteks ini, desain baliho yang menggabungkan elemen tradisional dan modern dapat dilihat sebagai upaya untuk merespon dinamika politik lokal yang kompleks. Isu-isu yang diangkat dalam slogan dan visualisasi baliho, seperti persatuan, kemajuan, dan kesejahteraan, memiliki resonansi kuat dengan aspirasi masyarakat Sumatera Barat. Menurut survei yang dilakukan oleh Lembaga Survei Indonesia (LSI) pada 2019, isu-isu ekonomi dan pembangunan infrastruktur menjadi prioritas utama bagi mayoritas responden di Sumatera Barat (LSI, 2019). Dengan demikian, pemilihan pesan dan visualisasi dalam baliho kampanye Mahyeldi - Audy dapat dilihat sebagai respons strategis terhadap ekspektasi publik.

6. Efektivitas Komunikasi Visual

Untuk mengevaluasi efektivitas desain baliho kampanye Mahyeldi - Audy dalam menyampaikan pesan politik, perlu dipertimbangkan beberapa aspek. Pertama, kejelasan dan keterbacaan informasi. Desain baliho menunjukkan hierarki informasi yang jelas, dengan nama kandidat dan slogan utama yang mudah terbaca bahkan dari jarak jauh. Hal ini sesuai dengan prinsip desain komunikasi visual yang dikemukakan oleh Frascara (2004) tentang pentingnya legibilitas dalam desain publik. Kedua, daya tarik visual. Penggunaan warna yang kontras dan elemen-elemen visual yang kaya (seperti motif tradisional dan lansekap) menciptakan daya tarik visual yang kuat. Menurut teori "visual attention" yang dikemukakan oleh Treisman dan Gelade (1980), elemen-elemen visual yang menonjol dan kontras lebih mudah menarik perhatian pemirsa. Ketiga, koherensi pesan. Terdapat konsistensi antara elemen visual dan pesan verbal dalam baliho, yang

menciptakan narasi yang koheren tentang visi kepemimpinan Mahyeldi - Audy. Hal ini sejalan dengan prinsip "integrated marketing communication" yang dikemukakan oleh Schultz dan Schultz (2004), di mana semua elemen komunikasi harus saling mendukung untuk menciptakan pesan yang kuat dan konsisten. Keempat, relevansi kultural. Penggunaan simbol-simbol dan elemen visual yang memiliki signifikansi kultural bagi masyarakat Sumatera Barat meningkatkan resonansi pesan kampanye. Hal ini sesuai dengan konsep "cultural resonance" dalam komunikasi politik yang dikemukakan oleh Gamson dan Modigliani (1989), di mana pesan-pesan yang sejalan dengan nilai-nilai dan keyakinan kultural audiens cenderung lebih efektif.

7. Implikasi terhadap Strategi Kampanye Politik

Analisis terhadap desain baliho kampanye Mahyeldi - Audy memberikan beberapa implikasi penting bagi strategi kampanye politik, khususnya dalam konteks politik lokal di Indonesia. Pertama, pentingnya memadukan elemen tradisional dan modern dalam komunikasi visual politik. Hal ini mencerminkan realitas masyarakat Indonesia yang sedang mengalami transformasi sosial-ekonomi namun tetap memegang nilai-nilai tradisional. Kedua, efektivitas penggunaan simbol-simbol kultural dalam membangun koneksi emosional dengan pemilih. Desain baliho yang kaya akan elemen kultural Minangkabau menunjukkan bahwa identitas lokal masih menjadi faktor penting dalam politik elektoral di tingkat daerah. Hal ini sejalan dengan temuan Aspinall (2011) tentang pentingnya politik identitas dalam pemilihan kepala daerah di Indonesia. Ketiga, pentingnya menyeimbangkan antara personalisasi kandidat dan penekanan pada isu-isu kebijakan. Desain baliho Mahyeldi - Audy berhasil menampilkan citra personal kandidat sekaligus menyampaikan visi pembangunan melalui slogan dan elemen visual. Hal ini mencerminkan tren personalisasi politik yang dikemukakan oleh McAllister (2007), namun dengan tetap mempertahankan substansi kebijakan. Keempat, peran strategis media luar ruang seperti baliho dalam ekosistem komunikasi politik yang semakin digital. Meskipun kampanye digital semakin dominan, baliho tetap memiliki keunggulan dalam hal visibilitas dan jangkauan, terutama di daerah-daerah dengan penetrasi internet yang belum merata. Hal ini sejalan dengan konsep "media complementarity" yang dikemukakan oleh Dutta-Bergman (2004), di mana berbagai bentuk media saling melengkapi dalam menyampaikan pesan kampanye.

8. Refleksi Kritis dan Etika Komunikasi Politik

Meskipun desain baliho kampanye Mahyeldi - Audy menunjukkan efektivitas dalam menyampaikan pesan politik, penting untuk melakukan refleksi kritis terhadap praktik komunikasi politik semacam ini. Penggunaan simbol-simbol agama dan kultural dalam kampanye politik dapat memunculkan pertanyaan etis tentang batas antara identitas pribadi dan publik para kandidat. Hal ini sejalan dengan kritik yang disampaikan oleh Hefner (2000) terhadap politisasi agama dalam konteks politik Indonesia. Selain itu, dominasi visual kandidat laki-laki (Mahyeldi) dibandingkan kandidat perempuan (Audy) dalam desain baliho dapat dilihat sebagai refleksi dari ketimpangan gender yang masih ada dalam politik Indonesia. Meskipun kehadiran Audy sebagai calon wakil gubernur perempuan adalah langkah positif, representasi visualnya yang kurang dominan menunjukkan bahwa masih ada ruang untuk peningkatan kesetaraan gender dalam komunikasi politik visual. Penggunaan media luar ruang seperti baliho dalam jumlah besar juga memunculkan isu lingkungan dan estetika perkotaan. Proliferasi baliho kampanye dapat menciptakan polusi visual dan mengganggu estetika ruang publik. Hal ini sejalan dengan kritik yang disampaikan oleh Portella (2014) terhadap dampak negatif iklan luar ruang terhadap lingkungan perkotaan.

KESIMPULAN

Analisis terhadap desain baliho kampanye Mahyeldi - Audy dalam Pilgub Sumbar 2020 mengungkapkan strategi komunikasi visual yang kompleks dan multi-dimensi. Desain tersebut berhasil mengintegrasikan elemen-elemen tradisional Minangkabau dengan visi modernitas, menciptakan narasi visual yang kuat tentang kepemimpinan yang berakar pada nilai-nilai lokal namun berorientasi pada kemajuan. Penggunaan warna, tipografi, dan simbolisme lokal menunjukkan pemahaman mendalam terhadap konteks sosio-kultural Sumatera Barat, sementara komposisi visual dan pemilihan slogan mencerminkan kesadaran akan dinamika politik kontemporer. Efektivitas desain baliho ini terletak pada kemampuannya untuk menyampaikan pesan kampanye yang kompleks melalui medium visual yang mudah dicerna, sekaligus membangun koneksi emosional dengan pemilih melalui penggunaan simbol-simbol kultural yang familiar. Namun, desain ini juga memunculkan pertanyaan kritis tentang representasi gender, politisasi identitas, dan etika komunikasi politik visual. Secara keseluruhan, studi ini menunjukkan bahwa desain baliho kampanye politik di tingkat lokal Indonesia telah berkembang menjadi bentuk komunikasi visual yang canggih, mencerminkan kompleksitas lanskap politik dan sosial-budaya kontemporer. Temuan

ini memberikan kontribusi penting bagi pemahaman kita tentang peran komunikasi visual dalam membentuk wacana politik dan mempengaruhi perilaku pemilih di era demokrasi lokal yang semakin matang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A, A. O., Putri, A. I., Matthew, K., & Universitas, H. (2023). 23-Moderasi-0101-464 (1). 2023, 1–17. <https://doi.org/10.11111/nusantara.xxxxxxx>
- [2] Aulia Azmi, & Imam Faisal Pane. (2018). Penerapan Arsitektur Tradisional Minangkabau Pada Bangunan Perkantoran Bukittinggi. *Jurnal Koridor*, 9(2), 206–214. <https://doi.org/10.32734/koridor.v9i2.1360>
- [3] Budianto, H., & Haryadi Santoso, D. (2018). Relasi Negara Industri Dan Masyarakat Dalam Perspektif Komunikasi. [http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/8726/1/RELASI NEGARA INDUSTRI DAN MASYARAKAT.pdf#page=197](http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/8726/1/RELASI%20NEGARA%20INDUSTRI%20DAN%20MASYARAKAT.pdf#page=197)
- [4] Cahyadi, D. (2023). Memahami Konsep Desain: Menjadi Lebih Kreatif dan Efektif dalam Mendesain.
- [5] Dwijaya Irawan, A. R., Nursanti, S., Tayo, Y., & Utamidewi, W. (2019). Presentasi Diri Laki-laki Terhadap Wanita Yang Disukai (Kajian Dramaturgi Mengenai Bentuk Presentasi Diri Laki-laki Terhadap Wanita Yang Disukai di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Singaperbangsa Karawang). *Jurnal Politikom Indonesiana*, 4(1), 177–185. <https://doi.org/10.35706/jpi.v4i1.2000>
- [6] Fatimah, S. (2018). Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu. *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 1(1), 5–16. <https://doi.org/10.32699/resolusi.v1i1.154>
- [7] FURI, G. A. A. (2019). Identitas Grup Congrock 17 Semarang: Kajian Poskolonial. [http://lib.unnes.ac.id/40265/1/UPLOAD GIZA ABEL.pdf](http://lib.unnes.ac.id/40265/1/UPLOAD%20GIZA%20ABEL.pdf)
- [8] Gazali, H., Ridho, M., & Gistituati, N. (2023). Pengaruh Kepemimpinan Kepala Sekolah terhadap Kinerja Guru di SMK Negeri 1 Singkarak. *Journal of Education Research*, 4(3), 1193–1201. <https://doi.org/10.37985/jer.v4i3.354>
- [9] Ilham, M., Minawati, R., & Yulika, F. (2023). Makna Media Kampanye Bagi Pemilih Pasangan Mahyeldi Dan Audy Joinaldy Pada Pilkada Sumatera Barat Tahun 2020. *VCoDe: Visual Communication Design Journal*, 2(1), 103. <https://doi.org/10.26887/vcode.v2i2.3646>
- [10] Mudjiyanto, B. (2013). Semiotics In Research Method of Communication. *Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika Dan Media Massa*, 16(1), 73–82. <https://media.neliti.com/media/publications/222421-semiotics-in-research-method-of-communic.pdf>
- [11] Ruslan, I. (2011). Membangun Civil Religion pada Masyarakat yang Prural. *Jurnal Al-Adyan*, VI, 1–28.
- [12] Sistem, N. A. N. (n.d.). Nan sistem pemilihan umum di.
- [13] Suparno, D., Thamarin, M. H., & Chairul, A. I. (2022). Pengantar Multimodalitas & Transivitas (Vol. 1, Issue 15).
- [14] Tinarbuko, S. (2004). SEMIOTIKA ANALISIS TANDA PADA KARYA DESAIN KOMUNIKASI VISUAL. *Nirmana*, 5.